

Pengaruh ICSRD Terhadap Kinerja Keuangan dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening

Marwa Abd Aziz¹, Beid Fitrianova Andriani², dan Achyat Budianto³

¹Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sulthan Thaha Saifuddun Jambi, mrwabdulaziz@gmail.com

²Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, beidfitrinova212@gmail.com

³Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, achyat.ultra@uinjambi.ac.id

ABSTRACT

This research aims to take a look at the effect of Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure in direction of economic performance with the company reputation as intervening variable in corporate listed by JII in 2017-2019. This research used the Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure as an independent variable, financial company performance as a dependent variable and corporate reputation as an intervening variable. This research using descriptive quantitative method by means of gathering secondary data is annual report listed in JII. Data analysis technique used is a path analysis. The end effect of this research show that Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure (ICSRD) has an indirect effect toward Return on Asset (ROA) with corporate reputation as an intervening variable in corporate listed by JII in 2017 until 2019.

Keywords : *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Return on Asset (ROA), corporate reputation, Jakarta Islamic Indeks.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap kinerja ekonomi dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2017-2019. Penelitian ini menggunakan Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai variabel independen, kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel dependen dan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan cara mengumpulkan data sekunder berupa laporan tahunan yang terdaftar di JII. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil akhir penelitian ini menunjukkan bahwa Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure (ICSRD) berpengaruh tidak langsung terhadap Return on Asset (ROA) dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar di JII pada tahun 2017 sampai 2019.

Kata Kunci : *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Return on Asset (ROA), Reputasi Perusahaan, Jakarta Islamic Indeks.*

1. Pendahuluan

Dijuluki dengan negara dengan jumlah masyarakat dominan serta muslim terbesar. Indonesia memiliki keunggulan pada mengatur struktur keuangan. Terkait dengan fatwa di negara lain bisa dikeluarkan oleh perorangan ulama sehingga peluang terjadinya disparitas sangat besar, berkebalikan dengan fakta di Indonesia (Alamsyah, 2015). *Islamic Corporate Responsibility* diartikan menjadi tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan warga untuk menjamin keberlangsungan usaha dengan label usaha dijalankan yang sesuai dengan syariat islam, dengan begitu mendorong para investor untuk menanamkan modalnya tanpa terdapat kekhawatiran oleh dirinya terhadap keputusan yang di ambil serta secara tidak langsung menjadi strategi untuk manikkan kinerja keuangan perusahaan dan investor percaya bahwa dengan kegiatan tersebut akan dapat membuka peluang yang besar dibanding perusahaan lainnya.

Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* menjadi subjek pertanggungjawaban badan usaha kepada Allah SWT serta warga sekitar, mengingat islam terdapat prinsip-prinsip yang harus dijalankan dalam kegiatan usaha salah satunya adalah kepedulian terhadap sesama (Wahyu, Siti & Nuzula, 2016). Pada dasarnya sebuah perusahaan *go public* tidak harus memiliki ambisi dalam keuntungan saja tetapi harus menyediakan keuntungan untuk masyarakat dan lingkungan (Khairiyani & Mubyarto, 2019).

Reputasi ialah cara orang lain memiliki pandangan kepada suatu badan usaha, pribadi, suatu kelompok, atau suatu aktivitas. Reputasi dikatakan sebuah citra yang dimiliki perusahaan tersebut dimata masyarakat banyak. Hal ini sangat mempengaruhi dan merefleksikan penilaian pelanggan terhadap perusahaan, selain dari kualitas dan kuantitas jasa yang diberikan reputasi dapat tercipta dengan baik dengan adanya bentuk rasa tanggung jawab perusahaan pada lingkungan dan masyarakat (Fauziah & Kurniasari, 2017). Untuk melihat seberapa pengaruh yang dihasilkan perusahaan akan kinerjanya, perusahaan dinilai dan dinyatakan dalam satuan angka rasio keuangan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengungkapkan tingkatan hasil kerja perusahaan untuk menghasilkan profit dengan aset yang dipergunakan oleh perusahaan tersebut (Putra, 2016). Profitabilitas dinilai menggunakan *Return of Asset* (ROA). Pada analisa keuangan ROA mempunyai arti menjadi satu dari sekian cara

menilai efisiensi suatu badan usaha dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

