

BAB V

PEMBAHASAN

Tabel 5.1
Hasil Penelitian BMT Pahlawan dengan Harum di Tulungagung

Variabel	Levene's Test for Equality of Variances		Equal Variances Assumed		BMT Pahlawan			BMT Harum		
	F	Sig.	t	Sig.	Mean	Std. Dev	R Square	Mean	Std. Dev	R Square
Qardhul Hasan	1.370	.244	6.158	.000	23.05	3.713	.785	19.00	3.227	.765
ZIS	1.164	.283	4.487	.000	29.85	4.799		25.99	4.247	
Citra Perusahaan	.035	.851	.094	.925	15.23	2.767		15.18	2.719	

Sumber: Data SPSS yang telah diolah

A. Persamaan Dan Perbedaan Pengaruh *Qardul Hasan* Terhadap Citra

Perusahaan Pada BMT Pahlawan Dan Harum Di Tulungagung

1. Pengaruh Pembiayaan *Qardul Hasan* Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Di Tulungagung

Pengaruh pembiayaan *qardul hasan* bernilai positif yaitu sebesar 0,336 atau 33,6% menyatakan bahwa “setiap kenaikan 1% pada pembiayaan *qardul hasan*, akan menaikkan nilai citra perusahaan sebesar 0,336 dan sebaliknya”. Dengan tanggapan positif pada pembiayaan *qardul hasan* ternyata mendukung pengaruhnya terhadap citra perusahaan. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, dapat dilihat dari hasil

uji t yang menunjukkan pembiayaan *qardul hasan* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Dimana, diperoleh t hitung 2,596 dan signifikansi t tabel sebesar 0,014 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga menolak H_0 yang berarti “terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pembiayaan *qardul hasan* terhadap citra perusahaan pada BMT Pahlawan di Tulungagung”. Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan yang artinya bahwa *qardul hasan* mempunyai pengaruh yang besar terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang paham akan kebutuhan terkait pembiayaan *qardul hasan*, sehingga manfaat dari pembiayaan *qardul hasan* yang dimiliki BMT Pahlawan Tulungagung sangat dimengerti oleh nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggun⁹⁹, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *Corporate Sosial Responsibility* dengan citra perusahaan. Hal yang menjadi perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggun adalah terkait variabel yang digunakan di dalam CSR dan subyek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Anggun CSR *Community support* dan subyek penelitiannya adalah BNI Syariah cabang Yogyakarta. Sedangkan penelitian saat ini variabel yang digunakan CSR pembiayaan *qardul hasan* dan subyek penelitian saat ini pada BMT Pahlawan di Tulungagung. Dari variabel dan subyek penelitian yang dilakukan oleh Anggun dan penelitian saat ini berbeda, tetapi hasil penelitiannya sama

⁹⁹ Anggun Triana Purwanti Dewi, *Pengaruh Penerapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Citra Perusahaan BNI Syariah Cabang Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 78

yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini diperjelas bahwa adanya pengetahuan nasabah terkait dengan pembiayaan *qardhul hasan* sehingga manfaatnya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat dimengerti.

Hal ini sejalan dengan teori tentang citra perusahaan, bahwa citra dapat diartikan sebagai kesan perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.¹⁰⁰ Hal-hal yang positif yang ada pada lembaga akan meningkatkan citra lembaga seperti dengan adanya kesan yang diberikan lembaga terhadap nasabah pembiayaan *qardhul hasan*. Hal berikut juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial lembaga terhadap nasabah.

Untuk memberikan citra yang positif terhadap para nasabah dan masyarakat BMT Pahlawan Tulungagung sangat memperhatikan citra perusahaannya dengan memberikan kenyamanan untuk nasabahnya dan didukung dengan kegiatan sosial seperti memanfaatkan dana sosial untuk kegiatan keagamaan, serta untuk pembiayaan *qardhul hasan* tanpa mengambil keuntungan. Hal ini yang membuat BMT Pahlawan Tulungagung memberikan persepsi yang baik dan membuat nasabah mengetahui fakta-fakta tentang bentuk tanggung jawab tersebut sehingga inilah yang memunculkan terjadinya pengaruh yang signifikan antara CSR variabel pembiayaan *qardhul hasan* dengan citra perusahaan.

