

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a) Bank Mandiri Syariah

Bank ini berdiri pada 1995 dengan nama Bank Industri Nasional. Bank ini beberapa ganti nama dan yang terakhir kali berganti menjadi nama Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999 setelah sebelumnya bernama Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Dalam kiprahnya di perbankan Syariah PT Bank Syariah Mandiri menunjukkan keunggulannya dalam membangun Indonesia yang tumbuh lebih baik dengan hadir, tampil serta memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Berdasarkan data dari Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan Menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki total Asset tertinggi dari rata-rata asset bank syariah lainnya. Dalam praktik implementasi ICSR, Bank Syariah Mandiri bekerja sama dengan Lembaga Amil Zakat Bangun Sejahtera Mitra Umat yang berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah, selain itu konsep ICSR yang dilakukan oleh bank mandiri syariah adalah sejalan dengan misi perusahaan yang keenam yakni meningkatkan kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan. Komitmen mandiri syariah dalam menerapkan tanggung jawab sosial mengacu pada prinsip maqasid syariah secara komprehensif yang sesuai dengan tujuan syariat islam yang terkandung dalam setiap aturannya. Nilai maqasid syariah diimplementasikan dalam kegiatan operasional bank yang dilakukan dengan

model bisnis yang beretentangan dengan MAGHRIB (Maisir, Gharar, Haram, dan Riba) .¹

b) Bank BRI Syariah

Bank BRI Syariah berdiri berawal dari akuisi Bank Jasa Arta (BJA) yang kemudian dikonfersi menjadi PT Bank BRI syariah pada tahun 2007 dan resmi beroperasi. Sejak awal berdirinya, Bank BRI Syariah konsisten dan fokus pada segmen usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern, meningkatkan layanan kepada nasabah yang memudahkan untuk mendapatkan informasi mengenai Bank BRI Syariah. Asset Bank Bri Syariah selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Dalam praktik implementasi ICSR, dari tahun ke tahun BRI syariah terus mewujudkan pertumbuhan bisnis yang positif dari segi finansial maupun operasional serta prinsip-prinsip syariah terus ditegakkan sebagai pedoman utama setiap aktivitas bisnisnya. Bank BRI Syariah memiliki program ICSR yang bernama BRI syariah berfaedah, penggunaan nama tersebut sejalan dengan produk BRI Syariah yang diharapkan makin memperkuat Brand yang berfaedah bagi masyarakat sekitar Bank. Bank BRI Syariah difokuskan pada enam bidang yakni sosial, pendidikan, kesehatan, peribadahan , pemberdayaan ekonomi, dan lingkungan. Pelaksanaan icshr bri syariah dilakukan Kerjasama dengan BAZNAS (Badan Zakat Amil Nasional) dan YBM-BRI (Yayasan Baitul Maal BRI) dengan mengedepankan ashnaf (golongan orang yang berhak menerima zakat) dengan melibatkan masyarakat calon perima manfaat.²

¹ PT Bank Mandiri syariah, “Annual Report Mandiri Syariah,” 2020, <https://devel01.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/company-report/annual-report>.

² BRI syariah, “Laporan Tahunan Bank BRISyariah 2020,” *Bankbsi.Com*, 2020, 46–47, <https://www.ir-bankbsi.com/misc/AR/AR-BRIS-2020.pdf>.

c) Bank BNI Syariah

Bank BNI Syariah didirikan pada tahun 2000 yang berawal dengan beroperasinya Unit Usaha Syariah BNI. Dalam pelaksanaan operasionalnya BNI Syariah sangat memperhatikan kepatuhan terhadap aspek Syariah, visi dari BNI Syariah sejak awal dan berkembangnya waktu yakni menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan jasa dan kinerja yang berkelanjutan. Dari tahun ke tahun Asset Bank BNI Syariah mengalami peningkatan yang signifikan. Dalam praktik implementasi ICSR, bank BNI Syariah lewat program unggulannya yang bernama Benteng Hasanah. BNI Syariah melakukan aktivitas sosial dibidang kesehatan, pendidikan, lingkungan dan keagamaan dengan sasaran tiga daerah kategori yaitu terluar, terjangkau, dan tertinggal. Dalam menjalankan program ICSR BNI Syariah membentuk Yayasan Hasanah Titik (YHT) yang merupakan lembaga yang mendapat amanah dalam menerima, mengelola dan menyalurkan ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf) dari pegawai, perusahaan, maupun masyarakat untuk disalurkan pada pihak yang membutuhkan yang termasuk delapan asnaf yaitu fakir, miskin, amil, riqab (hamba sahaya), muallaf, gharim (orang yang terlilit hutang), fisabilillah, dan ibnu sabil (orang yang dalam perjalanan) sebagaimana yang ditetapkan dalam QS. Attaubah ayat 60.³

d) Bank Muamalat Syariah

Bank Muamalat berdiri pada tahun 1992, Bank Muamalat berdiri berdasarkan gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), dari Ikatan

³ PT Bank BNI Syariah, "Laporan Tahunan BNI Syariah," 2020, [https://www.bnisyariah.co.id/Portals/1/BNISyariah/Perusahaan/Hubungan Investor/Laporan Tahunan/AR 2020/AR BOOK BNIS 2020 - INDONESIA MEDIUM - 3001.pdf](https://www.bnisyariah.co.id/Portals/1/BNISyariah/Perusahaan/Hubungan%20Investor/Laporan%20Tahunan/AR%2020/AR%20BOOK%20BNIS%2020%20-%20INDONESIA%20MEDIUM%20-%203001.pdf).