Indonesia saat ini mengalami perkembangan saham syariah yang semakin meningkat peminatnya, dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama islam. Dalam menjalankan kegiatannya penduduk muslim akan mencari kegiatan yang tidak melanggar syariah salah satunya melakukan transaksi saham secara halal. Saham syariah telah dikenal di Indonesia sejak 2007 dan dalam perkembangannya saham syariah memiliki indeks yang diketahui sekarang bernama *Jakarta Islamic Indeks* dengan total perusahaan 30 perusahaan. Secara umum masyarakat sebagian besar hanya mengetahui perusahaan yang berkaitan dengan syariah adalah perbankan syariah, maka dari itu objek yang digunakan adalah *Jakarta Islamic Indeks* yang telah *listing* saham syariah bahwasannya di Indonesia terdapat perusahaan yang berjalan dalam bidang syariah terutama dalam hal saham syariah. Berikut data yang dimiliki perusahaan tersebut :

Tabel 1. Data ICSRD, ROA dan Reputasi

Tahun	ICSRD	ROA	Reputasi
2017	60,9 %	3,57 %	Rp 188.985.197
2018	61,1 %	2,54 %	Rp 245.209.537
2019	59,8 %	10,6 %	Rp 236.538.017

Pada data tabel 1, menggambarkan bahwa tingkat penurunan pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility sebesar 1,3 % tetapi ROA mengalami kenaikan yang cukup baik sebesar 8,06 % hal ini berkebalikan dengan teori serta selama 3 tahun tersebut reputasi mengalami kenaikan dan penurunan.

Penelitian oleh Wardani (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan. Sejalan pula kajian yang dilakukan oleh Nasiriyotunmengungkapkan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* mempengaruhi terhadap Kinerja Perusahaan serta penelitian dari Wahyu yang mengungkapkan ICSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Tetapi, studi lain menunjukkan kebalikan yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Arifin membuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan ICSR

tidak mampu mempengaruhi secara baik terhadap Kinerja Keuangan suatu badan usaha atau perusahaan.

Dari pemaparan masalah terkait *Islamic Corporate Social Responsibility* di atas serta beberapa teori dengan perbedaan hasil yang ditunjukkan dari beberapa peneliti dengan variabel yang sama peneliti ingin mengetahui dan menguji apakah terdapat pengaruh pengungkapan ICSRD terhadap reputasi dan Kinerja Keuangan perusahaan pada perusahaan yang *listing* di *Indonesian Stock Exchange* (IDX) dan merupakan perusahaan yang *listing* di *Jakarta Islamic Indeks* (JII) masa periode 2016 hingga 2018.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Legitimasi teori ini mengungkapkan bahwa “*The concept of legitimacy is important in analyzing the relationships between organizations and their environments*” yang artinya bahwa kegiatan dalam menelaah antara lingkup lingkungan masyarakat dan badan usahanya (Dowling & Pfeffer, 1975)

Teori legitimasi memiliki peran krusial dalam menelaah hubungan antara lingkup perusahaan dan warga setempatnya, perusahaan memiliki tujuan untuk berjalan sesuai dengan norma di masyarakat. Legitimasi menyediakan keterkaitan antara tingkat analisis organisasi dan masyarakat maka dengan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka pengakuan dari masyarakat secara langsung dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Teori Stakeholder teori ini menyatakan bahwa untuk melakukan kegiatan mengatur atau *me-manage* merupakan hal yang mencerminkan serta mengarahkan bagaimana manajer beroperasi serta menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memberikan hasil yang memenuhi dan mengelola harapan para *stakeholder* (Freeman et al., 2004).

