

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui studi pustaka yaitu pada laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia kemudian dilakukan analisis data melalui *content analysis* dan *Statistical Package Social Sciences* (SPSS) serta dilakukan pembuktian terhadap hipotesis sehingga dapat tercapai tujuan penelitian dilakukan.

#### **A. *Publisitas Realisasi Corporate Social Responsibility Pada Bank Muamalat Indonesia Berdasarkan Indikator Islamic Social Reporting***

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia memiliki konsistensi yang baik dalam publisitas realisasi CSR dimana dalam waktu 7 tahun selalu memiliki predikat yang sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa selama tahun 2013 hingga 2020 Bank Muamalat Indonesia memiliki realisasi CSR atas dasar penilaian indikator ISR yang sangat informatif.

Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apip Zanariyatim, dkk. (2016) mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Bank Umum Syariah berdasarkan *Islamic Social Reporting* Indeks (Indeks ISR)” yang menyatakan bahwa Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri memperoleh predikat sangat informatif pada tahun 2012 hingga tahun 2014.<sup>1</sup> Serta penelitian yang dilakukan oleh Nofiyatul Khoiriyah (2019) mengenai “Analisis Perbandingan Tingkat

---

<sup>1</sup>*Ibid.*, Apip Zanariyatim, dkk., *Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah di Indonesia melalui Islamic Social Reporting Indeks*.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Islamic Social Reporting Indeks* pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2016-2018” menyatakan bahwa 12 Bank Umum Syariah di Indonesia tergolong informatif dari tahun ke tahun termasuk Bank Muamalat Indonesia.<sup>2</sup>

Publisitas realisasi CSR belum 100%, namun sudah tergolong baik. Publisitas tersebut tentu dapat mempengaruhi minat dan kepercayaan para *stakeholders* bahwa Bank Muamalat Indonesia memiliki predikat yang baik sehingga dapat dipercaya dalam pelaksanaan tanggung jawabnya bukan hanya pada perusahaan tetapi juga pada masyarakat, sosial bahkan lingkungan. Adanya minat dan kepercayaan tersebut tentu berdampak pada kinerja keuangan Bank Muamalat Indonesia, salah satunya adalah peningkatan pada profitabilitas dan aset. Berdasarkan hasil penelitian serta uraian diatas, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis satu (H1) yaitu publisitas realisasi CSR pada Bank Muamalat Indonesia berdasarkan indikator ISR tergolong sangat informatif.

---

<sup>2</sup>*Ibid.*, Noviyatul Khoiriyah, *Analisis Perbandingan Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks pada Bank Umum Syariah di Indonesia.*

## **B. Pengaruh Realisasi *Corporate Social Responsibility* Berdasarkan Indikator *Islamic Social Reporting* Terhadap Kinerja Keuangan Bank Muamalat Indonesia**

Perhitungan kinerja keuangan pada penelitian ini fokus pada *Return on Asset* dan *Return on Equity*. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa publisitas realisasi *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Islamic Social Reporting* memiliki pengaruh secara signifikan kinerja keuangan baik berupa *Return on Asset* maupun *Return on Equity*.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agung Prasetyo dan Wahyu Meiranto (2017) yang menyatakan bahwa publisitas perusahaan terkait CSR berpengaruh terhadap ROA dan ROE.<sup>3</sup> Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Deni Purnaningsih (2018) juga menyatakan hal yang sama yaitu CSR memiliki pengaruh terhadap ROA dan ROE.<sup>4</sup> Serta penelitian yang dilakukan oleh Galih Fajar Pemungkas dan Winarsih (2020) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu di atas adalah dasar analisis perhitungan publisitas realisasi CSR.

---

<sup>3</sup>*Ibid.*, Agung Prasetyo dan Wahyu Meiranto, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015*.

<sup>4</sup>*Ibid.*, Deni Purnaningsih, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan beberapa teori berikut:<sup>5</sup>

1. Teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa dalam operasionalnya, selain mementingkan kepentingan perusahaan juga harus memperhatikan dampaknya terhadap *stakeholder*. Perhatian perusahaan terhadap *stakeholder* terlaksana dalam kegiatan CSR. Semakin banyak kegiatan CSR yang dipublikasikan, maka aset perusahaan juga cenderung meningkat.
2. Teori legitimasi yang menjelaskan bahwa kondisi eksternal dalam kegiatan operasionalisasi perusahaan cenderung berubah-ubah sehingga perusahaan perlu melakukan usaha untuk meyakinkan masyarakat yaitu salah satunya melalui kegiatan CSR. Semakin tinggi kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan maka dapat mendorong sikap positif yang tinggi pada masyarakat atau konsumen atas layanan atau produk perusahaan sehingga mampu menghasilkan laba bersih dan aset perusahaan yang meningkat.
3. *Signalling theory* yang menjelaskan bahwa harus ada keseimbangan antara informasi dari perusahaan dengan masyarakat atau konsumen. Hal ini disebabkan adanya kepentingan konsumen atau masyarakat dalam mempertimbangkan dan membedakan perusahaan memiliki reputasi baik atau buruk melalui informasi tersebut. Sehingga publisitas CSR yang cukup informatif diperlukan bagi perusahaan guna memberikan kesan baik yang diberikan oleh masyarakat atau konsumen. Ketika kesan baik tersebut diperoleh perusahaan, maka dapat mempengaruhi peningkatan profit dan aset perusahaan.

---

<sup>5</sup>*Ibid.*, Noor Hadi, *Corporate Social Responsibility*. hlm. 93

Laporan keuangan yang memiliki publisitas realisasi CSR yang sangat informatif dapat mempengaruhi terkait bagaimana kinerja keuangan Bank Muamalat Indonesia dihitung berdasarkan ROA dan ROE. Hal ini disebabkan oleh *stakeholder* yang cenderung memberikan kesan baik pada kinerja Bank Muamalat Indonesia sehingga memiliki minat dan memberikan kepercayaan mereka. Kemudian hal inilah yang dapat mempengaruhi bagaimana keadaan aset dan profitabilitas bank. Namun berdasarkan hasil penelitian terhadap data kinerja keuangan berupa ROA dan ROE serta dilakukan pengujian data, Bank Muamalat Indonesia menunjukkan bahwa dengan publisitas CSR yang sangat informatif justru mempengaruhi kinerja keuangan yang cenderung menurun. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara publisitas realisasi CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan Bank Muamalat Indonesia sehingga hipotesis (H0) dalam penelitian ini dinyatakan **diterima**.