

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Usaha Dagang Al-maghfirah

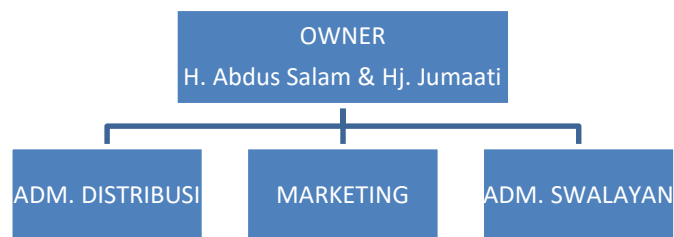
Toko Al-maghfirah ini adalah sebuah ruko kecil yang dulunya masih belum bernama Al-maghfirah melainkan hanya sebatas ruko biasa, didirikan pada tahun 1994 oleh pasangan bapak Abdus Salam dan ibu Juma'ati yang dikhususkan untuk para tetangga. Seiring berjalannya waktu, usaha rumahan ini semakin berkembang sampai dikenal satu kampung karena kelengkapan bahan pangan yang dibutuhkan masyarakat di kampung Badung Tengah.

Tahun 2004 yang awalnya hanya ruko rumahan kini pindah tempat ke pinggir jalan raya Badung Tengah yang sangat strategis dikarenakan semakin banyaknya pelanggan serta pada tahun ini juga toko ini mempunyai sales dan diresmikan dengan nama Al-maghfirah. Sejak tahun inilah mas-masa emas bagi bapak Abdus Salam dan ibu Juma'ati, disamping bisa berpindah tempat di pinggir jalan raya UD Al-maghfirah ini juga membangun gudang yang tempatnya tidak jauh dari sana yaitu di dusun Sumber Papan II.

Hingga sekarang karyawan di UD Al-maghfirah ini sudah mencapai 60 karyawan, 40 karyawan toko dan 20 karyawan gudang atau bagian distribusi. Disamping juga sukses dalam Usahanya tetapi UD al-maghfirah juga berperan aktif dalam mensejahterakan masyarakat sekitar misalnya

dalam bantuan dana sosial seperti santunan anak yatim, pengajian, Maulid Nabi dll, serta bantuan pendidikan.

Gambar. 4.1
Struktur UD Al-Maghfirah



Sumber: Data yang diolah, penulis, 2020.

2. Motto dan Tips Dari Owner Usaha Dagang Al-maghfirah

Motto : Ulet, Kreatif, Disiplin dan Sportif dalam bersaing

Tips Sukses : “Semakin tak terhitung yang kita sedekahkan, maka akan semakin tak terhitung pula balasan yang Allah berikan”

3. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan angket kepada Masyarakat dusun Sumber Papan II dan dusun Badung Tengah Desa Larangan Badung. Penelitian ini disebarakan sebanyak 77 kuesioner kepada Masyarakat dusun Sumber Papan II dan dusun Badung Tengah Desa Larangan Badung. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Cluster random sampling* yaitu suatu jenis sampel yang dipilih secara *random* atau acak. Teknik ini diterapkan ketika populasi berkelompok-kelompok yang nampak sama namun secara internal berbeda.