Cendekiawan Muslim dan pengusaha muslim yang mendapat dukungan Pemerintah Republik Indonesia yang resmi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip Syariah yang pertama di Indonesia dan menjadi trobosan baru di Indonesia. Sebagai bank syariah pertama di Indonesia, bank muamalat memiliki peranan penting dalam perumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Bank Muamalat Syariah berkomitmen untuk menerapkan Pengembangan usaha dengan mengedepankan prinsip syariah yang adil. Dalam Bank Muamalat syariah ICSR digunakan sebagai edukasi literasi perbankan syariah kepada usaha mikro, dan yang menerima dana sebagian besar adalah perempuan yang bekerja sebagai buruh kerik kepala, pembuat gula semut dan pembuatan camilan tradisional. Salah satu program unggulannya adalah sekolah prestasi muamalat yang dilaksanakan hampir diseluruh wilayah operasional bank muamalat. Bank muamalat syariah menyalurkan icSR dalam dua golongan yakni delapan golongan ashnaf dengan menggunakan dana zakat dan kepada bukan golongan delapan ashnaf menggunakan dana infaq dan sedekah yang keduanya tertuang dalam QS. Al-Imron ayat 29.⁴

2. Data Hasil Penelitian

BANK	TAHUN	ICSR	RE	RO	ROE	NPM
		R	P	A		
		X1	X2	Y1	Y2	Y3
MANDIRI SYARIAH	2016	0,642	0,25	0,59	5,81	6,75
	2017	0,678	0,25	0,59	5,72	7,35
	2018	0,696	0,23	0,88	8,21	6,18
	2019	0,83	0,2	1,69	15,6	6,02

⁴ PT Bank Muamalat, "Annual Report Muamalat Syariah," 2020, <https://www.bankmuamalat.co.id/en/investor-relations/annual-report>.

		9	3		6	
	2020	0,87 5	0,2 4	1,65	15,0 3	6,07
BRI SYARIAH	2016	0,60 7	0,0 8	3,84	23,0 8	8,01
	2017	0,64 2	0,0 8	3,69	20,0 3	7,93
	2018	0,57 1	0,0 7	3,68	20,4 9	7,45
	2019	0,66 1	0,0 8	3,51	19,4 1	6,98
	2020	0,67 8	0,1	1,98	11,0 5	6,01
	BNI SYARIAH	2016	0,53 5	0,0 8	1,44	11,9 4
2017		0,60 7	0,0 9	1,31	11,4 2	0,71
2018		0,48 2	0,0 9	1,42	10,5 3	0,81
2019		0,62 5	0,1	1,82	13,5 4	1,01
2020		0,67 8	0,1	1,33	9,97	0,62
MUAMALA T SYARIAH	2016	0,44 6	0,1 5	0,14	2,22	3,21
	2017	0,60 7	0,1 6	0,04	0,47	2,48
	2018	0,48 2	0,1 2	0,08	1,17	2,22
	2019	0,60 7	0,0 9	0,05	0,45	0,83
	2020	0,64 2	0,0 8	0,03	0,29	1,94

a. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk menginterpretasikan mengenai data yang diperoleh dari hasil penelitian, atau menyediakan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian. Statistik deskriptif data ini menjelaskan tentang nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi. Hasil perhitungan deskriptif dari variable ukuran *Islamic Corporate Social Responsibility* ,Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.1 Statistik deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ICSR	20	.446	.875	.63005	.104771
REP	20	.07	.25	.1350	.06645
ROA	20	.03	3.84	1.4880	1.29431
ROE	20	.29	23.08	10.3020	7.24686
NPM	20	.62	8.01	4.1745	2.89237
Valid (listwise)	N 20				

Dari hasil pengujian deskriptif pada tabel,diatas dapat diketahui:

- 1) ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) diproksikan dari melihat isi laporan tahunan perusahaan (X1) memiliki jumlah data sebanyak 20 dari empat Bank Umum Syariah. dari data bank umum Syariah diketahui nilai minimum sebesar 0.446 berada pada Bank Muamalat Syariah (2016), yang berarti bank umum Syariah dalam melakukan tanggung jawab sosialnya masih rendah atau belum sepenuhnya melakukan tanggung jawab sosial terhadap perusahaan. Nilai maksimum 0.875 berada pada Bank Mandiri Syariah (2020), Nilai Rata-rata yang terdapat dari 20 data pengamatan yaitu 0.63005 yang menunjukkan bahwa item-item ICSR ke-empat bank umum syariah telah diungkapkan sebanyak 63% selama periode 2016-2020. Standar Deviasi nilai-nilai tersebut sebesar 0.104771.
- 2) Reputasi diproksikan dari Dana Pihak Ketiga (X2) memiliki jumlah data sebanyak 20 dari empat Bank Umum Syariah. dari data pengamatan bank umum Syariah diketahui nilai minimum sebesar 0.07 berada pada Bank BRI Syariah (2018). Nilai maksimum 0.25 berada pada Bank Mandiri Syariah

(2017), Nilai mean Reputasi pada 20 data pengamatan adalah 0.1350 dengan standar Deviasi sebesar 0.06645. Nilai mean 0.1350 tersebut menunjukkan bahwa reputasi Bank umum syariah dari ke-empat Bank dikatakan meningkat sebab nilai 0.1350 diatas nilai 0.07 pada periode 2016-2020.