¹⁰⁰ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Publik Relation...*, hal. 111

2. Pengaruh *Qardul Hasan* Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Harum Di Tulungagung

Pengaruh pembiayaan *qardul hasan* bernilai positif yaitu sebesar 0,339 atau 33,9% menyatakan bahwa “setiap kenaikan 1% pada pembiayaan *qardul hasan*, akan menaikkan nilai citra perusahaan sebesar 0,339 dan sebaliknya”. Dengan tanggapan positif pada pembiayaan *qardul hasan* ternyata mendukung pengaruhnya terhadap citra perusahaan. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan pembiayaan *qardul hasan* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Dimana, diperoleh t hitung 3,686, dan signifikansi t tabel sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga menolak H_0 yang berarti “terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pembiayaan *qardul hasan* terhadap citra perusahaan pada BMT Harum di Tulungagung”. Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan yang artinya bahwa *qardul hasan* mempunyai pengaruh yang besar terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang paham akan kebutuhan terkait pembiayaan *qardul hasan*, sehingga manfaat dari pembiayaan *qardul hasan* yang dimiliki BMT Harum Tulungagung sangat dimengerti oleh nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulastr¹⁰¹, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *Corporate Sosial Responsibility* dengan citra perusahaan. Hal yang menjadi perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulastr¹⁰¹ adalah terkait variabel yang digunakan di dalam CSR dan subyek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sulastr¹⁰¹ variabel independennya CSR dan subyek penelitiannya pada Bank Syariah Mandiri Kota Denpasar. Sedangkan penelitian saat ini variabel yang digunakan CSR pembiayaan *qardhul hasan* dan subyek penelitian saat ini pada BMT Harum di Tulungagung. Dari variabel dan subyek penelitian yang dilakukan oleh Sulastr¹⁰¹ dan penelitian saat ini berbeda, tetapi hasil penelitiannya sama yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini diperjelas bahwa adanya pengetahuan nasabah terkait dengan pembiayaan *qardhul hasan* sehingga manfaatnya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat dimengerti.

Hal ini sejalan dengan teori tentang citra perusahaan, bahwa citra dapat diartikan sebagai kesan perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.¹⁰² Hal-hal yang positif yang ada pada lembaga akan meningkatkan citra lembaga seperti dengan adanya kesan yang diberikan

¹⁰¹ Sulastr¹⁰¹, *Pengaruh Penerapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Corporate Image Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada PT Bank syariah Mandiri Kota Denpasar)*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hal. 54

¹⁰² Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Publik Relation...*, hal. 111

lembaga terhadap nasabah pembiayaan *qardhul hasan*. Hal berikut juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial lembaga terhadap nasabah.

3. Persamaan Dan Perbedaan Pengaruh *Qardul Hasan* Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Dan Harum Di Tulungagung

Hasil uji *qardhul hasan* pada BMT Pahlawan dan Harum bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara BMT Pahlawan dan Harum di Tulungagung. Dari hasil perhitungan analisis *Levenes's Test* dapat dilihat angka probabilitas sebesar 0,244 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa data homogen sehingga dapat disimpulkan bahwa varian populasi identik. Hal itu berarti bahwa populasi yang diteliti memiliki sifat-sifat yang relatif seragam satu sama lainnya. Bahwa populasi *qardhul hasan* pada periode 2014-2016 sudah bisa mewakili besar penelitian yang akan dilakukan pada BMT Pahlawan dan Harum Tulungagung. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan uji beda *Equal Variances Assumed*, dapat dilihat dari nilai *t* hitung sebesar 6,158 dengan probabilitas 0,000 bahwa 0,000 lebih besar dari pada 0,05, artinya ada perbedaan *qardhul hasan* pada BMT Pahlawan dan BMT Harum di Tulungagung. Ternyata dari data homogen pada BMT Pahlawan dan Harum dapat diketahui bahwa adanya perbedaan pengaruh *qardhul hasan* pada BMT Pahlawan dan BMT Harum di Tulungagung. Dari adanya perbedaan tersebut dapat diketahui lebih besar pengaruhnya pada BMT Pahlawan ataukah BMT Harum. Terlihat bahwa BMT Pahlawan mempunyai mean

