

DAMPAK ZAKAT DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) PADA REPUTASI DAN HASIL KERJA BANK UMUM SYARIAH

Oleh:

Nuril Alfi Darsiya*, Moh. Amin, Junaidi****

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Malang

Email: alvinuril2016@gmail.com

ABSTRACT

The aims of this study to determine the effect of zakat and Corporate Social Responsibility on the reputation and performance of Islamic Commercial Banks. This analysis uses independent variables namely zakat and CSR. The dependent variable is the reputation and performance of sharia commercial banks. The samples in this study were Islamic public banks registered at Bank Indonesia (BI) and the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014-2017. Sample selection is done by purposive sampling method. The technical data analysis used is the logistic regression test. The results of the study show that: (1) zakat and CSR have a significant influence on the reputation of Islamic commercial banks. (2) Zakat has a positive but not significant relationship to the reputation of Islamic commercial banks. (3) CSR has a significant influence on the reputation of Islamic commercial banks. (4) zakat and CSR have a significant influence on the performance of sharia commercial banks. (5) zakat has a positive but not significant relationship to the performance of Islamic commercial banks. (6) CSR has a positive but not significant relationship to the performance of Islamic commercial banks.

Keywords: zakat, corporate social responsibility, reputation, performance

PENDAHULUAN

CSR atau biasa dikenal dengan Tanggung jawab sosial secara umum adalah bentuk tanggung jawab perusahaan dalam meningkatkan ketimpangan sosial dan kerusakan lingkungan itu tergantung pada kegiatan bisnis perusahaan. Perusahaan akan memiliki citra perusahaan yang baik dimata masyarakat dan lingkungan sekitarnya jika semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dibuat oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. CSR perusahaan dapat juga disalurkan dalam bentuk zakat.

Oleh karena itu, pengungkapan zakat dan CSR secara terus menerus dan konsisten akan selalu menumbuhkan kepercayaan publik terhadap bank. Oleh karena itu, para peneliti berasumsi zakat serta CSR terkait dengan reputasi entitas. Selain itu, reputasi juga mampu mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan demikian, reputasi akan memengaruhi dukungan publik pada bank dan akses bank ke sumber daya yang dibutuhkan. Semakin banyak bank mempertahankan reputasi mereka, semakin

banyak sumber daya yang dimilikinya untuk mengamankan pemegang saham, memperluas pelanggan untuk mengakses karya dan layanan, membangun kerja sama dengan pemasok, menerima karyawan yang berpotensi, dan mempertahankan karyawan. Karena itu, kita dapat menganggap reputasi dan kinerja saling terkait. Reputasi yang baik mendorong kinerjanya.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini dilakukan dengan judul “**Pengaruh Zakat Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Dan Kinerja Bank Umum Syariah**”.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah pengaruh zakat dan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap reputasi dan kinerja Bank Umum Syariah?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh zakat dan *Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi dan kinerja Bank Umum Syariah.

KAJIAN TEORI

Zakat

Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga. Perintah diwajibkan membayar zakat ditujukan oleh Allah SWT kepada setiap *ulil amri* (penguasa). Menurut bahasa zakat ialah berkembang atau pensucian. Dan berdasarkan istilah atau syara' zakat adalah hak yang besarnya telah ditentukan dan wajib dikeluarkan pada harta-harta tertentu seperti emas, perak, unta, dan lain sebagainya. Secara substansial zakat dapat digolongkan menjadi empat golongan, yaitu: zakat fitrah, zakat kekayaan, zakat penghasilan dan zakat barang temuan.

Tanggung Jawab Perusahaan (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam membangun ekonomi untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan perusahaan. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI).