3. Metodologi Penelitian

Metode riset studi ini adalah kuantitatif menggunakan jenis data sekunder. Dengan populasi sebanyak 46 perusahaan yang terdaftar di JII periode 2017 hingga 2019. Dengan sampel sebanyak 17 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik *purposivesampling*. Sehingga, perhitungan jumlah sampel penelitian yaitu $17 \times 4 = 51$ data sampel penelitian.

Regresi sederhana didasarkan pada korelasi fungsional ataupun kausal satu variabel independent dengan satu variabel dependent. Sedangkan Regresi linear berganda di dasarkan pada hubungan linear antara dua variabel bebas atau lebih (Sujarweni, 2019). Model Persamaanya adalah sebagai berikut :

$$1) \ Y_1 = \beta_1 X_1 + \epsilon_1 \dots \dots \dots \text{(Persamaan 1)}$$

$$2) \ Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_2 \dots \dots \dots \text{(Persamaan 2)}$$

Keterangan :

Y_2 = *Return On Asset*

X_2 = Reputasi Perusahaan

X = *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure*

ϵ = Residual

β_1 = Koefisien Regresi

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

4.1.1 Substruktural 1

4.1.1.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Substruktural 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,069 ^a	,005	-,016	2343810,79352

a. Predictors: (Constant), ICSRD

Dari tabel 2, diketahui hasil uji koefesien determinasi 0,005 jika dikonversi ke persen maka persentase sebesar 0,5% dapat artikan reputasi dapat dijelaskan oleh ICSRD dan reputasi perusahaan sebesar 0,5%. Sedangkan 99,5% terdapat faktor dari

lain variabel seperti keunggulan produk, kepercayaan terhadap perusahaan, kompetensi produk dan lainnya.

4.1.1.2 Uji t Substruktural 1

Tabel 3. Hasil Uji t hitung Substruktural 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 857442,199	1922176,889		,446	,658
	ICSRD 15097,781	31241,687	,069	,483	,631

a. Dependent Variable: REPUTASI

Pada tabel 3 memberikan hasil variabel X yaitu ICSRD memiliki tingkat signifikan $0,631 < 0,05$ dengan nilai t hitung $0,483$ lebih rendah angkanya dari t tabel $2,00758$ sehingga H_a ditolak. Dalam hal ini menandakan bahwa variabel ICSRD secara individu tidak berpengaruh terhadap reputasi.

4.1.2 Substruktural 2

4.1.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,434 ^a	,188	,155	10,16831

a. Predictors : (Constan), REPUTASI, ICSRD

Pada tabel tersebut diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 15,5% artinya ROA dapat dijelaskan oleh ICSRD dan reputasi perusahaan sebesar 15,5% dan selebihnya 84,5% oleh penyebab lain seperti perputaran kas, perputaran piutang dan lainnya.

4.1.2.2 Uji t Substruktural 2

Tabel 5. Hasil Uji t hitung Substruktural 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,506	8,356	-,420	,677
	ICSRD	,184	,136		1,355
	REPUTASI	1,829E-006	,000		,182

a. Dependent Variable : ROA

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa :

a) Pengaruh ICSRd terhadap ROA

Pada tabel 5 memberikan hasil variabel X_1 yaitu ICSRd memiliki tingkat signifikan $0,182 < 0,05$ dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,355 < 2,00758$) sehingga H_a ditolak. Dalam hal ini menandakan ICSRd secara parsial tidak berpengaruh terhadap ROA

b) Pengaruh Reputasi terhadap ROA

Pada tabel 5 memberikan hasil variabel X_2 yaitu Reputasi memiliki tingkat signifikan $0,005 < 0,05$ dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,951 > 2,00758$) sehingga H_a diterima. Dalam hal ini menandakan variabel ICSRd secara individu (parsial) berpengaruh terhadap ROA.