(rata-rata) *qardhul hasan* sebesar 23.05% dengan standar deviasi 3,713, lebih besar dibandingkan mean (rata-rata) *qardhul hasan* BMT Harum sebesar 19.00% dengan standar deviasi 3,227. Dengan demikian simpangan data BMT Pahlawan dan Harum menunjukkan bahwa data variabel *qardhul hasan* secara bersama-sama cukup baik karena standar deviasi lebih kecil dari pada mean, dan selama periode 2014-2016 BMT Pahlawan memiliki *qardhul hasan* lebih baik dibandingkan dengan BMT Harum.

Hal ini sejalan dengan teori tentang citra perusahaan, bahwa citra dapat diartikan sebagai kesan perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.¹⁰³ Hal-hal yang positif yang ada pada lembaga akan meningkatkan citra lembaga seperti dengan adanya kesan yang diberikan lembaga terhadap nasabah pembiayaan *qardhul hasan*. Hal berikut juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial lembaga terhadap nasabah.

Untuk memberikan citra yang positif terhadap para nasabah dan masyarakat BMT Pahlawan dan Harum Tulungagung sangat memperhatikan citra perusahaannya dengan memberikan kenyamanan untuk nasabahnya dan didukung dengan kegiatan sosial seperti memanfaatkan dana sosial untuk kegiatan keagamaan, serta untuk pembiayaan *qardhul hasan* tanpa mengambil keuntungan. Hal ini yang membuat BMT Pahlawan dan Harum Tulungagung memberikan persepsi yang baik dan membuat nasabah mengetahui fakta-fakta tentang bentuk

¹⁰³ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Publik Relation...*, hal. 111

tanggung jawab tersebut sehingga inilah yang memunculkan terjadinya pengaruh yang signifikan antara CSR variabel pembiayaan *qardhul hasan* dengan citra perusahaan.

B. Persamaan Dan Perbedaan Pengaruh ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Dan Harum Di Tulungagung

1. Pengaruh Dana ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Di Tulungagung

Pengaruh dana ZIS bernilai positif yaitu sebesar 0,265 atau 26,5% menyatakan bahwa “setiap kenaikan 1 persen pada dana ZIS, akan menaikkan nilai citra perusahaan sebesar 0,265 dan sebaliknya”. Dengan tanggapan positif pada pembiayaan ZIS ternyata mendukung pengaruhnya terhadap citra perusahaan. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan dana ZIS berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Dimana, diperoleh t hitung 2,644 dan signifikansi t tabel sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga menolak H_0 yang berarti “terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara dana ZIS terhadap citra perusahaan pada BMT Pahlawan di Tulungagung”. Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan yang artinya bahwa ZIS mempunyai pengaruh yang besar terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang paham akan pengalokasian terkait dana ZIS, sehingga manfaat dari

dana ZIS yang dimiliki BMT Pahlawan Tulungagung sangat dimengerti oleh nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi¹⁰⁴, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *Corporate Sosial Responsibility* dengan citra. Hal yang menjadi perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi adalah terkait variabel yang digunakan di dalam CSR dan subyek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi CSR dan subyek penelitiannya adalah Bank Syariah di Kota Kediri Jawa Timur. Sedangkan penelitian saat ini variabel yang digunakan CSR dana ZIS dan subyek penelitian saat ini pada BMT Pahlawan di Tulungagung. Dari variabel dan subyek penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi dan penelitian saat ini berbeda, hasil penelitiannya sama yaitu terdapat pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori tentang ZIS, bahwa citra perusahaan mempengaruhi reputasi perusahaan merupakan jaminan akan kualitas perusahaan, tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu.¹⁰⁵ Dengan adanya dana ZIS yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung merupakan tindakan yang dilakukan BMT Pahlawan Tulungagung secara konsisten sepanjang waktu. Hal-hal yang positif dengan adanya dana ZIS yang ada pada lembaga akan