b. Deskripsi Data Responden

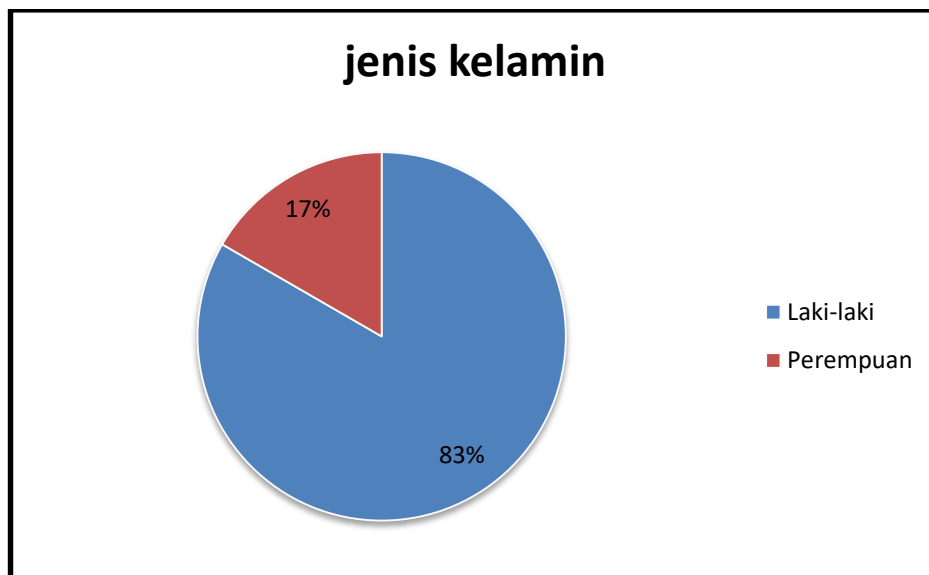
Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan agar dapat memahami hasil penelitian. Dalam penelitian ini, responden memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin Masyarakat yang diteliti di di Desa Larangan Badung Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar. 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data yang diolah, penulis, 2020.

Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 60 orang dengan presentase

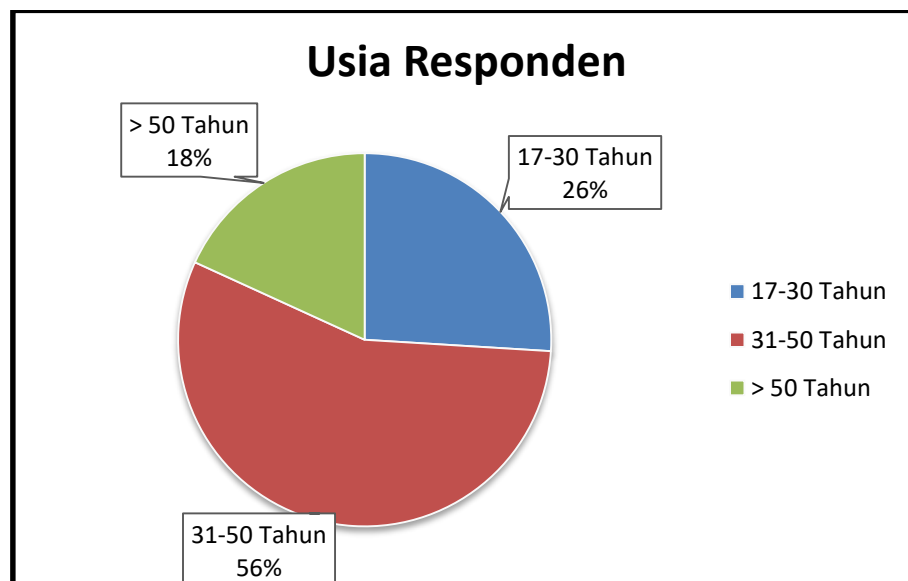
83% dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 12 orang dengan presentase 17%. Dengan demikian konsumen yang menjadi responden di Desa Larangan Badung ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki.

2) Usia Responden

Data usia responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi 3 kategori, yaitu mulai usia 17-30 tahun, 31-50 tahun, dan > 50 tahun. Kategori tersebut merupakan kategori umur masyarakat Desa Larangan Badung yang diambil sebagai responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar. 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data yang diolah, penulis, 2020.

Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui bahwa usia responden dalam penelitian ini yaitu usia 17-30 tahun berjumlah 20 orang dengan presentase 26%, usia 31-50 tahun

berjumlah 43 orang atau dengan presentase 56% dan umur > 50 tahun berjumlah 14 atau dengan presentase 18%. Dengan demikian, responden di Desa Larangan Badung ini didominasi oleh responden yang berusia 31- 50 tahun.

3) Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden pada penelitian ini dikelompokkan menjadi 6 kategori, yaitu guru, pelajar, pedagang, petani, buruh, dan tidak bekerja. Adapun data mengenai pekerjaan responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar. 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer diolah, 2020.

Berdasarkan gambar di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pekerjaan masyarakat di Desa Larangan Badung ini ada 6 kategori diantaranya adalah Guru sebanyak 17 orang dengan presentase sebesar 22%, Pelajar sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 13%, Pedagang sebanyak 14 orang dengan presentase

sebesar 18%, Petani sebanyak 18 dengan presentase sebesar 23%, Buruh sebanyak 12 orang dengan presentase sebesar 16%, dan yang Tidak Bekerja sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 8%. Data ini menunjukkan bahwa Responden dalam penelitian ini didominasi oleh Masyarakat yang bekerja sebagai petani.

c. Skala Pengukuran Instrumen

Tanggapan masyarakat dalam penelitian ini (responden) mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah didesa Larangan Badung Pamekasan dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel *Independent* terdiri dari *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* (X) dengan jumlah pertanyaan 18 butir. Sedangkan variabel *Dependent* yaitu Reputasi Perusahaan (Y) dengan pertanyaan 3 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pertanyaan adalah sebanyak 21 butir.

Peneliti memperoleh jawaban dari 77 responden yang terdiri dari variabel *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dan Reputasi Perusahaan. Hasil jawaban tersebut dikelompokkan dengan cara menghitung frekuensi dan persentasenya. Penilaian dari setiap butir pertanyaan diberi skor 5-4-3-2-1 dan hasil dari pengelompokkan tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* (X)

Tanggapan dari responden terkait variabel *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* (X) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel. 4.4
Variabel *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

NO	SB	B	N	TB	STB	N	SKOR	MEAN	TCR	KATEGORI
	5	4	3	2	1					
1	13	17	47	-	-	77	274	3.5584	71.1688	Kuat
2	6	68	3	-	-	77	311	4.039	80.7792	Sangat Kuat
3	1	65	11	-	-	77	298	3.8701	77.4026	Kuat
4	13	49	15	-	-	77	306	3.974	79.4805	Kuat
5	15	15	47	-	-	77	276	3.5844	71.6883	Kuat
6	-	74	3	-	-	77	305	3.961	79.2208	Kuat
7	12	55	10	-	-	77	310	4.026	80.5195	Sangat Kuat
8	-	62	15	-	-	77	293	3.8052	76.1039	Kuat
9	2	35	40	-	-	77	270	3.5065	70.1299	Kuat
10	8	16	53	-	-	77	263	3.4156	68.3117	Kuat
11	1	51	24	1	-	77	283	3.6753	73.5065	Kuat
12	5	60	10	2	-	77	299	3.8831	77.6623	Kuat
13	10	44	22	1	-	77	294	3.8182	76.3636	Kuat
14	6	29	41	1	-	77	271	3.5195	70.3896	Kuat
15	9	13	54	1	-	77	261	3.3896	67.7922	Kuat
16	12	7	57	1	-	77	261	3.3896	67.7922	Kuat
17	16	4	54	3	-	77	264	3.4286	68.5714	Kuat
18	-	16	48	13	-	77	234	3.039	60.7792	Kuat

Sumber: Data yang diolah, penulis, 2020.

2) Reputasi Perusahaan (Y)

Tanggapan dari responden terkait variabel Reputasi perusahaan

(Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

Tabel. 4.5
Variabel Reputasi Perusahaan

NO	SB	B	N	TB	STB	N	SKOR	MEAN	TCR	KATEGORI
	5	4	3	2	1					

1	-	29	48	-	-	77	260	3.3766	67.5325	Kuat
2	60	17		-	-	77	368	4.7792	95.5844	Sangat Kuat
3	16	14	47	-	-	77	277	3.5974	71.9481	Kuat

Sumber: Data yang diolah, penulis, 2020.

4. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian kualitas data ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Peneliti menggunakan analisis dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 20. Berikut ini hasil uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel dan *alpha* ($\alpha = 5\%$). Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , dan nilai r positif, maka item tersebut dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini besarnya df yaitu $= 77-2$ atau $df = 75$ dan $\alpha 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga diperoleh r_{tabel} 0,2242. Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, maka diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . dengan rincian sebagai berikut:

Tabel. 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel X

Item	Koefisien korelasi	r_{tabel}	Validitas
X1	0,865	0,2242	Valid
X2	0,589	0,2242	Valid
X3	0,412	0,2242	Valid
X4	0,769	0,2242	Valid
X5	0,887	0,2242	Valid
X6	0,250	0,2242	Valid
X7	0,685	0,2242	Valid
X8	0,415	0,2242	Valid
X9	0,682	0,2242	Valid
X10	0,818	0,2242	Valid
X11	0,461	0,2242	Valid
X12	0,523	0,2242	Valid
X13	0,753	0,2242	Valid
X14	0,725	0,2242	Valid
X15	0,850	0,2242	Valid
X16	0,900	0,2242	Valid
X17	0,935	0,2242	Valid
X18	0,678	0,2242	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2020.

Tabel. 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Koefisien korelasi	r_{tabel}	Validitas
Y1	0,897	0,2242	Valid
Y2	0,367	0,2242	Valid
Y3	0,942	0,2242	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2020.

Keterangan: $r_{\text{hitung}} > 0,2242$, maka valid

$r_{\text{hitung}} < 0,2242$, maka tidak valid

Hasil dari uji validitas 21 butir kuesioner pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) (X) dan Reputasi Perusahaan (Y) dinyatakan valid, karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, seperti yang tertera pada tabel di atas.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan agar dapat mengetahui konsistensi dari jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel $> 0,60$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel $< 0,60$ maka instrumen tersebut tidak reliabel. Berikut ini adalah hasil tabel dari Uji Reliabilitas:

Tabel. 4.8
Hasil Uji Realiabelitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X	0,762	Reliabel
Y	0,806	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, 2020

Keterangan : *Cronbach's alpha* (α) > 0,60, maka reliabel

Cronbach's alpha (α) < 0,60, maka tidak reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka indikator dari variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan Reputasi Perusahaan pada tabel di atas dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha*(α)>0,60. Indikator yang digunakan oleh variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan Reputasi Perusahaan dapat dipercaya untuk bisa digunakan alat ukur variabel.

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan selama penelitian. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah. Berikut adalah Uji asumsi klasik yang digunakan:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan hubungan dari variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi. Ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF (*varian inflation factor*). Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF <

10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil analisis data untuk uji multikolinieritas menggunakan SPSS 20. Berikut hasil analisis data untuk uji multikolinieritas:

Tabel. 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	Total_X	1.000	1.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Otput SPSS, 2020.

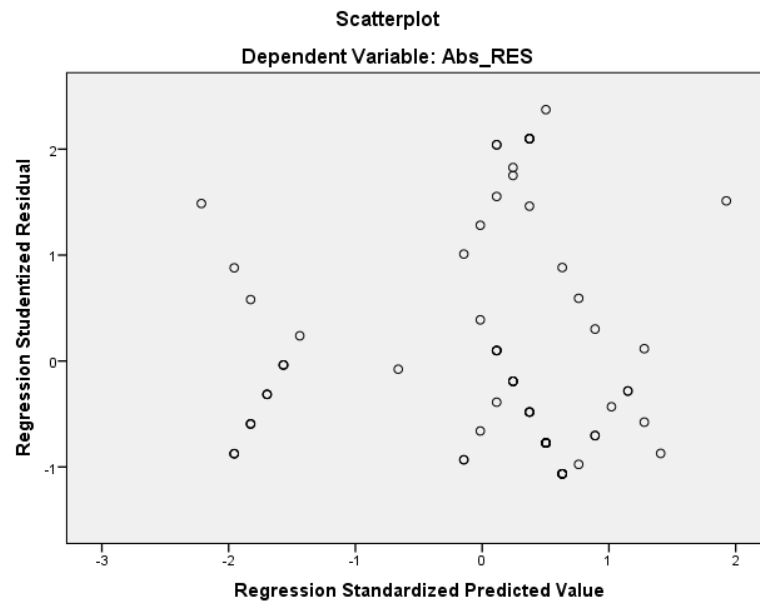
Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas dari variabel X dalam model persamaan regresi. Hal ini dibuktikan dengan nilai variabel *independen(X)* memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas ialah dengan menggunakan uji grafik *Scaaterterplots* antara SRESID dan ZEPRED sumbu Y yaitu telah diprediski dan sumbu X yaitu residual. Hasil pengolahan data untuk uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS.20 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar. 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS, 2020.

Berdasarkan hasil analisis dari grafik *Scatterplot* pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah dengan angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini baik karena tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

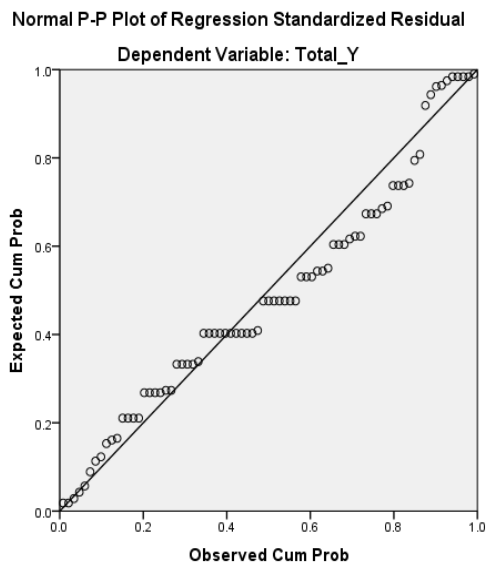
c. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi variabel *independen*, dan *dependen*. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Normal Probability Plot* dan *One-Sampel Kolmogrov-Smirnov*. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan grafik *Normal Probability Plot*.

Gambar. 4.10

Hasil Uji Normalitas

Grafik *Normal Probability Plot*



Sumber: Otput SPSS, 2020

Dari hasil output SPSS 20 di atas, pada grafik *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Sedangkan uji normalitas menggunakan uji *One Sampel Kolmogrov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.11
Hasil uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.77202415
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.072

Kolmogorov-Smirnov Z	.912
Asymp. Sig. (2-tailed)	.376
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	

Sumber: Otput SPSS, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov* diatas, maka diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,376 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini berdistribusi normal.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada masalah autokorelasi. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi adalah uji *Durbin Watson*, Dengan taraf signifikan 5%. Hasil pengolahan data uji *Durbin Watson* menggunakan SPSS.20 yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel. 4.13
Hasil Uji *Durbin Watson*

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.823 ^a	.677	.673	.777	1.852

Predictors: (Constant), Total_X

Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output SPSS, 2020.

Tabel. 4.14
Hasil Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

DI	Du	4-dl	4-du	DW	Keputusan
1,6036	1,6561	2,3964	2,3439	1,852	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Tabel pengambilan putusan ada tidaknya korelasi

Keterangan:

Nilai DW diperoleh dari tabel *durbin watson* dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel) = 77 serta k (jumlah variabel independen) = 1. Tabel uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 1,852 sehingga nilai DW berada diantara nilai DU = 1,6561 dan nilai 4-DU = 2,3439 ($DU < DW < 4-DU$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif pada data yang diuji.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* (*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)) terhadap variabel *dependent* (Reputasi Perusahaan). Model regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Hasil analisis menggunakan SPSS (*Statistic Package for The Social Science*) versi 20, dipeloreh sebagai berikut:

Tabel. 4.15
Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.222	.765		2.905	.005
Total_X	.145	.012	.823	12.543	.000

Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output SPSS, 2020.

Berdasarkan hasil regresi linear sederhana pada tabel di atas diperoleh koefisien variabel *independent* (*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)) (X) = 0,145 serta konstanta sebesar 2,222. Jadi model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Reputasi Perusahaan = 2,222 + 0,145 *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR). Model dari persamaan linear sederhana di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 2,222 menyatakan bahwa jika variabel X (Independen) tidak dipertimbangkan atau dengan kata lain bernilai nol, maka Reputasi Perusahaan sebesar 2,222.
- b. $bX = 0,145$, nilai koefisien regresi variabel (*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)) (X) sebesar 0,145. Jika terjadi peningkatan 1% pada variabel tersebut, maka Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah

akan meningkat sebesar 0,145 dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.

2. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui keberartian koefisien regresi. Uji signifikan individual variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan $\alpha = 0.05$ dari pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (t) pada tabel di atas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) (X) diperoleh T_{hitung} sebesar 12,543 dengan taraf signifikansi 0,00. Nilai T_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,664. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 12,543 > 1,664$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) (X) terhadap Reputasi Perusahaan (Y) dengan melihat R^2 . Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi:

Tabel. 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.823 ^a	.677	.673	.777

Predictors: (Constant), Total_X

Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,677 atau 67,7%. Hal ini berarti sebesar 67,7% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen.

Artinya, 67,7% variabel Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah dijelaskan oleh variabel independen *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR). Sedangkan 32,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik yang telah dikaji terhadap masing-masing variabel penelitian, maka peneliti memberikan pembahasan terhadap

permasalahan yang diangkat di dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Hipotesis 1: Adanya Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) adalah sebuah konsep CSR yang berlandaskan dengan nilai religius dan berpedoman kepada Al-Qur'an, hadits dan syariah Islam, tujuannya adalah untuk mencapai Maslahah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan.

Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) (X) terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah dapat diketahui dari nilai koefisien Regresi Linear variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang bernilai positif yaitu sebesar 2,222. Hal ini menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) mempunyai hubungan yang positif terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah, sehingga setiap terjadi peningkatan sebesar 1 skala pada besaran *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) maka minat beli konsumen akan meningkat sebesar 2,222 dengan asumsi yang lainnya yang dianggap tetap.

Berdasarkan dari hasil uji T, variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) memperoleh nilai signifikan 0,00 dan T_{hitung} sebesar 12,543, nilai T_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,664. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan $t_{hitung} 12,543 > t_{tabel} 1,664$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah, artinya H_1 diterima.

Usaha Dagang Al-maghfirah sangat menjunjung tinggi tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, dengan tanggung jawab yang tinggi dari Usaha Dagang Al-maghfirah membuat reputasi dari perusahaan ini semakin naik dan tentunya mempunyai dukungan dari para *stakholder*.

Hasil ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang ditulis oleh Anak Agung Gde Putu Widanaputra (2018) yang berjudul “Reputasi Perusahaan, Reputasi manajemen Puncak, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merry Yusika Andani (2019) tentang “Pengaruh Dana Zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan

bahwa Dana zakat dan *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank syariah, karena semakin besar kesadaran perusahaan untuk melakukan ICSR maka akan menjadi beban keuangan bagi perusahaan bank devisa syariah.

Ada beberapa responden yang tidak begitu mengetahui layanan atau kebijakan dari Usaha Dagang Al-maghfirah. Hal ini sesuai dengan jawaban responden yang masih rendah dalam menjawab indikator *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berupa kebijakan bantuan sosial, perbaikan lingkungan dll. Mereka kurang tidak mengetahui dengan jelas mengenai peran ataupun tanggung jawab dari Usaha Dagang Al-maghfirah yang telah dilakukan guna untuk kepentingan sosial.

Penelitian ini membuktikan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang dilakukan oleh Usaha Dagang Al-maghfirah di Desa Larangan Badung Pamekasan mampu meningkatkan reputasi dari Usaha Dagang Al-maghfirah ini.

2. Besaran Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Usaha Dagang Al-maghfirah

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) merupakan salah satu pendekatan yang secara tidak langsung mempengaruhi dan meningkatkan reputasi yang baik dari perusahaan. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang dilakukakan oleh owner usaha ini menjadi nilai tambah kepada masyarakat terhadap Usaha Dagang Al-maghfirah. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) merupakan sesuatu yang dinantikan oleh masyarakat,

sehingga masyarakat merasakan nyaman dan manfaat dari adanya Usaha Dagang Al-maghfirah ini.

Dari hasil nilai koefisien determinasi (R^2) dimana dalam tabel penelitian ini pada nilai *R square* yaitu 0.677 atau 67,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel independen (*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)) terhadap variabel dependen (Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah) sebesar 67,7%. Sedangkan sisanya (100% - 67,7% = 32,3%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah ini. Penelitian ini yang mengungkapkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Reputasi Perusahaan. variabel independen (*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)) mampu memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen (Reputasi Usaha Dagang Al-maghfirah).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Masyarakat di desa Larangan Badung ini memperhatikan dan merasakan dampak positif dari adanya program *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang dilakukan oleh Usaha Dagang Al-maghfirah.