- 3) Kinerja Keuangan yang diproksikan dari ROA (*Return On Asset*) (Y1) dari empat Bank Umum Syariah memiliki jumlah 20 data. dari data bank umum Syariah diketahui nilai minimum sebesar 0.03 berada pada Bank Muamalat Syariah (2020). Sedangkan Nilai maksimum 3.84 berada pada Bank BRI Syariah (2016), Nilai rata-rata ROA (*Return On Asset*) selama periode 2016-2020 yaitu 1.4880 dengan standar Deviasi sebesar 1.29431.
- 4) Kinerja Keuangan yang diproksikan dari ROE (*Return On Equity*) (Y2) dari empat Bank Umum Syariah memiliki jumlah 20 data. dari data bank umum Syariah diketahui nilai minimum sebesar 0.29 berada pada Bank Muamalat Syariah (2020). Nilai maksimum 23.08 berada pada Bank BRI Syariah (2016), Nilai rata-rata ROE (*Return On Equity*) yaitu 10.3020 selama periode 2016-2020 dengan standar Deviasi sebesar 7.24686.
- 5) Kinerja Keuangan yang diproksikan dari NPM (*Net Profit Margin*) (Y3) dari empat Bank Umum Syariah memiliki jumlah 20 data. dari data bank umum Syariah diketahui nilai minimum sebesar 0.62 berada pada Bank BNI Syariah (2020). Nilai maksimum 8.01 berada pada Bank BRI Syariah (2016), Nilai rata-rata NPM (*Net Profit Margin*) adalah 4.1745 Selama periode 2016-2020 dengan standar Deviasi sebesar 2.89237.

b. Uji Prasyarat

Pada penelitian ini terdapat 4 Uji di antaranya Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Uji Heterokedastisitas, dan Uji Multikolonieritas. Adapun hasil dari Keempat tersebut adalah sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan yang terdapat dalam Uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu apabila nilai *Sig* atau probabilitas $> 0,05$, bisa dikatakan nilai distribusi data normal, begitu juga apabila nilai *Sig* atau probabilitas $< 0,05$ bisa dikatakan tidak terdistribusi dengan normal. Hasil uji statistic menunjukkan pengujian dari 20 sampel tersebut terdapat asumsi normalitas. Hal ini ditunjukkan pada tabel berikut ini :

a) Uji Normalitas ROA (*Return On Asset*)

Tabel 4.2. Uji Normalitas ROA

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04771248
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.132
	Negative	-.144
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji Normalitas ROA dari 20 data pengamatan menunjukkan hasil probabilitas sebanyak 0,200 ($\text{sig.} > 0,05$) dari nilai tersebut data bisa dikatakan

terdistribusi dengan normal sesuai dasar keputusan *Uji kolmogorov-smirnov*. Dengan demikian dapat disimpulkan data tersebut terjadi asumsi normalitas.

b) Uji Normalitas ROE (*Return On Equity*)

Tabel 4.3. Uji Normalitas ROE

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		20	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	6.02238215	
Most Differences	Extreme	Absolute	.174
		Positive	.096
		Negative	-.174
Test Statistic		.174	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115 ^c	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji Normalitas ROE dari 20 data pengamatan menunjukkan hasil probabilitas sebanyak 0,115 ($\text{sig.} > 0,05$) dari nilai tersebut data bisa dikatakan terdistribusi dengan normal sesuai dasar keputusan *Uji kolmogorov-smirnov*. Dengan demikian dapat disimpulkan data tersebut terjadi asumsi normalitas.

c) Uji Normalitas NPM (*Net Profit Margin*)

Tabel 4.4. Uji Normalitas NPM

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59140414
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.143
	Negative	-.093
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji Normalitas NPM dari 20 data pengamatan menunjukkan hasil probabilitas sebanyak 0,200 ($\text{sig.} > 0,05$) dari nilai tersebut data bisa dikatakan terdistribusi dengan normal sesuai dasar keputusan *Uji kolmogorov-smirnov*. Dengan demikian dapat disimpulkan data tersebut terjadi asumsi normalitas.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan apakah dalam model regresi linear terjadi hubungan korelasi antara variabel pengganggu pada periode t dengan variabel pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi yang dilakukan yaitu menggunakan uji statistik non-parametrik *Runs Test*. jika nilai *Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 jadi dapat dikatakan jika data tidak terjadi autokorelasi serta bersifat acak. Mengenai hasil pengujian autokorelasi terdapat pada tabel berikut ini:

a) Uji Autokorelasi ROA (*Return On Asset*)

**Tabel 4.5. Uji Autokorelai ROA
Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.04440
Cases < Test Value	10
Cases >= Test Value	10
Total Cases	20
Number of Runs	8
Z	-1.149
Asymp. Sig. (2-tailed)	.251

a. Median

Berdasarkan uji autokorelasi ROA diatas dari 20 data pengamatan menghasilkan bahwa nilai dari *test value* yaitu 0.04440 dengan nilai Asymp Sig 0,251 lebih besar dari pada tingkat signifikansi 0,05. Selanjutnya dapat disimpulkan jika data tidak terjadi autokorelasi.

b) Uji Autokorelasi ROE (*Return On Equity*)

**Tabel 4.6. Uji Autokorelasi ROE
Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.87673
Cases < Test Value	10
Cases >= Test Value	10
Total Cases	20
Number of Runs	8
Z	-1.149
Asymp. Sig. (2-tailed)	.251

a. Median

Berdasarkan uji autokorelasi ROE diatas dari 20 data pengamatan menghasilkan bahwa nilai dari *test value* yaitu 0.87673 dengan nilai Asymp Sig 0,251 lebih besar

dari pada tingkat signifikansi 0,05. Selanjutnya dapat disimpulkan jika data bersifat acak dan tidak terjadi autokorelasi.

c) Uji Autokorelasi NPM (*Net Profit Margin*)

**Tabel 4.7. Uji Autokorelasi NPM
Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.64144
Cases < Test Value	10
Cases >= Test Value	10
Total Cases	20
Number of Runs	12
Z	.230
Asymp. Sig. (2-tailed)	.818

a. Median

Berdasarkan uji autokorelasi NPM diatas dari 20 data pengamatan menghasilkan bahwa nilai dari *test value* yaitu 0.64144 dengan nilai Asymp Sig 0,818 lebih besar dari pada tingkat signifikansi 0,05. selanjutnya dapat disimpulkan jika data bersifat acak dan tidak terjadi autokorelasi.

3) Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi penyimpangan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.. Uji heterokedastisitas yang dilakukan yaitu dengan menggunakan *uji glesjer*. *Uji glesjer* digunakan dengan cara mengabsolutkan dependennya. Jadi apabila Data dikatakan tidak terjadi heterokedstisitas jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05. Mengenai hasil pengujian heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

a) Uji Heterokedastisitas ROA (*Return On Asset*)

Tabel 4.8. Uji Heterokedastisitas ROA**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan)	.770	.882		.873	.395
ICSR	1.492	1.597	.220	.934	.363
REP	-7.104	2.517	-.664	-2.822	.012

a. Dependent Variable: AbsRes

Dari tabel uji glejser ROA menunjukkan jika nilai probabilitas dari ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) 0,363 ($\text{sig} > 0,05$), maka model regresi dikatakan tidak mengandung heterodestisitas atau tidak ada satu pun variabel yang signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen, sedangkan nilai probabilitas dari Reputasi 0,012 ($\text{sig} < 0,05$) maka model regresi dikatakan terjadi adanya heterokedastisitas.

b) Uji Heterokedastisitas ROE (*Return On Equity*)

Tabel 4.9. Uji Heterokedastisitas ROE**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.525	5.009		.903	.379
ICSR	8.171	9.069	.214	.901	.380
REP	-39.136	14.299	-.651	-2.737	.014

a. Dependent Variable: AbsRes2

Dari tabel uji glejser ROE menunjukkan jika nilai probabilitas dari ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) 0,380 ($\text{sig} > 0,05$), maka model regresi

dikatakan tidak mengandung heterodestisitas atau tidak ada satu pun variabel yang signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen, sedangkan nilai probabilitas dari Reputasi 0,014 (sig <0,05) maka model regresi dikatakan terjadi adanya heterokedastisitas.

- c) Uji Heterokedastisitas NPM (*Net Profit Margin*)

Tabel 4.10. Uji Heterokesastisitas NPM

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.430	1.377		1.038	.314
ICSR	4.592	2.493	.380	1.842	.083
REP	-15.696	3.931	-.824	-3.993	.001

a. Dependent Variable: AbsRes3

Dari tabel uji glejser NPM menunjukkan jika nilai probabilitas dari ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) 0,083 (sig > 0,05), maka model regresi dikatakan tidak mengandung adanya heterodestisitas atau tidak ada satu pun variabel yang signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen, sedangkan nilai probabilitas dari Reputasi 0,001 (sig < 0,05) maka model regresi dikatakan terjadi adanya heterokedastisitas.

- 4) Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah didalam suatu model persamaan regresi mengandung adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolonieritas digunakan dengan cara melihat nilai VIF dan *tolerance*. Mengenai hasil pengujian

multikolonieritas ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

- a) Uji Multikolonieritas ROA (*Return On Asset*)

Tabel 4.11. Uji Multikolonieritas ROA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.870	1.591		-.547	.591		
ICSR	6.530	2.880	.529	2.268	.037	.709	1.410
REP	-13.008	4.541	-.668	-2.865	.011	.709	1.410

a. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan dari tabel uji multikolonieritas ROA tersebut ditunjukkan jika nilai tolerance sebanyak 0,709 atau nilainya lebih besar dari 0,10 ($0,709 \geq 10$) dan nilai VIF 1,410 atau ($1,410 \leq 10$) sehingga dapat dikatakan jika model regresi tidak mengandung adanya multikonolieritas.

- b) Uji Multikolonieritas ROE (*Return On Equity*)

Tabel 4.12. Uji Multikolonieritas ROE

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constan)	-7.794	9.143		-.852	.406		
ICSR	41.649	16.554	.602	2.516	.022	.709	1.410
REP	-60.330	26.100	-.553	-2.312	.034	.709	1.410

a. Dependent Variable: ROE

Berdasarkan dari tabel uji multikolonieritas ROE tersebut ditunjukkan

jika nilai tolerance sebanyak 0,709 atau nilainya lebih besar dari 0,10 ($0,709 \geq 10$) dan nilai VIF 1,410 atau ($1,410 \leq 10$) sehingga dapat dikatakan jika model regresi tidak mengandung adanya multikolonieritas.

c) Uji Multikolonieritas NPM (*Net Profit Margin*)

Tabel 4.13.
Uji Multikolonieritas NPM

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toler	VIF
1 (Constant)	-2.421	3.934		-.615	.547		
ICSR	8.751	7.123	.317	1.229	.236	.709	1.410
REP	8.012	11.231	.184	.713	.485	.709	1.410

a. Dependent Variable: NPM

Berdasarkan dari tabel uji multikolonieritas NPM tersebut ditunjukkan jika nilai tolerance sebanyak 0,709 atau nilainya lebih besar dari 0,10 ($0,709 \geq 10$) dan nilai VIF 1,410 atau ($1,410 \leq 10$) sehingga dapat dikatakan jika model regresi tidak mengandung adanya multikolonieritas.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel independen secara keseluruhan. Untuk melakukan pengujian variabel bebas maka sesuai dasar keputusan Uji F harus mempertimbangkan nilai signifikansi, jika $F < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai signifikansi, jika $F > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara keseluruhan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Mengenai output Uji F adalah sebagai berikut:

1) Uji F ROA (*Return On Asset*)

Tabel 4.14. Uji F ROA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.973	2	5.486	4.472	.028 ^b
	Residual	20.856	17	1.227		
	Total	31.829	19			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), REP, ICSR

Uji F atau ANNOVA test ROA terdapat nilai F sebanyak 4,472 dengan nilai sig 0,028. Karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,028 < 0,05$) maka secara simultan dikatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel REPUTASI dengan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap ROA (*Return On Asset*)

2) Uji F ROE (*Return On Equity*)

Tabel 4.15. Uji F ROE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.711	2	154.356	3.808	.043 ^b
	Residual	689.113	17	40.536		
	Total	997.824	19			

a. Dependent Variable: ROE

b. Predictors: (Constant), REP, ICSR

Dari Uji F atau ANNOVA test ROE terdapat nilai F sebanyak 3,808 dengan nilai sig 0,043 Karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,043 < 0,05$) maka secara simultan dikatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel REPUTASI dengan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap ROE (*Return On Equity*)