¹⁰⁴ Djunaedi, *Pengaruh Penerapan Corporate Sosial Responsibility, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri*, jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, 2016, Vol. 3 No.2, hal. 118

¹⁰⁵ Imam Mulyana Dwi Swandi, *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*, dalam www.e-iman.uni.cc, diakses 13 Desember 2017.

meningkatkan citra lembaga seperti kegunaan dana ZIS salah satunya untuk menghilangkan kesenjangan antara si kaya dan si miskin dengan membantu fakir miskin. Hal berikut juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial lembaga terhadap masyarakat bukan mementingkan keuntungan lembaga saja.

Hasil ini menunjukkan bahwa dana ZIS yang membaik akan meningkatkan citra perusahaan. Jika dana ZIS mengalami peningkatan akan berdampak pada peningkatan alokasi dana zakat, infaq dan shadaqah yang disalurkan. Alokasi dana ZIS yang disalurkan akan berdampak pada persepsi positif masyarakat berupa citra perusahaan.

2. Pengaruh Dana ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Harum Di Tulungagung

Pengaruh dana ZIS bernilai positif yaitu sebesar 0,322 atau 32,2% menyatakan bahwa “setiap kenaikan 1% pada variabel dana ZIS, akan menaikkan nilai citra perusahaan sebesar 0,322 dan sebaliknya”. Dengan tanggapan positif pada pembiayaan ZIS ternyata mendukung pengaruhnya terhadap citra perusahaan. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan dana ZIS berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Dimana, diperoleh t hitung 4,610, dan signifikansi t tabel sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga menolak H_0 yang berarti “terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara dana ZIS terhadap citra perusahaan pada BMT Harum di

Tulungagung”. Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan yang artinya bahwa ZIS mempunyai pengaruh yang besar terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang paham akan pengalokasian terkait dana ZIS, sehingga manfaat dari dana ZIS yang dimiliki BMT Harum Tulungagung sangat dimengerti oleh nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur¹⁰⁶, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) dengan citra perusahaan. Hal yang menjadi perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur adalah terkait subyek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nur CSR dan subyek penelitiannya adalah BMT MMU Sidogiri. Sedangkan subyek penelitian saat ini pada BMT Harum di Tulungagung. Dari subyek penelitian yang dilakukan oleh Nur dan penelitian saat ini berbeda, hasil penelitiannya sama yaitu terdapat pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori tentang ZIS, bahwa citra perusahaan mempengaruhi reputasi perusahaan merupakan jaminan akan kualitas perusahaan, tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu.¹⁰⁷ Dengan adanya dana ZIS yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung merupakan tindakan yang dilakukan BMT Harum

¹⁰⁶ Nur Hasan, *Efektifitas Penerapan Program Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Dalam Meningkatkan Corporate Image Pada BMT MMU Sidogiri*, (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 2

¹⁰⁷ Imam Mulyana Dwi Swandi, *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*, dalam www.e-iman.uni.cc, diakses 13 Desember 2017.

Tulungagung secara konsisten sepanjang waktu. Hal-hal yang positif dengan adanya dana ZIS yang ada pada lembaga akan meningkatkan citra lembaga seperti kegunaan dana ZIS salah satunya untuk menghilangkan kesenjangan antara si kaya dan si miskin dengan membantu fakir miskin. Hal berikut juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial lembaga terhadap masyarakat bukan mementingkan keuntungan lembaga saja.

3. Persamaan Dan Perbedaan ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Dan Harum Di Tulungagung

Hasil uji ZIS pada BMT Pahlawan dan Harum bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara BMT Pahlawan dan Harum di Tulungagung. Dari hasil perhitungan analisis *Levenes's Test* dapat dilihat angka probabilitas sebesar 0,283 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa data homogen sehingga dapat disimpulkan bahwa varian populasi identik. Hal itu berarti bahwa populasi yang diteliti memiliki sifat-sifat yang relatif seragam satu sama lainnya. Bahwa populasi ZIS pada periode 2014-2016 sudah bisa mewakili besar penelitian yang akan dilakukan pada BMT Pahlawan dan Harum Tulungagung. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan uji beda *Equal Variances Assumed*, dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 4,487 dengan probabilitas 0,000 bahwa 0,000 lebih besar dari pada 0,05, artinya ada perbedaan ZIS pada BMT Pahlawan dan BMT Harum di Tulungagung. Ternyata dari data homogen pada BMT Pahlawan dan Harum dapat diketahui bahwa adanya

peredaan pengaruh ZIS pada BMT Pahlawan dan BMT Harum di Tulungagung. Dari adanya perbedaan tersebut dapat diketahui lebih besar pengaruhnya pada BMT Pahlawan ataukah BMT Harum. Terlihat bahwa BMT Pahlawan mempunyai mean (rata-rata) ZIS sebesar 29.85% dengan standar deviasi 4,799, lebih besar dibandingkan mean (rata-rata) ZIS BMT Harum sebesar 25.99% dengan standar deviasi 4,247. Dengan demikian simpangan data BMT Pahlawan dan Harum menunjukkan bahwa data variabel ZIS secara bersama-sama cukup baik karena standar deviasi lebih kecil dari pada mean, dan selama periode 2014-2016 BMT Pahlawan memiliki ZIS lebih baik dibandingkan dengan BMT Harum.

Hal ini sejalan dengan teori tentang ZIS, bahwa citra perusahaan mempengaruhi reputasi perusahaan merupakan jaminan akan kualitas perusahaan, tindakan yang dilakukan perusahaan secara konsisten sepanjang waktu.¹⁰⁸ Dengan adanya dana ZIS yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung merupakan tindakan yang dilakukan BMT Pahlawan Tulungagung secara konsisten sepanjang waktu. Hal-hal yang positif dengan adanya dana ZIS yang ada pada lembaga akan meningkatkan citra lembaga seperti kegunaan dana ZIS salah satunya untuk menghilangkan kesenjangan antara si kaya dan si miskin dengan membantu fakir miskin. Hal berikut juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial lembaga terhadap masyarakat bukan mementingkan keuntungan lembaga saja.

¹⁰⁸ Imam Mulyana Dwi Swandi, *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*, dalam www.e-iman.uni.cc, diakses 13 Desember 2017.

Hasil ini menunjukkan bahwa dana ZIS yang membaik akan meningkatkan citra perusahaan. Jika dana ZIS mengalami peningkatan akan berdampak pada peningkatan alokasi dana zakat, infaq dan shadaqah yang disalurkan. Alokasi dana ZIS yang disalurkan akan berdampak pada persepsi positif masyarakat berupa citra perusahaan.

C. Persamaan Dan Perbedaan Pengaruh *Qardul Hasan* Dan ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Dan Harum Di Tulungagung

a. Pengaruh *Qardul Hasan* Dan ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Di Tulungagung

Pengaruh *qardul hasan* dan ZIS bernilai negatif yaitu sebesar - 0,416 atau -41,6% menyatakan bahwa “setiap penurunan 1% pada *qardhul hasan* dan dana ZIS, akan menurunkan nilai citra perusahaan sebesar - 0,416 dan sebaliknya”. Dengan tanggapan negatif pada *qardhul hasan* dan dana ZIS ternyata tidak mendukung pengaruhnya terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa dengan menurunnya pembiayaan *qardhul hasan* dan dana ZIS mengakibatkan menurunkan citra perusahaan pada BMT Pahlawan Tulungagung. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding terbalik. Hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Dimana, diperoleh F hitung 65,672 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menolak H_0 yang berarti “terdapat pengaruh yang negatif tetapi signifikan antara pembiayaan *qardhul hasan* dan ZIS terhadap citra perusahaan pada BMT Pahlawan di

Tulungagung”. Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan yang artinya bahwa *qardhul hasan* dan ZIS bersama-sama mempunyai pengaruh yang besar terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang paham akan adanya *qardhul hasan* dan ZIS pada BMT Pahlawan Tulungagung berguna untuk mementingkan kesejahteraan nasabah, sehingga manfaat dari *qardhul hasan* dan ZIS yang dimiliki BMT Pahlawan Tulungagung sangat dirasakan dan dipahami oleh nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eti¹⁰⁹, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *Corporate Sosial Responsibility* dengan citra. Hal yang menjadi perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Eti adalah terkait variabel yang digunakan di dalam CSR dan subyek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Eti variabel yang digunakan CSR dan subyek penelitiannya adalah Bank Syariah di BNI Syariah cabang Semarang. Sedangkan penelitian saat ini variabel yang digunakan CSR pembiayaan *qardhul hasan* dan dana ZIS dan subyek penelitian saat ini pada BMT Pahlawan di Tulungagung. Dari variabel dan subyek penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi dan penelitian saat ini berbeda, hasil penelitiannya sama yaitu terdapat pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori tentang CSR, bahwa CSR merupakan inti dari etika bisnis, di mana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai

¹⁰⁹ Eti Susilawati, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Serta Pengaruhnya Terhadap Citra Dan Kepercayaan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Di BNI Syariah Cabang Semarang)*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2012), hal. 179

kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham, tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan.¹¹⁰ Dengan adanya dana *qardhul hasan* dan dana ZIS yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung menunjukkan kepedulian kepada pihak lain secara lebih luas dari pada menunjukkan kepedulian terhadap perusahaannya sendiri. Jadi dalam hal ini semakin tinggi dana CSR yang dikeluarkan maka semakin baik citra BMT dan semakin meningkat juga kepercayaan masyarakat untuk mempercayakan sebagian dananya diamanahkan kepada BMT Pahlawan Tulungagung.

b. Pengaruh *Qardul Hasan* Dan ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Harum Di Tulungagung

Pengaruh *qardul hasan* dan ZIS bernilai positif yaitu sebesar 0,382 atau 38,2% menyatakan bahwa “setiap kenaikan 1 satuan pada *qardhul hasan* dan dana ZIS, akan menaikkan nilai citra perusahaan sebesar -0,382 dan sebaliknya”. Dengan tanggapan positif pada *qardhul hasan* dan dana ZIS ternyata mendukung pengaruhnya terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa dengan kenaikan pembiayaan *qardhul hasan* dan dana ZIS mengakibatkan kenaikan citra perusahaan pada BMT Harum Tulungagung. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus. Hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh yang signifikan

¹¹⁰ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Rajawali Pers, 20012), hal.

terhadap citra perusahaan. Dimana, diperoleh F hitung 130,040 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menolak H_0 yang berarti “terdapat pengaruh yang signifikan antara pembiayaan *qardhul hasan* dan ZIS terhadap citra perusahaan pada BMT Harum di Tulungagung”. Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan yang artinya bahwa *qardhul hasan* dan ZIS bersama-sama mempunyai pengaruh yang besar terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang paham akan adanya *qardhul hasan* dan ZIS pada BMT Harum Tulungagung berguna untuk mementingkan kesejahteraan nasabah, sehingga manfaat dari *qardhul hasan* dan ZIS yang dimiliki BMT Harum Tulungagung sangat dirasakan dan dipahami oleh nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eti¹¹¹, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara *Corporate Sosial Responsibility* dengan citra. Hal yang menjadi perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Eti adalah terkait variabel yang digunakan di dalam CSR dan subyek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Eti variabel yang digunakan CSR dan subyek penelitiannya adalah Bank Syariah di BNI Syariah cabang Semarang. Sedangkan penelitian saat ini variabel yang digunakan CSR pembiayaan *qardhul hasan* dan dana ZIS dan subyek penelitian saat ini pada BMT Pahlawan di Tulungagung. Dari variabel dan subyek penelitian yang dilakukan oleh

¹¹¹ Eti Susilawati, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Serta Pengaruhnya Terhadap Citra Dan Kepercayaan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Di BNI Syariah Cabang Semarang)*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2012), hal. 179

Djunaedi dan penelitian saat ini berbeda, hasil penelitiannya sama yaitu terdapat pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori tentang CSR, bahwa CSR merupakan inti dari etika bisnis, di mana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham, tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan.¹¹² Dengan adanya dana *qardhul hasan* dan dana ZIS yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung menunjukkan kepedulian kepada pihak lain secara lebih luas dari pada menunjukkan kepedulian terhadap perusahaannya sendiri.

c. Persamaan Dan Perbedaan Pengaruh *Qardul Hasan* Dan ZIS Terhadap Citra Perusahaan Pada BMT Pahlawan Dan Harum Di Tulungagung

Hasil uji citra perusahaan dan ZIS pada BMT Pahlawan dan Harum bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara BMT Pahlawan dan Harum di Tulungagung. Dari hasil perhitungan analisis *Levenes's Test* dapat dilihat angka probabilitas sebesar 0,851 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa data homogen sehingga dapat disimpulkan bahwa varian populasi identik. Hal itu berarti bahwa populasi yang diteliti memiliki sifat-sifat yang relatif seragam satu sama lainnya. Bahwa populasi citra perusahaan pada periode 2014-2016 sudah bisa mewakili

¹¹² Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Rajawali Pers, 20012), hal.

besar penelitian yang akan dilakukan pada BMT Pahlawan dan Harum Tulungagung. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan uji beda *Equal Variances Assumed*, dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 0,094 dengan probabilitas 0,925 bahwa 0,925 lebih besar dari pada 0,05, artinya ada perbedaan *qardhul hasan* pada BMT Pahlawan dan BMT Harum di Tulungagung. Ternyata dari data homogen pada BMT Pahlawan dan Harum dapat diketahui bahwa adanya peredaan pengaruh *qardhul hasan* pada BMT Pahlawan dan BMT Harum di Tulungagung. Dari adanya perbedaan tersebut dapat diketahui lebih besar pengaruhnya pada BMT Pahlawan ataukah BMT Harum. Terlihat bahwa BMT Pahlawan mempunyai mean (rata-rata) *qardhul hasan* sebesar 15.23% dengan standar deviasi 2,767, lebih besar dibandingkan mean (rata-rata) *qardhul hasan* BMT Harum sebesar 15.18% dengan standar deviasi 2,719. Dengan demikian simpangan data BMT Pahlawan dan Harum menunjukkan bahwa data variabel *qardhul hasan* secara bersama-sama cukup baik karena standar deviasi lebih kecil dari pada mean, dan selama periode 2014-2016 BMT Pahlawan memiliki *qardhul hasan* lebih baik dibandingkan dengan BMT Harum. Jika dilihat besarnya pengaruh *qardhul hasan* dan ZIS terhadap citra perusahaan pada BMT Pahlawan sebesar 78,5% sedangkan Besarnya pengaruh *qardhul hasan* dan ZIS terhadap citra perusahaan pada BMT Harum sebesar 76,5%. Dengan demikian berarti bahwa pengaruh *qardhul hasan* dan ZIS terhadap citra perusahaan lebih besar BMT Pahlawan dari pada BMT Harum.

Hal ini sejalan dengan teori tentang CSR, bahwa CSR merupakan inti dari etika bisnis, di mana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham, tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan.¹¹³ Dengan adanya dana *qardhul hasan* dan dana ZIS yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung menunjukkan kepedulian kepada pihak lain secara lebih luas dari pada menunjukkan kepedulian terhadap perusahaannya sendiri.

¹¹³ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Rajawali Pers, 20012), hal.