4.1.3 Uji F Substruktural 2

Tabel 6. Hasil Uji F Substruktural 2

ANOVA^a

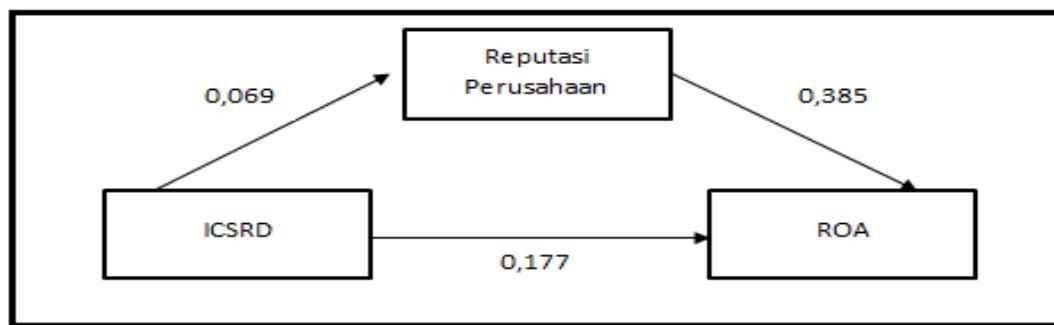
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1152,613	2	576,307	5,574
	Residual	4962,938	48	103,395	,007 ^b
	Total	6115,551	50		

- a. Dependent Variabel : ROA
- b. Predictors : (Constan), REPUTASI, ICSRD

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan bahwa nilai F sebesar 5,574 dengan nilai signifikan yaitu $0,007 < 0,05$ dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($5,574 > 3,179$) sehingga H_a diterima, artinya ICSRD dan reputasi mempengaruhi secara simultan variabel dependen yakni ROA.

4.1.4 Hasil Analisis Jalur

Gambar 1. Hasil Analisis Jalur



- a. Pengaruh langsung X_1 terhadap Y

Pengaruh ICSRD terhadap ROA secara langsung dapat dilihat pada tabel 5 yaitu nilai Beta sebesar 0,177

- b. Pengaruh langsung X_1 terhadap X_2

Pengaruh ICSRD terhadap reputasi secara langsung dapat dilihat pada tabel 3 yaitu nilai Beta sebesar 0,069

- c. Pengaruh langsung X_2 terhadap Y

Pengaruh reputasi terhadap ROA secara langsung dapat dilihat pada tabel 5 yaitu nilai Beta sebesar 0,385

- d. Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y melalui X_2

Pengaruh tidak langsung = $(\text{Beta } X_1 X_2) (\text{Beta } X_2 Y)$

$$= (0,069) (0,385)$$

$$= 0,0265$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh total} &= 0,0265 + 0,177 \\ &= 0,2035 \end{aligned}$$

Berdasarkan studi yang dilaksanakan mendapatkan hasil nilai pengaruh langsung sebesar 0,177 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,2035 yang berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih kecil dari nilai pengaruh tidak langsung (0,2035 > 0,177). Hal ini memperlihatkan bahwa secara tidak langsung ICSRD terhadap ROA melalui reputasi memiliki pengaruh yang signifikan.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan studi ini tidak ada pengaruh variabel ICSRD dengan reputasi. Dengan hasil analisis regresi menunjukkan variabel ICSRD memiliki nilai signifikan 0,631 dengan demikian Ha ditolak. Meskipun memiliki persentase ICSRD yang tinggi tidak menaikkan nama baik dan reputasi perusahaan secara penuh. Hal ini disebabkan oleh pengungkapan ICSRD yang tidak terungkap secara lebih rinci terkait item syariah seperti waqaf, riba, zakat dan lain-lain.

Tidak adanya pengaruh variabel ICSRD terhadap ROA. Hasil analisis regresi menunjukkan variabel ICSRD memiliki tingkat signifikan 0,182 dengan demikian Ha ditolak.. Terdapat banyak kegiatan CSR yang dilaksanakan perusahaan dalam pengungkapannya tetapi tidak banyak hasil kegiatan tersebut diungkapkan berimbang pada ROA hal inilah yang menyebabkan ICSRD tidak dapat mempengaruhi ROA.

Terdapat ada pengaruh variabel reputasi dengan ROA. Dengan hasil analisis regresi menunjukkan variabel Reputasi dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,951 < 2,00758$) sehingga H_a diterima. Reputasi memiliki dampak baik dimasyarakat dengan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut akan dapat meningkatkan ROA melalui kepercayaan mereka untuk menggunakan jasa perusahaan ataupun mengkonsumsi barang yang dihasilkan oleh perusahaan. Hasil ini memnunjukkan hasil yang seragam yaitu terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap ROA.

Hasil analisis jalur pada studi ini pengaruh langsung yang diberikan ICSRD terhadap ROA sebesar 0,177. Sedangkan pengaruh tidak langsung ICSRD terhadap ROA melalui Reputasi yaitu 0,0265, Maka pengaruh total yang diberikan ICSRD terhadap ROA yaitu 0,2035. Dari analisis ini dapat disimpulkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai pengaruh langsung ($0,2035 > 0,177$) Hal ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung ICSRD terhadap ROA melalui Reputasi terdapat pengaruh signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung ICSRD terhadap ROA

menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antar variabel tersebut yang berarti dibutuhkannya sebuah faktor yang menyebabkan ROA dapat mengalami kenaikan sebab dengan bagusnya kualitas ICSRD tidak dapat menaikkan persentase ROA secara langsung sebab dibutuhkannya kepercayaan masyarakat dalam memilih perusahaan sebagai target penggunaan jasa ataupun membeli produk perusahaan tersebut. Dengan adanya reputasi yang baik hal ini dapat menunjang kenaikan rasio profitabilitas dalam suatu perusahaan sebab dibutuhkannya kepercayaan oleh konsumen.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pengkajian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, Reputasi perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja keuangan, dan *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh secara tidak langung terhadap kinerja keuangan dengan reputasi perusahaan sebagai variabel intervening.

Referensi

- As'ad, Putra, D. I. A., & Arfan. (2021). Being al-wasatiyah agents: The role of azharite organization in the moderation of Indonesian religious constellation. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 11(2), 124–145. <https://doi.org/10.32350/jitc.11.2.07>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values And Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory And “The Corporate Objective Revisited.” *Organization Science*, 6.
- Jensen, C., & Meckling, H. (N.D.). *Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure*. 56.
- Khairiyani, K., & Mubyarto, N. (2019). Does Islamic Corporate Social Responsibility Improve Financial Performance? *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(2), 205–214.
- Nengsih, T. A. (2021). Jambi Province Economic Growth using Principal Component Regression in Islamic Economic Perspective. *Kontekstualita: Jurnal Penelitian*

Sosial Keagamaan, 36(01). <http://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/Kontekstualita%0A>

Nengsih, T. A., Nofrianto, N., Rosmanidar, E., & Uriawan, W. (2021). Corporate Social Responsibility on Image and Trust of Bank Syariah Mandiri. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 13(1), 151–170. <https://doi.org/10.15408/aiq.v13i1.18347>

Putra, A. S. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2).

Rosmanidar, E., Hadi, A. A. Al, & Ahsan, M. (2021). Islamic Banking Performance Measurement: a Conceptual Review of Two Decades. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 5(1), 16–33. <https://doi.org/10.46281/ijibfr.v5i1.1056>

Sari, W. A., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (N.D.). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan*. 39(02), 10.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian*. Pustakabarupress.

Usdeldi, Nasir, M. R., & Ahsan, M. (2021). Meta Synthesis of GCG, SSB, and CSR On Islamic banking, performance and financial innovations. *Iqtishadia*, 14(1), 1–25. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ejlQBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=islamic+economics&ots=3S7cdvFBox&sig=FmbOliOg3DIqJettaNLcung_d2U