Reputasi

Reputasi adalah aset tidak berwujud yang mewakili citra dan kredibilitas organisasi dari perspektif *stakeholders*. Kualitas reputasi organisasi menentukan tindakan *stakeholders* terhadap organisasi, yang pada akhirnya mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian reputasi adalah salah satu penentu keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi. Ada beberapa faktor yang dapat membentuk citra dan reputasi perusahaan. Elemen-elemen tersebut adalah kemampuan keuangan, kualitas produk dan pelayanan, fokus pelanggan, keunggulan dan sensitivitas SDM, reability, inovasi, tanggung jawab lingkungan, tanggung jawab sosial dan penekanan pada *Good Corporate Governance* (GCG) yang baik. Selain

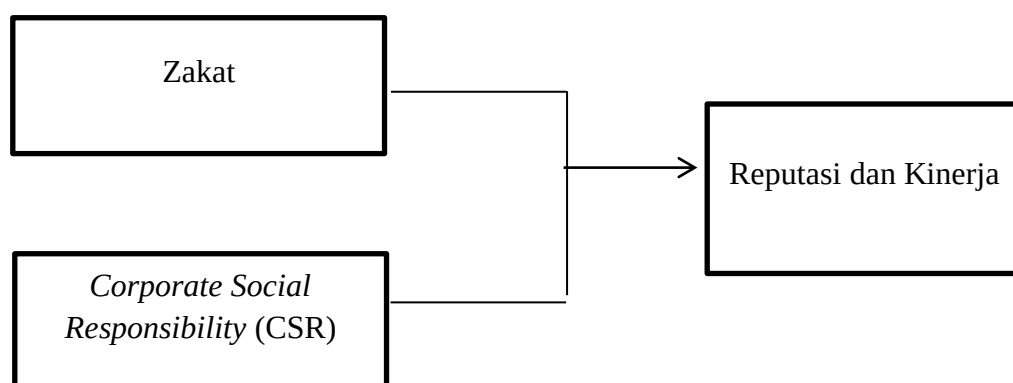
faktor-faktor di atas reputasi juga memiliki empat aspek, yaitu: Citra Kredibilitas, Terpercaya, Keterandalan dan Tanggung Jawab Sosial.

Kinerja

Kinerja merupakan prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan. Kinerja adalah konstruk multidimensi yang sangat kompleks, dan maknanya tergantung pada siapa yang mengevaluasinya, bagaimana ia dievaluasi, dan aspek apa yang sedang dievaluasi (Sturman, 2001:610). Senge (1990:4) yang terkenal sebagai tokoh organisasi pembelajaran menyatakan: “Organisasi yang akan memperoleh keunggulan di masa depan adalah organisasi yang dapat menemukan bagaimana melahirkan sekaligus menuntut komitmen dari setiap orang dan menumbuhkan kapasitas belajar pada semua tingkat organisasi. Organisasi yang demikian akan melahirkan kinerja yang luar biasa”.

Dari beberapa definisi kinerja yang telah diusulkan maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan organisasi selama periode waktu tertentu dan hasil pengukuran kinerja dapat disajikan sebagai input untuk perbaikan dan peningkatan organisasi dimasa mendatang.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1 : Zakat dan CSR berpengaruh terhadap reputasi bank umum syariah
- H1a : Zakat berpengaruh terhadap reputasi bank umum syariah
- H1b : CSR berpengaruh terhadap reputasi bank umum syariah
- H2 : Zakat dan CSR berpengaruh terhadap kinerja bank umum syariah
- H2a : Zakat berpengaruh terhadap kinerja bank umum syariah
- H2b : CSR berpengaruh terhadap kinerja bank umum syariah

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, dan peneliti belum mendapatkan informasi langsung dari subyeknya. Biasanya data sekunder berupa data dokumen yang tersedia atau data laporan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan Bank Umum Syariah pada tahun 2014, 2015, 2016 dan 2017 serta laporan yang memuat tentang pertanggung jawaban sosial perusahaan tersebut. Data dalam bentuk laporan tahunan yang dikeluarkan oleh bank syariah diperoleh dari situs *website* masing-masing bank syariah yang diselidiki dan data yang ada di Bank Indonesia. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dalam format elektrik. Data yang dimaksud adalah laporan tahunan dan laporan CSR yang dipublikasikan di situs resmi masing-masing bank umum syariah selama periode 2014-2017.

Sampel dalam survei ini adalah bank umum syariah yang terdaftar di Bank Indonesia (BI) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2014-2017. Metode penentuan sampel yang akan digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (1) Bank Umum Syariah (BUS) terdaftar di Bank Indonesia dan Bursa Efek Indonesia. (2) Bank Umum Syariah (BUS) menerbitkan laporan tahunan selama periode 2014-2017. (3) Bank Umum Syariah (BUS) yang membayar zakat mengungkapkan CSR.

Definisi operasional variabel

Zakat

Zakat merupakan sejumlah harta yang harus dikeluarkan oleh seorang muslim untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya sesuai syariat islam. Pengukuran zakat dilakukan dengan menggunakan data yang dibayarkan oleh perusahaan. Yang mana hal tersebut tertera dalam laporan keuangan bank syariah. Adapun perhitungan zakat yaitu 2.5% dari laba bersih setelah dikurangi pajak tahun berjalan. Zakat dalam penelitian ini menggunakan variabel *dummy* yaitu ketika perusahaan telah membayar zakat maka diberi nilai “1” dan nilai “0” jika perusahaan tidak membayar zakat.

Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan. Evaluasi dilakukan ketika mengukur tingkat pengungkapan CSR menggunakan variabel *dummy* yaitu dengan pemberian nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan. Berikut merupakan rumus menghitung CSR:

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

Reputasi

Reputasi adalah nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau bahkan Negara atas apa saja yang telah dicapai. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan LDR dalam menilai reputasi. LDR dapat dihitung dengan cara:

$$\text{LDR} = \frac{\text{Total Kredit kepada pihak ketiga bukan bank}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

Dari perhitungan diatas maka akan diperoleh hasil berupa rasio. Setelah memperoleh rasio LDR sebuah bank maka selanjutnya rasio tersebut dibandingkan dengan LDR rata-rata semua Bank Umum Syariah (BUS). Perusahaan yang memiliki *ratio* LDR diatas rata-rata maka perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki reputasi yang baik atau “1”, sedangkan perusahaan yang memiliki *ratio* LDR di bawah rata-rata maka perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki reputasi buruk atau “0”.

Kinerja

Kinerja merupakan hasil prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan. Rasio yang dapat digunakan dalam mengukur kinerja diantaranya adalah pengembalian aset (ROA), laba atas investasi (ROI), laba atas sekuritas (ROE), laba atas laba bersih (NPM), dan lain sebagainya namun dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan laba atas ekuitas (ROE).

ROE merupakan imbal hasil atau tingkat pengembalian atas ekuitas perusahaan. ROE juga merupakan perbandingan antara pendapatan bersih dengan modal sendiri. ROE dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Dari perhitungan diatas maka akan diperoleh hasil berupa *ratio*. Setelah diperoleh *ratio* ROE sebuah bank maka selanjutnya *ratio* tersebut dibandingkan dengan ROE rata-rata seluruh Bank Umum Syariah (BUS). Perusahaan yang memiliki *ratio* ROE diatas rata-rata maka perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki kinerja yang baik atau “1”, sedangkan perusahaan yang memiliki *ratio* ROE di bawah rata-rata maka perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki kinerja buruk atau “0”.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh bank umum syariah di Indonesia periode 2014-2017. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel diuji dalam dua model persamaan yang terpisah. Persamaan pertama akan menguji dampak zakat dan CSR pada reputasi bank, dan persamaan kedua akan menguji dampak zakat dan CSR pada hasil kerja bank.

4.1 Pengujian Model 1: Pengaruh Zakat dan CSR terhadap Reputasi Bank Umum Syariah

Tabel 1: Model Kelayakan

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	5.518	8	.701

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel model kelayakan yang menunjukkan signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Sebagaimana tertera didalam tabel 1 dengan signifikansi adalah $0,701 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model dikatakan *fit*.

Tabel 2: Ketepatan Prediksi Model

Classification Table^a

Observed			Predicted		
			y1		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	y1	0	9	5	64.3
		1	4	14	77.8
Overall Percentage					71.9

Sumber Pengambilan: Hasil SPSS

Menurut tabel tersebut, model pertama memiliki keakuratan prediksi sebesar 71,90%. Yang artinya nilai signifikansi yang didapat memiliki ketepatan prediksi sebesar 71,90%.

Tabel 3: Koefisien Determinasi

Garis Besar Model

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	35.083 ^a	.240	.322

Sumber: Output SPSS

Pada tabel *Cox & Snell R Square* dan *Nagelkerke R Square* yang bertindak sebagai koefisien determinasi. Berdasarkan tabel 3 nilai *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0.322 atau 32,2%. Hal ini menunjukkan bahwa 32,2% variansi dari reputasi bank umum syariah yang dapat diwakili oleh zakat dibayarkan dan CSR dilaporkan bank umum syariah.

Tabel 4: Variabel pembentukan persamaan

Variabel dalam Persamaan

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a x1	21.721	40192.992	.000	1	1.000	2.712E9
x2	-.144	.060	5.717	1	.017	.866
Constant	-19.305	40192.992	.000	1	1.000	.000

Sumber Pengambilan: Hasil SPSS

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 4 di atas yang memperlihatkan bahwa zakat memiliki hubungan positif pada reputasi karena memiliki nilai Beta (B) yang bernilai positif. Namun berdasarkan signifikansi (sig.) zakat tidak memiliki dampak yang signifikan pada reputasi karena memiliki nilai signifikansi (sig.) yang lebih besar dari 0,05 (sig. 1,000 > 0,05). Hasil penelitian ini mengindikasikan zakat merupakan bagian dari CSR. Oleh karena itu penelitian ini menolak H1a bahwa zakat memiliki dampak yang positif dan signifikan pada reputasi. Hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sidik dan Reskino (2016) yang menyatakan bahwa zakat memiliki dampak yang positif dan signifikan pada reputasi bank umum syariah.

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 4 di atas yang memperlihatkan bahwa CSR memiliki hubungan negatif pada reputasi karena memiliki nilai Beta (B) yang bernilai negatif. Berdasarkan nilai signifikansi (sig.) CSR juga memiliki dampak yang signifikan pada reputasi karena memiliki nilai signifikansi (sig.) yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,017 < 0,05). Dengan demikian penelitian ini menerima H1b bahwa CSR memiliki dampak yang signifikan pada reputasi. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Adi (2015) yang menyatakan bahwa CSR memiliki dampak yang signifikan pada reputasi bank umum syariah.

4.2 Pengujian Model 2: Pengaruh Zakat dan CSR terhadap Kinerja Bank Umum Syariah

Tabel 5: Kelayakan Model

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	8.462	8	.390

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan nilai tabel *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test* yang menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebagaimana tertera pada tabel 5 nilai signifikansi adalah 0,390 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model dikatakan *fit*. Oleh karena itu penelitian ini menerima H2 bahwa zakat dan CSR memiliki dampak yang positif dan signifikan.

Tabel 6: Keakuratan Prediksi Model

Classification Table^a

Observed			Predicted		
			y2		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	y2	0	1	2	33.3
		1	0	29	100.0
Overall Percentage					93.8

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, model kedua memiliki keakuratan prediksi sebesar 93,80%. Yang artinya nilai signifikansi yang didapat memiliki keakuratan prediksi sebesar 93,80%.

Tabel 7: Koefisien Determinasi

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	13.167 ^a	.190	.410

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan table *Cox & Snell R Square* dan *Nagelkerke R Square* berguna sebagai koefisien determinasi dalam regresi logistik. Nilai yang digunakan adalah dari *Nagelkerke R Square*. Berdasarkan tabel 7 nilai *Nagelkerke R Square* adalah 0.410 atau 41%. Hal ini menunjukkan bahwa 41% variansi dari kinerja bank umum syariah dapat diwakili oleh zakat yang dibayarkan dan CSR yang dilaporkan bank umum syariah.

Tabel 8: Variabel Pembentukan Persamaan

Variabel dalam Persamaan

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a x1	24.258	40192.969	.000	1	1.000	3.427E10
x2	.150	.138	1.194	1	.275	1.162
Constant	-23.187	40192.969	.000	1	1.000	.000

Sumber: Hasil SPSS

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 8 yang memperlihatkan bahwa zakat memiliki hubungan positif pada kinerja karena memiliki nilai Beta (B) yang bernilai positif. Namun berdasarkan signifikansi (sig.) zakat tidak memiliki dampak signifikan pada kinerja karena memiliki nilai signifikansi (sig.) yang lebih besar dari 0,05 (sig. 1,000 > 0,05). Hasil ini menunjukkan investor tidak mempertimbangkan informasi zakat yang dibayarkan dalam laporan tahunan bank. Oleh karena itu penelitian ini menolak H2a bahwa zakat memiliki dampak yang positif dan signifikan pada kinerja. Hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2016) yang menyatakan bahwa zakat memiliki dampak yang positif dan signifikan pada kinerja bank umum syariah.

Berdasarkan nilai Beta (B) pada tabel 8 di atas yang memperlihatkan bahwa CSR memiliki hubungan positif pada kinerja karena memiliki nilai Beta (B) yang bernilai positif. Namun berdasarkan signifikansi (sig.) CSR tidak memiliki dampak signifikan pada kinerja karena memiliki nilai signifikansi (sig.) yang lebih besar dari 0,05 (sig. 0,275 > 0,05). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan bank. Oleh karena itu penelitian ini menolak H2b bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2014) yang menyatakan bahwa CSR memiliki dampak yang signifikan pada kinerja bank umum syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode uji regresi logistik. Sampel dalam penelitian merupakan 12 bank komersial syariah Indonesia tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan telah mempublikasikan laporan keuangannya secara lengkap pada periode 2014 s.d 2017. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) zakat dan CSR memiliki dampak signifikan terhadap reputasi bank komersial syariah.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa zakat memiliki dampak positif tidak signifikan pada reputasi bank umum syariah.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki dampak yang signifikan pada reputasi bank umum syariah.
4. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama zakat dan CSR memiliki dampak signifikan pada kinerja bank komersial syariah.
5. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau antar variabel disimpulkan bahwa zakat memiliki dampak positif tidak signifikan pada kinerja bank komersial syariah.

6. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki dampak positif tidak signifikan pada kinerja bank umum syariah.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada perbankan syariah saja. Sehingga perusahaan yang dijadikan sampel tidak dapat mewakili seluruh Lembaga Keuangan Syariah yang ada di Indonesia.
2. Periode penelitian hanya menggunakan empat tahun yaitu 2014-2017.
3. Penelitian ini menggunakan metode pengukuran yang kurang kompleks dan variatif, karena untuk menilai reputasi dan kinerja perbankan syariah memerlukan pengukuran yang lebih komprehensif.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat menguji sektor industri syariah lainnya atau semua Lembaga Keuangan Syariah.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan rentang waktu yang lebih panjang agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji reputasi dan kinerja bank syariah dengan pengukuran yang lain, misal: menggunakan pengukuran kualitatif seperti kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Pramono Hari, 2015. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/634>. Diakses 21 November 2018
- Ahkmad, Fauzi, 2014. eprints.iai.surakarta.ac.id/925/1/skripsi%20full%20texas%20.pdf. Diakses 21 November 2018
- Ismail, Solihin, 2015, *Corporate Social Responsibility* Hal. 3
- Muhammad, Sadi, 2015, *Konsep Hukum Perbankan Syariah: Setara*, Malang Hal. 36
- Muhammad, Sahri, 2006, *Mekanisme Zakat & Permodalan Masyarakat Miskin Pengantar Untuk Rekonstruksi Kebijakan Pertumbuhan Ekonomi*: Bahtera Press Hal 33-36
- Mursyidi, 2003, *Akuntansi Zakat Kontemporer*: PT. Remaja Rosdakarya, Bandung Hal. 139
- Ramadhani, Rika Febby, 2016. <https://www.e-jurnal.com/2017/02/pengaruh-zakat-terhadap-kinerja.html?m=1>. Diakses 27 September 2018
- Sidik, Ichwan, 2016. http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/38547/1/ICHWAN_SIDIK-FEB.pdf. Diakses pada tanggal 15 Desember 2018

*) Alumni Universitas Islam Malang

**) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang