

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil analisis data penelitian. Dalam bab ini terdapat tiga bagian, yakni: *Pertama*, deskripsi objek penelitian dan analisis statistik deskriptif. *Kedua*, analisis regresi berganda. *Ketiga*, pembahasan hasil penelitian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia tahun 2011 hingga 2016. Tabel 4.1 berikut distribusi populasi yang diperoleh dalam penelitian ini:

TABEL 4.1
DATA POPULASI PENELITIAN

Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jumlah Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK	11	11	11	12	12	13

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria yakni Bank Umum Syariah yang konsisten terdaftar di OJK dari tahun 2011 hingga 2016 dan memiliki laporan tahunan dari tahun 2011 hingga 2016 yang dapat diakses oleh peneliti. BUS yang konsisten terdaftar dari tahun 2011 hingga 2016 yakni 11 bank dan yang terdapat laporan tahunan dari tahun 2011 hingga 2016 yakni 10 bank. Tabel 4.2 berikut adalah rangkuman distribusi sampel yang digunakan:

TABEL 4.2
DATA DISTRIBUSI SAMPEL PENELITIAN

No	Keterangan	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Jumlah Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK	11	11	11	12	12	13
2	Jumlah Bank Umum Syariah yang tidak konsisten terdaftar di OJK (2011-2016)	0	0	0	(1)	(1)	(2)
3	Bank Umum Syariah yang tidak menerbitkan laporan tahunan yang dapat diakses oleh peneliti (2011-2016)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Jumlah Bank Sampel		10	10	10	10	10	10

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dan menggambarkan variabel – variabel yang digunakan (Kuncoro, 2009). Hal – hal yang dipaparkan dalam Analisis statistik deskriptif meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi serta distribusi frekuensi. Hasil statistik deskriptif dipaparkan dalam tabel 4.3 berikut:

TABEL 4.3
STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL INDEPENDEN

Panel A: Continuous Variables

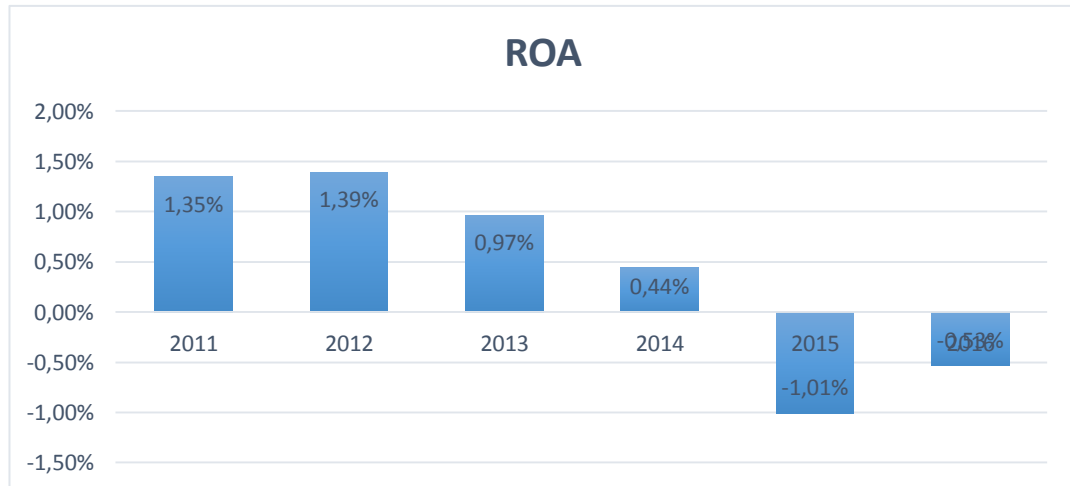
<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Profitabilitas (%)	60	-14	4,2	0,438	2,57
Usia Bank (Tahun)	60	1	25	7	6,343
Ukuran Bank (Jutaan Rupiah)	60	642,026	78,831,720	17,428,990	21,937,745
Jaringan Kantor	60	0	670	186	210,810

Panel B: Categorical Variables

<i>Variable</i>	<i>Percentage</i>
Kerjasama dengan Yayasan Amal	
Tidak Bekerjasama dengan Yayasan Amal	61,7
Kerjasama dengan Yayasan Amal	38,3

Hasil dari statistik deskriptif variabel independen diatas, menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai maksimum 4,2% yang dimiliki oleh PT. Bank Victoria Syariah pada tahun 2011. Nilai minimum profitabilitas yakni -14% yang dimiliki PT. Maybank Syariah pada tahun 2015. Nilai rata - rata profitabilitas bank sampel yakni 0,44%. Jika dilihat pada masing - masing tahun penelitian, maka rata - rata *Return on Asset* (ROA) per tahun diperoleh hasil seperti pada gambar 4.4 berikut ini:

GAMBAR 4.1
GRAFIK PROFITABILITAS



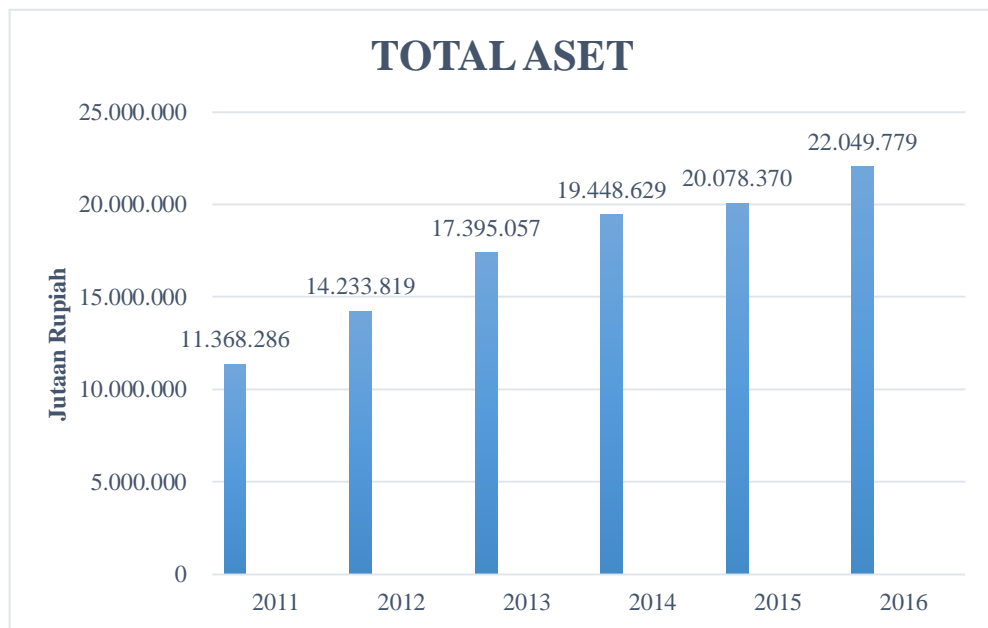
Pada gambar 4.1 diatas, menunjukkan pada tahun 2012 ROA bank sampel menunjukkan mengalami peningkatan sebesar 0,04% dan mulai menunjukkan penurunan dari tahun 2013, hingga tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 0,48%.

Variabel usia bank menunjukkan nilai maksimum 25, yang artinya usia tertua bank sampel mencapai 25 tahun yakni PT. Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2016. Nilai minimum usia bank yakni 1, artinya usia terendah bank pada masa penelitian yakni 1 tahun yang dimiliki oleh PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank Syariah Mega Indonesia, PT. Maybank Syariah Indonesia, dan PT. Bank Victoria Syariah pada tahun 2011. Nilai rata - rata usia bank sampel yakni 7, yang artinya rata - rata usia bank sampel yakni 7 tahun pada masa penelitian.

Variabel ukuran bank, nilai maksimum total aset yakni Rp 78.831.720 juta dimiliki oleh PT. Bank Syariah Mandiri pada tahun 2016. Sedangkan total aset terendah yakni Rp 642.026 juta yang dimiliki oleh PT. Bank Victoria Syariah

pada tahun 2011. Rata - rata total aset bank sampel yakni Rp 17.428.990 juta. Ukuran perusahaan jika dilihat pada masing - masing tahun penelitian maka seperti gambar 4.5 berikut:

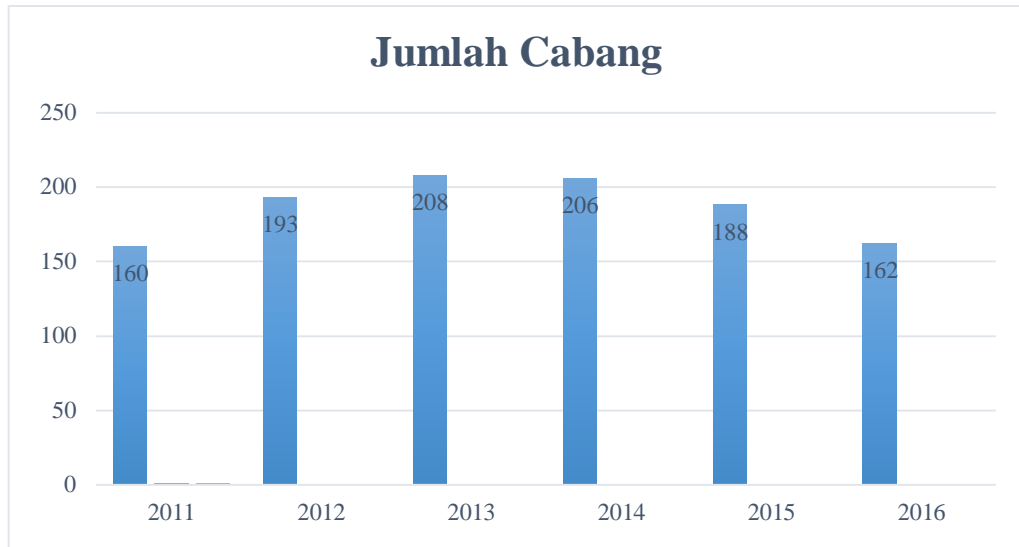
GAMBAR 4.2
GRAFIK UKURAN BANK



Dari gambar 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa total aset bank sampel mengalami kenaikan setiap tahun. Kenaikan tertinggi yakni pada tahun 2013 sebesar Rp 3.161.238 juta rupiah.

Variabel jaringan kantor memiliki nilai maksimum yakni 670, artinya jumlah cabang terbanyak pada bank sampel yakni 670 cabang yang dimiliki oleh PT. Bank Syariah Mandiri pada tahun 2014 dan 2015. Sedangkan nilai minimum pada variabel Jaringan Kantor yakni 0, artinya terdapat bank sampel pada tahun penelitian tidak memiliki cabang yakni PT. Maybank Syariah Indonesia. Nilai rata - rata jumlah cabang bank sampel pada tahun penelitian yakni 186 cabang. Jumlah cabang setiap tahun pada bank sampel dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut ini:

GAMBAR 4.3
GRAFIK JARINGAN KANTOR



Gambar 4.3 diatas, menunjukkan jumlah kantor cabang, kantor cabang pembantu, dan kantor kas yang dimiliki bank sampel pada tahun penelitian. Dari tahun 2011 hingga 2013 mengalami kenaikan jumlah cabang yang dimiliki bank sampel, namun pada tahun 2014 mulai mengalami penurunan hingga tahun 2016.

Pada tabel 4.3, variabel *dummy* Kerjasama dengan Yayasan Amal menunjukkan bahwa bank yang bekerjasama dengan yayasan amal dalam melakukan kegiatan CSR yakni sebanyak 23 atau 38,3% dari total sampel, sedangkan bank yang tidak bekerjasama dengan yayasan amal dalam melakukan kegiatan CSR yakni sebanyak 37 atau 61,7% dari total sampel.

TABEL 4.4
STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL DEPENDEN

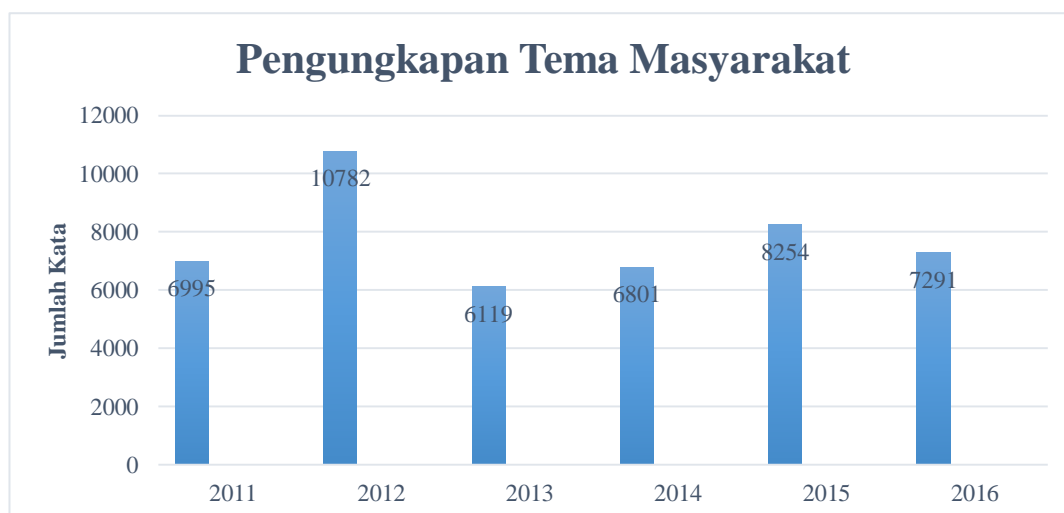
Deskriptif Statistik Pengungkapan Tema Masyarakat

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Pengungkapan Tema Masyarakat (Jumlah Kata)	60	10	4.731	771	880,104

Hasil statistik deskriptif variabel dependen diatas, menunjukkan nilai minimum pengungkapan tema masyarakat yakni 10 kata, hal ini terjadi pada PT. Bank Panin Syariah, Tbk tahun 2011. Sedangkan nilai maksimum pengungkapan tema masyarakat yakni 4.731 kata, hal ini terjadi pada PT. Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2012. Rata - rata pengungkapan tema masyarakat pada bank sampel yakni 771 kata.

Jika dilihat tingkat pengungkapan tema masyarakat pada setiap tahun penelitian, maka dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut:

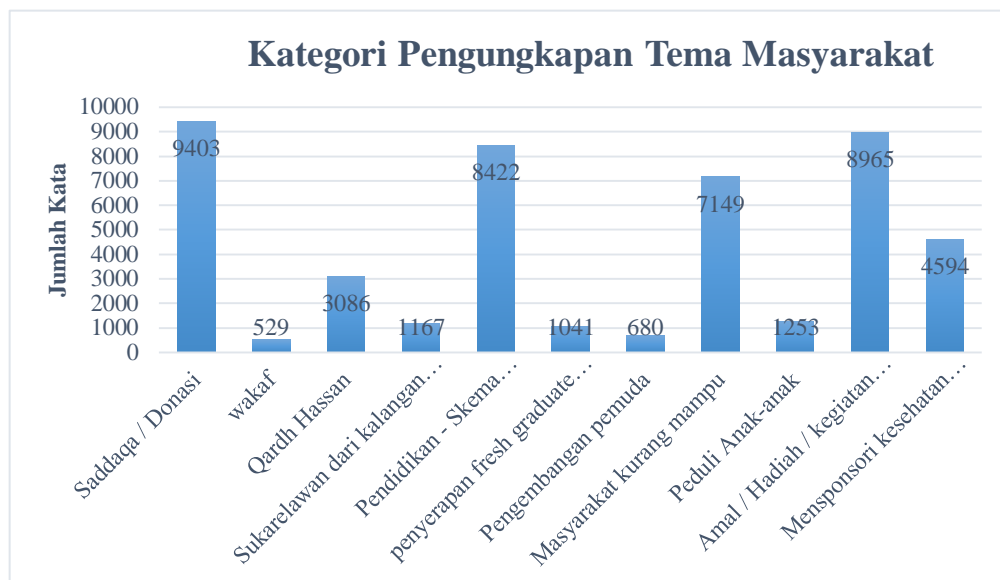
GAMBAR 4.4
GRAFIK PENGUNGKAPAN TEMA MASYARAKAT



Gambar 4.4 diatas, menggambarkan bahwa pengungkapan tertinggi terjadi pada tahun 2012 dengan jumlah kata yang diungkapkan yakni 10.782 kata. Hal ini sejalan dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan terbatas untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya. Namun, tahun 2013 menjadi tahun terendah dalam pengungkapan tema masyarakat.

Gambar 4.5 berikut menyajikan tingkat pengungkapan pada masing - masing item pengungkapan tema masyarakat oleh 60 bank sampel.

GAMBAR 4.5
GRAFIK KATEGORI PENGUNGKAPAN TEMA MASYARAKAT



Dari gambar 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa kategori pengungkapan tema masyarakat pada bank syariah paling banyak diungkapkan yakni sadaqa/donasi dengan jumlah kata yang diungkapkan yakni 9.403 kata. Kemudian disusul pengungkapan amal/hadiah/kegiatan sosial yang diungkapkan dalam 8.965 kata.

Berbanding terbalik dengan pengungkapan wakaf yakni 529 kata. Wakaf belum menjadi hal yang umum dilakukan oleh bank syariah dalam program CSR yang berkaitan dengan masyarakat. Walaupun di Indonesia sudah terdapat undang - undang tentang wakaf yakni UU nomor 41 tahun 2004 dan Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2006.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi normal. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing - masing variabel namun pada nilai residualnya (Kurniawan, 2014). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji Statistik Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Hasil uji Statistik Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

TABEL 4.5
HASIL UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	60
<i>Normal Parameters</i>	
<i>Mean</i>	0
<i>Std. Deviation</i>	66,447,548,619
<i>Most Extreme Differences</i>	
<i>Absolute</i>	0,145
<i>Positive</i>	0,145
<i>Negative</i>	-0,084
<i>Test Statistic</i>	0,145
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,003

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 5% ($0,003 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data secara keseluruhan tidak terdistribusi secara normal. Sehingga, dilakukan transformasi data dengan log natural (Ln).

TABEL 4.6
HASIL UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV SETELAH TRANSFORMASI DATA

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		60
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,88607191
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,071
	<i>Positive</i>	0,045
	<i>Negative</i>	-0,071
<i>Test Statistic</i>		0,071
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,2

Dari hasil uji statistik Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4.6 diatas, nilai Kolmogorov-Smirnov yakni 0,071 dan signifikan pada 0,2. Hal ini artinya data residual terdistribusi secara normal karena nilai residual lebih dari 0,05 ($0,2 > 0,05$).

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel - variabel bebas dalam suatu model linear berganda. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yakni *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan terdapat multikolinearitas jika nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 (Ghozali, 2011). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

TABEL 4.7
HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(Constant)		
Profitabilitas	0,917	1,090
Usia Bank	0,416	2,402
Ukuran Bank	0,183	5466
Jaringan Kantor	0,24	4,167
Kerjasama dengan Yayasan Amal	0,485	2,060

Dari tabel 4.7 diatas, dapat dilihat nilai *Tolerance* seluruh variabel $\geq 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode t dengan variabel pengganggu periode sebelumnya $t-1$. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi (Kurniawan, 2014). Uji Autokorelasi diuji dengan Run Test. Run Tes digunakan untuk melihat apakah data residual random atau tidak. Apabila hasil Run Tes menunjukkan nilai diatas 0,05 maka data residual terjadi secara random namun jika signifikansi dibawah 0,05 maka data residual terjadi secara tidak random. Hasil uji statistik Autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.8
HASIL UJI AUTOKORELASI

<i>Runs Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Test Value</i>	0,06621
<i>Cases < Test Value</i>	30
<i>Cases \geq Test Value</i>	30
<i>Total Cases</i>	60
<i>Number of Runs</i>	38
<i>Z</i>	1,823
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,068

Dari hasil Run Test dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,068 lebih besar dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual terjadi secara random.

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Pada penelitian ini, uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Pengujian ini dilakukan dengan meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel independen. Jika variabel independen memiliki nilai *p-value* signifikansinya diatas 0,05 maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi Heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikansinya dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan model regresi terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Hasil uji Glejser dapat dilihat dari tabel 4.9 berikut ini:

TABEL 4.9
HASIL UJI GLEJSER

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	-3,026	3,464		-0,873	0,386
Profitabilitas	1,799	2,881	0,086	0,624	0,535
Usia Bank	0,005	0,017	0,061	0,296	0,769
Ukuran Bank	0,132	0,122	0,334	1,079	0,285
Jaringan Kantor	-0,001	0,001	-0,244	-0,9	0,372
Kerjasama dengan Yayasan Amal	-0,275	0,208	-0,252	-1,324	0,191

Pada tabel 4.9 tersebut, diketahui bahwa nilai *p-value* semua variabel independen terhadap nilai *absolut residual* diatas 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*). Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

TABEL 4.10
HASIL REGRESI LINEAR BERGANDA

<i>Variable</i>	<i>Predicted Sign</i>	<i>Coefficients</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)		-17,829	0,004
Profitabilitas	+	-0,237	0,962
Usia Bank	+	0,023	0,439
Ukuran Bank	+	0,811	0,000
Jaringan Kantor	+	-0,004	0,002
Kerjasama dengan Yayasan Amal	+	0,842	0,021
<i>Model Summary</i>			
<i>Adjusted R-Square</i>		0,484	
<i>Standard Error of the Estimate</i>		0,926	
<i>Regression Model (Sig.)</i>		0,000	

Pada tabel 4.10 diatas, menunjukkan Koefisien determinasi (R^2) yang dapat dilihat pada nilai *Adjusted R-Square* yakni sebesar 0,484 atau 48%. Artinya, variabel - variabel independen mampu memperjelas variabel dependen sebesar 48%, sedangkan sisanya 52% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Tabel 4.10 diatas juga menunjukkan nilai signifikansi model regresi yakni 0,000. Nilai tersebut lebih kecil daripada signifikansi 5% ($0,000 < 0,05$), artinya semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel dependen.

Dari tabel 4.10 diatas, dapat diketahui bahwa persamaan regresi logistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{SD} = -17.824 - 0.237\text{ROA} + 0.023\text{AGE} + 0.811\text{SIZE} - 0.004\text{BRANCH} \\ + 0.842\text{FOUND} + \varepsilon$$

Dari tabel 4.10 diatas, diketahui variabel Profitabilitas memiliki *p-value* sebesar 0,962 lebih besar dari nilai signifikansi 5% ($0,962 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat. Dengan demikian hipotesis H1 yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat ditolak.

Begitu juga dengan variabel Usia Bank, memiliki *p-value* sebesar 0,439 lebih besar dari nilai signifikansi 5% ($0,962 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Usia Bank tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat.

Dengan demikian hipotesis H2 yang menyatakan usia bank berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat ditolak.

Variabel Ukuran Bank memiliki *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% ($0,000 < 0,05$), artinya ukuran bank berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat. Nilai koefisien regresi sebesar 0,81, artinya arah pengaruh ukuran bank terhadap pengungkapan tema masyarakat adalah positif. Dengan demikian hipotesis H3 yang menyatakan ukuran bank berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa bank yang lebih besar mengungkapkan informasi terkait pengungkapan tema masyarakat lebih banyak.

Variabel Jaringan Kantor memiliki *p-value* sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% ($0,002 < 0,05$), artinya jaringan kantor berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat. Nilai koefisien regresi sebesar - 0,004, artinya arah pengaruh jaringan kantor terhadap pengungkapan tema masyarakat adalah negatif. Dengan demikian hipotesis H4 yang menyatakan jaringan kantor berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa bank yang memiliki cabang lebih banyak mengungkapkan informasi terkait pengungkapan tema masyarakat lebih sedikit. Sebaliknya, bank yang memiliki cabang lebih sedikit mengungkapkan informasi terkait tema masyarakat lebih banyak.

Variabel kerjasama dengan yayasan amal memiliki *p-value* sebesar 0,021 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% ($0,021 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa kerjasama dengan yayasan amal berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat. Nilai koefisien regresi sebesar 0,842, artinya arah pengaruh kerjasama dengan yayasan amal terhadap pengungkapan tema masyarakat adalah positif. Dengan demikian hipotesis H5 yang menyatakan kerjasama dengan yayasan amal berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa bank yang bekerjasama dengan yayasan amal dalam pelaksanaan kegiatan CSR lebih banyak mengungkapkan informasi terkait pengungkapan tema masyarakat.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tema Masyarakat

Variabel Profitabilitas memiliki *p-value* sebesar 0,962 lebih besar dari nilai signifikansi 5% ($0,962 > 0,05$). Dengan demikian hipotesis H1 yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat ditolak, artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR oleh Andrikopoulos (2014), Giannarakis (2014) dan Ibrahim dkk (2015). Sedangkan hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Chakroun (2017) yang menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas pada

penelitian Chakroun (2017) diukur menggunakan rasio yang berbeda dari penelitian ini, yakni menggunakan *Return on Equity*. Sedangkan pada penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return on Asset* seperti pada penelitian Ibrahim dkk (2015).

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengungkapan informasi terkait CSR khususnya pengungkapan tema masyarakat tidak tergantung dengan kemampuan finansial bank. Kemungkinan pengungkapan lebih dipengaruhi oleh tekanan publik dari pada tekanan ekonomi (Giannarakis, 2014). Menurut Wuttichindanon (2017), kinerja ekonomi bukanlah faktor penentu pengungkapan CSR yang signifikan, mungkin perusahaan mendapat tekanan dari publik untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR, terlepas dari kemampuan keuangan mereka.

4.5.2 Pengaruh Usia Bank terhadap Pengungkapan Tema Masyarakat

Variabel Usia Bank, memiliki *p-value* sebesar 0,439 lebih besar dari nilai signifikansi 5% ($0,962 > 0,05$). Dengan demikian, hipotesis H2 yang menyatakan usia bank berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat ditolak. Artinya, usia bank tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tema masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh usia perusahaan terhadap pengungkapan CSR oleh Wuttichindanon (2017) dan Hanifa dkk (2016). Namun, penelitian ini tidak mendukung penelitian Chakroun (2017) yang menyatakan bahwa usia bank berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Pada penelitian Chakroun (2017), penelitian tidak hanya

fokus pada spesifik tema pengungkapan CSR namun menggunakan seluruh tema pada pengungkapan CSR dan penelitian tersebut menggunakan bank publik di Tunisia sebagai objek penelitian.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa bank mengungkapkan informasi terkait CSR khususnya tema masyarakat terlepas dari seberapa lama bank berdiri. Kemungkinan dengan adanya peraturan pemerintah terkait kegiatan CSR seperti Undang - Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa setiap pananam modal memiliki kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, apabila tidak melaksanakan kewajiban tersebut dikenai sanksi administrasi dan Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dilaporkan dalam laporan tahunan perseroan, mendorong kesadaran bank syariah di Indonesia baik lama maupun baru untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Walaupun dalam undang - undang tersebut pelaporan tanggung jawab sosial tidak bersifat wajib dan tidak ada sanksi apabila tidak melaporkannya, namun pelaporan tanggung jawab sosial menjadi kebutuhan perusahaan termasuk bank syariah sebagai bentuk komunikasi dengan *stakeholder*. Kemungkinan lain yang bisa menjelaskan hasil penelitian ini yaitu, perusahaan yang lebih muda mungkin memiliki pengetahuan yang cukup dan baik terkait dengan CSR pada masyarakat dan oleh karena itu mereka melakukan kegiatan CSR untuk masyarakat dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan mereka (Hanifa dan Cahaya, 2016).

4.5.3 Pengaruh Ukuran Bank terhadap Pengungkapan Tema Masyarakat

Variabel Ukuran Bank memiliki *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% ($0,000 < 0,05$) dan nilai koefisien regresi positif yakni sebesar 0,811. Dengan demikian, hipotesis H3 yang menyatakan ukuran bank berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat diterima. Artinya, bank yang lebih besar mengungkapkan informasi terkait CSR khususnya pengungkapan tema masyarakat lebih banyak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap penungkapan CSR oleh Hanifa dan Cahaya (2016), Andrikopoulos (2014) dan Giannarakis (2014). Hasil penelitian ini memberi bukti empiris pada hipotesis penelitian ini bahwa pengungkapan informasi CSR khususnya tema masyarakat lebih banyak pada bank yang lebih besar. Berdasarkan teori *stakeholder* etis, bank yang lebih besar berinteraksi dengan lebih banyak *stakeholder* sehingga meningkatkan tanggung jawab bank akan penyajian informasi tentang praktik CSR yang dilakukan.

4.5.4 Pengaruh Jaringan Kantor terhadap Pengungkapan Tema Masyarakat

Variabel Jaringan Kantor memiliki *p-value* sebesar 0,002 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% ($0,02 < 0,05$) dan koefisien regresi negatif yakni sebesar -0,004. Dengan demikian, jaringan kantor berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap pengungkapan tema masyarakat. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis H4 yang menyatakan bahwa Jaringan Kantor berpengaruh positif

terhadap Pengungkapan Tema Masyarakat. Namun, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu mengenai jumlah cabang dengan pengungkapan CSR oleh penelitian Hinson (2011) yang menemukan bahwa bank dengan jumlah cabang yang lebih sedikit cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial dari pada bank dengan jumlah cabang yang lebih banyak.

Perluasan jaringan kantor merupakan strategi pertumbuhan bank dan pemerintah mengatur perluasan jaringan kantor seperti pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/26/PBI/2012 dan Surat Edaran Bank Indonesia nomor 15/8/DPbS bahwa bank syariah dihibau untuk melakukan perluasan jaringan kantor pada wilayah - wilayah tertentu dan bank yang membuka cabang harus memenuhi persyaratan tingkat kesehatan dan memiliki ketersediaan alokasi Modal Inti yang memadai. Untuk itu, bank yang memiliki kinerja keuangan yang baik merealisasikan strategi pertumbuhan dengan memperluas jaringan kantor mereka. Sehingga mereka tidak memprioritaskan perhatiannya terhadap masyarakat sekitar (Hanifa dan Cahaya, 2016).

Sebaliknya, bank yang memiliki cabang lebih sedikit lebih menaruh perhatian terhadap kegiatan CSR dan mengungkapkannya, hal ini dimungkinkan karena bank yang memiliki cabang lebih sedikit menjadikan CSR sebagai strategi untuk menarik perhatian publik dimana CSR kini menjadi nilai tambah dari sebuah bisnis sehingga CSR dapat menjaga eksistensi bisnis dengan reputasi yang baik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR dapat mengurangi resiko keuangan yang diakibatkan dari ketidak pedulian bisnis terhadap sosial dan lingkungan.

4.5.5 Pengaruh Kerjasama dengan Yayasan Amal terhadap Pengungkapan Tema Masyarakat

Variabel kerjasama dengan yayasan amal memiliki *p-value* sebesar 0,021 lebih kecil dari nilai signifikansi 5% ($0,021 < 0,05$) dan koefisien regresi positif yakni sebesar 0.842. Dengan demikian, hipotesis H5 yang menyatakan bahwa adanya kerjasama dengan yayasan amal berpengaruh positif terhadap pengungkapan tema masyarakat diterima. Artinya, bank yang menjalin kerjasama dengan yayasan amal dalam melaksanakan kegiatan CSR mengungkapkan informasi CSR khususnya pengungkapan tema masyarakat lebih banyak. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Roberts (1992) mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam kerangka teori *stakeholder*.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris yang menguatkan hipotesis dalam penelitian ini bahwa bank yang bekerjasama dengan yayasan amal melibatkan lebih banyak *stakeholder*, sehingga meningkatkan tanggung jawab bank untuk mengungkapkan informasi karena berdasarkan teori *stakeholder* etis, semua *stakeholder* memiliki hak untuk mendapatkan informasi.

Secara keseluruhan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.11. berikut ini:

TABEL 4.11
RINGKASAN HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Hipotesis	Hasil
H₁ : <i>Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tema Masyarakat pada laporan tahunan bank syariah di Indonesia</i>	Ditolak
H₂ : <i>Usia Bank berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tema Masyarakat pada laporan tahunan bank syariah di Indonesia.</i>	Ditolak
H₃ : <i>Ukuran Bank berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tema Masyarakat pada laporan tahunan bank syariah di Indonesia</i>	Diterima
H₄ : <i>Jaringan Kantor berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tema Masyarakat pada laporan tahunan bank syariah di Indonesia</i>	Ditolak
H₅ : <i>Adanya Kerjasama dengan Yayasan Amal berpengaruh positif terhadap pengungkapan Tema Masyarakat pada laporan tahunan bank syariah di Indonesia</i>	Diterima