3) Uji F NPM (*Net Profit Margin*)**Tabel 4.16 Uji F NPM**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.358	2	15.679	2.089	.154 ^b
	Residual	127.592	17	7.505		
	Total	158.950	19			

a. Dependent Variable: NPM

b. Predictors: (Constant), REP, ICSR

Dari Uji F atau ANNOVA test NPM terdapat nilai F sebanyak 2.089 dengan nilai sig 0,154 Karena nilai sig lebih besar dari 0,05 ($0,154 > 0,05$) maka secara simultan dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel REPUTASI dengan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap NPM. (*Net Profit Margin*)

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien Determinasi diterapkan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependendari data observasi, berikut mengenai hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel dibawah ini :

1) ROA (*Return On Asset*)**Tabel 4.17. Uji R^2 ROA**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.345	.268		1.10763

a. Predictors: (Constant), REP, ICSR

Hasil uji determinasi ROA menghasilkan nilai Adjusted R Square sebanyak 0,268. Dimana variasi variabel dependen ROA (*Return On Asset*) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independent REPUTASI dan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebanyak 26,8% sementara itu sisanya ($100\% - 26,8\% = 73,2\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

2) ROE (*Return On Equity*)**Tabel 4.18. Uji R² ROE****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.309	.228	6.36679

a. Predictors: (Constant), REP, ICSR

Hasil uji determinasi ROE menghasilkan nilai Adjusted R Square sebanyak 0,228. dimana variasi variabel dependen ROE (*Return On Equity*) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independent REPUTASI dan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 22,8% sementara itu sisanya (100%-22,8% =77,2 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

3) NPM (*Net Profit Margin*)**Tabel 4.19. Uji F NPM****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.444 ^a	.197	.103	2.73960

a. Predictors: (Constant), REP, ICSR

Hasil uji determinasi NPM menghasilkan nilai Adjusted R Square sebanyak 0,103. Dimana variasi variabel dependen NPM (*Net Profit Margin*) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independent REPUTASI dan ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 10,3 % sedangkan sisanya (100%-10,3% =89,7 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

e. Uji Statistik t

Uji statistik t menunjukkan seberapa besar masing-masing variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Tolak ukur pengujian statistik t yang dilakukan yaitu dengan mengaplikasikan nilai signifikansi yang didapatkan dengan nilai signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikansi atau

hipotesis diterima. Hasil output uji statistik t adalah sebagai berikut:

1) ROA (*Return On Asset*)

Tabel 4.20. Uji T ROA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.870	1.591		-.547	.591
ICSR	6.530	2.880	.529	2.268	.037
REP	-13.008	4.541	-.668	-2.865	.011

a. Dependent Variable: ROA

Dari tabel Uji Statistik t tersebut, Nampak nilai Signifikansi variabel *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* sebanyak 0,037 ($\text{Sig} < 0,05$) dan nilai Signifikansi variabel reputasi sebanyak 0,011 ($\text{Sig} < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu ROA (*Return On Asset*).

Dasar keputusan yang berbeda adalah dengan mengaplikasikan nilai t hitung dan t tabel. Nilai t tabel dari 20 data pengamatan, yaitu sebanyak 2,110 untuk variabel *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* T hitung sebanyak 2,268, maka $2,268 > 2,110$ yang berarti variabel *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap ROA (*Return On Asset*). Sedangkan untuk variabel Reputasi nilai t hitung sebanyak -2,865, maka $-2,865 < 2,110$ yang berarti tidak berpengaruh terhadap ROA (*Return On Asset*).

2) ROE (*Return On Equity*)**Tabel 4.21. Uji T ROE**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.794	9.143		-.852	.406
ICSR	41.649	16.554	.602	2.516	.022
REP	-60.330	26.100	-.553	-2.312	.034

a. Dependent Variable: ROE

Dari *tabel* Uji Statistik t tersebut, Nampak nilai Signifikansi variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebanyak 0,022 (Sig < 0,05) dan nilai Signifikansi variabel reputasi sebanyak 0,034 (Sig < 0,05). Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu ROE (*Return On Equity*)

Dasar keputusan yang berbeda adalah dengan mengaplikasikan nilai t hitung dan t tabel. Nilai t *tabel* dari 20 data pengamatan, yaitu sebanyak 2,110 untuk variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) T hitung sebanyak 2,516, maka 2,516 > 2,110 yang berarti variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap ROE (*Return On Equity*). sedangkan untuk variabel Reputasi nilai t hitung sebanyak -2,312, maka -2,312 < 2,110 yang berarti tidak berpengaruh terhadap ROE (*Return On Equity*).

3) NPM (*Net Profit Margin*)

Tabel 4.22. Uji T NPM

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.421	3.934		-.615	.547
ICSR	8.751	7.123	.317	1.229	.236
REP	8.012	11.231	.184	.713	.485

a. Dependent Variable: NPM

Dari tabel Uji Statistik t tersebut, Nampak nilai Signifikansi variabel *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* sebanyak 0,236 ($\text{Sig} > 0,05$) dan nilai Signifikansi variabel reputasi sebanyak 0,485 ($\text{Sig} > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan masing-masing variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu NPM (*Net Profit Margin*).

Dasar keputusan yang berbeda adalah dengan mengaplikasikan nilai t hitung dan t tabel. Nilai t hitung untuk variabel *ICSR (Islamic Corporate Social Responsibility)* sebanyak 1,229 dan untuk variabel Reputasi nilai t hitung sebanyak 0,713, maka nilai t hitung dari variabel independen tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel untuk 20 data pengamatan, yakni sebesar 2,110. Jadi kesimpulan dari dasar keputusannya adalah t hitung $<$ t tabel, sehingga setiap variabel Independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen NPM (*Net Profit Margin*).

f. Regresi Linear berganda

Teknik analisis regresi linear berganda didapatkan hasil persamaan sebagai berikut :

1) ROA (*Return On Asset*)

$$ROA = -0,870 + 6,530 ICSR - 13,008 REP + e$$

Konstanta sebesar -0,870 membuktikan bahwa apabila variabel independent diduga konstan, jadi nilai

rata-rata ROA (*Return On Asset*) perusahaan adalah -0,870. Koefisien regresi ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) menunjukkan nilai sebesar 6.530, hal ini menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 pengungkapan dari item ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) akan meningkatkan ROA (*Return On Asset*) dengan maksud faktor lainnya yang tetap, atau menunjukkan indikasi bahwa faktor ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap ROA (*Return On Asset*). Koefisien regresi Reputasi menunjukkan nilai yang negatif sebesar -13,008, hal ini menunjukkan indikasi bahwa faktor Reputasi berpengaruh negatif terhadap ROA (*Return On Asset*). Maka apabila setiap peningkatan dari skor reputasi perusahaan akan menurunkan ROA (*Return On Asset*) dengan maksud faktor lainnya tetap.

2) ROE (*Return On Equity*)

$$ROE = -7,794 + 41,649 ICSR - 60,330 REP + e$$

Konstanta sebesar -7,794 membuktikan bahwa jika variabel independent diduga konstan, jadi nilai rata-rata ROE (*Return On Equity*) perusahaan adalah -7,794. Koefisien regresi ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) menunjukkan nilai sebesar 41,649, hal ini menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 pengungkapan dari item ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) akan meningkatkan ROE (*Return On Equity*) dengan maksud faktor lainnya yang tetap atau menunjukkan indikasi bahwa faktor ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap ROE (*Return On Equity*). Koefisien regresi Reputasi menunjukkan nilai yang negatif sebesar -60,330, hal ini memberikan indikasi bahwa faktor Reputasi tidak berpengaruh terhadap ROE. (*Return On Equity*) maka apabila setiap peningkatan dari skor reputasi perusahaan akan menurunkan ROE (*Return On Equity*) dengan maksud faktor lainnya tetap.

3) NPM (*Net Profit Margin*)

$$NPM = -2,421 + 8,751 ICSR + 8,012 REP + e$$

Konstanta sebesar -2,421 membuktikan bahwa jika variabel independent diduga konstan, jadi nilai rata-rata NPM (*Net Profit Margin*) perusahaan adalah -2,421. Koefisien regresi ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) menunjukkan nilai sebesar 8,751, hal ini menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 pengungkapan dari item ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) akan meningkatkan NPM (*Net Profit Margin*) dengan maksud faktor lainnya tetap, atau menunjukkan indikasi bahwa faktor ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap NPM (*Net Profit Margin*). Koefisien regresi Reputasi menunjukkan nilai sebesar 8,012, hal ini memberikan indikasi bahwa faktor Reputasi berpengaruh positif terhadap NPM. (*Net Profit Margin*) maka apabila setiap peningkatan dari skor reputasi perusahaan akan meningkatkan NPM (*Net Profit Margin*) dengan anggapan faktor lainnya tetap.

B. Pembahasan

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi sebesrapa besar pengaruh variabel Independen secara individual dalam menggambarkan variasi variabel dependen . Adapun pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap ROA (*Return On Asset*)

Berdasarkan Hasil Uji t dalam SPSS diperoleh nilai Signifikansi variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 0,037 (Sig < 0,05) sedangkan nilai t hitung untuk ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 2,268, Kejadian ini berarti H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif variabel ICSR terhadap ROA .

ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) diidentifikasi dengan teknik *containt analysis* atau

teknik menguraikan isi dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Penelitian ini menggunakan indeks ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) yang dirancang oleh Platnova, et.al (2016) yang mencakup 56 item. Yang mana apabila item diungkapkan maka diberi kode (1) sedangkan item yang tidak diungkapkan diberi kode (0).

Berdasarkan Regresi linear berganda Konstanta ICSR sebesar $-0,870$, Koefisien regresi ICSR menunjukkan nilai sebanyak $6,530$ ($\text{sig} > 0,05$) hal ini menyatakan bahwa setiap meningkatkan 1 pengungkapan dari item ICSR maka akan meningkatkan ROA dengan maksud faktor lainnya tetap, dan menunjukkan indikasi bahwa faktor ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap ROA (*Return On Asset*). Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauzizah Nasyiratun Nisa' dan Dian Kurniasari (2017) menunjukkan bahwa ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROA.⁵ Berbeda dalam penelitian yang dilakukan oleh Eka Cahyaningtiyas dan Clarashinta Canggih (2020) dan Chintya Zahra Ananda dan Erinoss NR (2020) menunjukkan bahwa ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh negatif terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROA.

Apabila dikaitkan dengan stakeholder teori ICSR bukan hanya bentuk tanggung jawab perusahaan saja namun juga bentuk tanggung jawab terhadap stakeholder yang mempunyai hubungan dengan perusahaan. yang bisa dikatakan perusahaan terbaik adalah tidak hanya menghasilkan profit yang besar tetapi juga bisa mensejahterakan pihak lain seperti stakeholder yang

⁵ Nasyirotun and Kurniasari, "PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE TERHADAP REPUTASI DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Indeks Tahun 2012 – 2014)."

memiliki hubungan dengan perusahaan.⁶ Sedangkan apabila dikaitkan dengan Teori legitimasi, perusahaan menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan suatu informasi di dalam laporan keuangan.⁷ Maka dari itu peneliti mengambil kesimpulan bahwa hasil *ICSR* (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap ROA (*Return On Asset*).

2. Pengaruh *ICSR* (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap ROE (*Return On Equity*)

Berdasarkan Hasil Uji t dalam SPSS diperoleh nilai Signifikansi variabel *ICSR* (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 0,022 (Sig < 0,05) sedangkan nilai t hitung untuk *ICSR* (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 2,516. Kejadian ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif *ICSR* terhadap ROE (*Return On Equity*).

Berdasarkan Regresi linear berganda Konstanta *ICSR* sebesar -7,794 Koefisien regresi *ICSR* menunjukkan nilai sebesar 41,649 (sig > 0,05) hal ini menyatakan bahwa setiap meningkatkan 1 pengungkapan dari item *ICSR* akan meningkatkan ROE dengan maksud faktor lainnya tetap, dan menunjukkan indikasi bahwa faktor *ICSR* berpengaruh positif terhadap ROE. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syurmita dan Miranda Junisar Fircarina (2020) dan Hilya Nafi Husna (2020) menunjukkan bahwa *ICSR* (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROE (*Return On Equity*).⁸ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Chintya Zahra Ananda dan Erinos NR (2020) menunjukkan bahwa *ICSR* (*Islamic*

⁶ Ahmad Afandi, Supaijo, and Wahyu Ningsih, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan."

⁷ Ahmad Afandi, Supaijo, and Wahyu Ningsih, 41.

⁸ Syurmita and Fircarina, "Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah Terhadap Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia."

Corporate Social Responsibility) berpengaruh negatif terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROE.

Apabila dikaitkan dengan teori stakeholder, tujuan dari teori tersebut adalah membantu meminimalkan kerugian yang bisa jadi muncul bagi stakeholder serta meningkatkan penciptaan nilai sebagai akibat dari kegiatan yang telah dilakukan, sedangkan apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, teori ini menganjurkan untuk menyakinkan bahwa aktivitas serta kinerja bank syariah dapat diterima oleh masyarakat.⁹ Maka dengan itu peneliti mengambil kesimpulan bahwa hasil ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap ROE (*Return On Equity*).

3. Pengaruh ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap NPM (*Net Profit Margin*)

Berdasarkan Hasil Uji t dalam SPSS diperoleh nilai Signifikansi variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 0,236 (Sig > 0,05, sedangkan nilai t hitung untuk ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) sebesar 1,229. Kejadian ini berarti Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak berpengaruh antara variabel ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) terhadap NPM (*Net Profit Margin*).

Berdasarkan Regresi linear berganda Konstanta ICSR sebesar -2,421, Koefisien regresi ICSR menunjukkan nilai sebesar 8.751 (sig > 0,05) hal ini menyatakan bahwa setiap meningkatkan 1 pengungkapan dari item ICSR akan meningkatkan NPM dengan maksud faktor lainnya tetap, dan menunjukkan indikasi bahwa faktor ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap NPM (*Net Profit Margin*). Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hilya Nafi Husna (2020) menunjukkan bahwa ICSR (*Islamic Corporate*

⁹ Esra Annisa and Fadrih Asyik, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Business."

Social Responsibility) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan NPM.¹⁰ Hal ini dikarenakan semakin bank umum syariah banyak mengungkapkan informasi ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) dengan itu kemampuan bank umum syariah dalam menghasilkan laba melalui pendapatan yang dipergunakannya terdapat pengaruh yang signifikan.

Apabila dikaitkan dengan Teori *stakeholder*, Teori ini menjelaskan bahwa dimana bank syariah yang berhadapan dengan beraneka macam harapan untuk para *stakeholder*, *stakeholder* akan lebih dapat menciptakan kinerja perusahaan yang tak tertandingi. Supaya tidak terdapat kegagalan dalam kemampuannya menghasilkan laba dengan pendapatan yang dipergunakan.¹¹ Sedangkan apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, dalam prespektif teori legitimasi bank yang melaksanakan ICSR akan memperoleh legitimasi dari masyarakat untuk menjaga keberlangsungan usahanya dan dapat berkinerja lebih baik, sebaliknya jika tidak melaksanakan ICSR maka tidak akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat.¹² Maka dari itu peneliti mengambil kesimpulan bahwa hasil ICSR (*Islamic Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif terhadap NPM (*Net Profit Margin*).

4. Pengaruh Reputasi terhadap ROA (*Return On Asset*)

Berdasarkan Hasil Uji t dalam SPSS diperoleh nilai Signifikansi variabel reputasi sebesar 0,011 (Sig < 0,05). Sedangkan nilai t hitung untuk Reputasi sebesar -2,685, Kejadian ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima

¹⁰ Nafi Husna, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan."

¹¹ Ananda and NR, "Pengaruh Islamic Corporate Governance Dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perbankan Syariah," 2068.

¹² Wardiwiyono and Jayanti, "Peran Islamic Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah."

yang berarti terdapat pengaruh negatif antara variabel Reputasi terhadap ROA (*Return On Asset*).

Reputasi diidentifikasi dengan menghitung presentasi Dana Pihak Ketiga suatu bank dibagi dengan total dana pihak ketiga pada BUS dan UUS, setelah itu presentasi dari pangsa pasar dibandingkan dengan rata-rata pihak ketiga yang dikelola oleh masing-masing BUS dan UUS. Kemudian hasil tersebut apabila presentasi DPK bank diatas rata-rata pasar dapat dikategorikan suatu bank mempunyai reputasi yang baik dengan diberi kode (1), sebaliknya apabila presentasi DPK bank dibawah rata-rata pasar dapat dikategorikan suatu bank mempunyai reputasi yang buruk dengan diberi kode (0).

Berdasarkan Regresi linear berganda Konstanta Reputasi sebesar $-0,870$ Koefisien regresi *Reputasi* menunjukkan nilai sebesar $-13,008$ ($\text{sig} < 0,05$) hal ini menyatakan bahwa setiap meningkatkan 1 pengungkapan dari item *Reputasi* akan menurunkan ROA (*Return On Asset*) dengan maksud faktor lainnya tetap, dan menunjukkan indikasi bahwa faktor *Reputasi* berpengaruh negatif terhadap ROA (*Return On Asset*). Hasil penelitian ini belum banyak yang meneliti secara spesifik, tetapi bertentangan terdapat salah satu penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reza Adita Almada,dkk (2021) dengan judul Peran mediasi reputasi pada hubungan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas bank di ASEAN dari prespektif green banking menunjukkan bahwa Reputasi berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROA (*Return On Asset*).¹³ Artinya Jika reputasi bank umum syariah naik maka kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROA juga naik sebaliknya jika reputasi menurun maka kinerja keuangan juga menurun.

Apabila dikaitkan dengan Teori stakeholder jika semakin banyak informasi yang diungkapkan maka tingkat kepercayaan stakeholder akan meningkat pula, perusahaan tidak dapat berdiri sendiri, perusahaan juga

¹³ Adita Aldama, Herwiyanti, and Srirejeki, "Peran Mediasi Reputasi Pada Hubungan Pengungkapan CSR."

harus mementingkan pihak diluar perusahaan. Sedangkan apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan yang melaksanakan banyak bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sosial, citra dan reputasi yang meningkat maka keadaan perusahaan juga akan semakin baik. Dengan kondisi baiknya reputasi perusahaan akan mendorong investor untuk menanamkan modalnya.¹⁴ Oleh karena itu peneliti mengambil kesimpulan bahwa Reputasi berpengaruh negatif terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROA (*Return On Asset*).

5. Pengaruh Reputasi terhadap ROE (*Return On Equity*)

Berdasarkan Hasil Uji t dalam SPSS diperoleh nilai Signifikansi variabel Reputasi sebesar 0,034 (Sig < 0,05). Sedangkan nilai t hitung untuk reputasi sebesar -2,312, Kejadian ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh negatif antara variabel Reputasi terhadap ROE (*Return On Equity*).

Berdasarkan Regresi linear berganda Konstanta Reputasi sebesar -7.794 Koefisien regresi *Reputasi* menunjukkan nilai sebesar -60.330 (sig < 0,05) hal ini menunjukkan bahwa setiap meningkatkan 1 pengungkapan dari item *Reputasi* akan menurunkan ROE (*Return On Equity*) dengan maksud faktor lainnya tetap, dan menunjukkan indikasi bahwa faktor *Reputasi* berpengaruh negatif terhadap ROE (*Return On Equity*). Hasil penelitian ini belum banyak yang meneliti secara spesifik, tetapi bertentangan terdapat salah penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aprizal (2021) dengan judul penelitian Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perbankan syariah di Indonesia menunjukkan bahwa Reputasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROE (*Return On Equity*).¹⁵ Artinya Jika reputasi bank umum

¹⁴ Ahmad Afandi, Supaijo, and Wahyu Ningsih, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan."

¹⁵ Aprizal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia."

syariah naik maka kinerja keuangan yang di peksikan dengan ROE juga naik, sebaliknya jika reputasi menurun maka kinerja keuangman juga menurun.

Apabila dikaitkan dengan stakeholder teori, stakeholder mempunyai kebijakan untuk melakukan kemampuannya dalam proses penerapan seluruh keterampilan yang dimiliki bank syariah yang dapat memepertahankan kesuksesannya.¹⁶ Sedangkan apabila dikaitkan dengan teori legitimasi adanya penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan dan dapat mendorong investor melakukan pengambilan keputusan investasi.¹⁷ bahwa Reputasi berpengaruh negatif terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROE (*Return On Equity*).

6. Pengaruh Reputasi terhadap NPM (*Net Profit Margin*)

Berdasarkan Hasil Uji t dalam SPSS diperoleh nilai Signifikansi variabel reputasi sebesar 0,485 (Sig > 0,05). Sedangkan nilai t hitung untuk reputasi sebesar 0,713, Kejadian ini berarti Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak berpengaruh antara variabel Reputasi terhadap NPM (*Net Profit Margin*).

Berdasarkan Regresi linear berganda Konstanta Reputasi sebesar -2,421 Koefisien regresi Reputasi menunjukkan nilai sebesar 8,012 (sig > 0,05) hal ini menyatakan bahwa setiap meningkatkan 1 pengungkapan dari item *Reputasi* akan meningkatkan NPM (*Net Profit Margin*) dengan maksud faktor lainnya tetap, dan menunjukkan indikasi bahwa faktor *Reputasi* berpengaruh positif terhadap NPM (*Net Profit Margin*). Hasil penelitian ini juga belum banyak yang meneliti secara spesifik, jadi penelitian kali ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan

¹⁶ Nafi Husna, "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Terhadap Reputasi Perusahaan."

¹⁷ Esra Annisa and Fadrih Asyik, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Business."

di proksikan dengan ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*). Peneliti menambahkan variabel NPM (*Net Profit Margin*) yang mana hasil tersebut terdapat penganruh yang signifikan atau positif. Artinya apabila reputasi bank umum syariah mengalami peningkatan maka kinerja keuangan yang diproksikan NPM (*Net Profit Margin*) atau laba yang dihasilkan dari pendapatan operasional bersih perusahaan juga akan meningkat.

Apabila dikaitkan dengan Teori stakeholder, semakin baik komitmen bank syariah terhadap para stakeholder dalam menjaga kepentingan, maka image bank syariah semakin baik dimata stakeholder dan dukungan stakeholder terhadap bank syariah juga meningkat.¹⁸ sedangkan apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, kegiatan yang dilakukan bank syariah terhadap masyarakat tentunya akan berimbas terhadap pembentukan figur atau reputasi perusahaan, yang mampu berpengaruh terhadap kinerja keuangan nantinya.¹⁹ bahwa Reputasi berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan yang di proksikan dengan NPM (*Net Profit Margin*).

¹⁸ Wardiwyono and Jayanti, "Peran Islamic Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah."

¹⁹ Syurmita and Fircarina, "Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility Dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah Terhadap Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia."