BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada karyawan dan anggota BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Kemudian peneliti melakukan pengolahan data, hasil dan jawaban yang diberikan oleh responden atas kuesioner yang peneliti sebarkan, serta pengolahan yang dibantu oleh *software SPSS*, maka tujuan yang ingin dikemukakan peneliti adalah untuk menjelaskan:

A. Pengaruh *CSR* (*Corporate Sosial Responsibiluty*) Terhadap Loyalitas Anggota BMT UGT Sidogiri Pasuruan

Tanggung jawab sosial lebih mengarah pada bagaimana suatu biaya materi yang keuntungan sosialnya dengan memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat diluar perusahaan maupun didalam perusahaan.[1] Dari hal tersebut tanggung jawab sosial akan memberikan dampak positif bagi BMT UGT Sidogiri. Salah satunya dalam hal loyalitas anggota BMT UGT Sidogiri.

Pengertian loyalitas Oliver yang dikutip oleh Jacoby dan Nysveen, loyalitas sebagai komitmen yang dalam untuk melakukan pembelian ulang atau memilih kembali suatu barang atau jasa secara konsisten pada masa yang akan datang.[2]

---

[1] Totok Mardikanto. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. (Bandung: Alfabeta, 2014). Hal 130

[2] Sujianto dan Subagiyo. *Membangun Loyalitas Nasabah*. (Tulungagung : IAIN Tulungagung Press, 2014) Hal 17.

Loyalitas dalam penelitian ini yaitu sikap atau perilaku dari anggota untuk membeli produk atau jasa yang diberikan oleh BMT UGT Sidogiri. Jenis loyalitas dibagi menjadi 4. Pertama, tanpa loyalitas yaitu dimana anggota tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk dan jasa tersebut. Kedua, loyalitas lemah, yaitu ketertarikan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi. Ketiga, loyalitas tersembunyi yaitu tingkat preferensi yang tinggi digabungkan dengan tingkat pembelian yang rendah. Keempat, loyalitas premium yaitu loyalitas yang terjadi bila ada tingkat ketertarikan yang tinggi dan juga tingkat pembelian berulang yang juga tinggi.

Dari hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa *CSR* (*Corporate Sosial Responsibility*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini selaras dengan hasil penemuan yang dilakukan oleh Syahriah[3] yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *CSR* (*Corporate Sosial Responsibility*) terhadap loyalitas nasabah Pt. Bank Danamon Indonesia, Tbk Makassar. Dari fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa *CSR* (*Corporate Sosial Responsibility*) dapat mempengaruhi loyalitas anggota terhadap suatu lembaga keuangan tertentu, karena dengan adanya tanggung jawab sosial yang diberikan kepada masyarakat dapat menumbuhkan loyalitas yang tinggi dari setiap anggota.

---

[3] Syahriah Sari, dkk. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Danamon Indonesia, Tbk Makassar. Diakses di http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/8e4149edc45cd57dc1fad045892f6555.pdf. diakses pada tanggal 16 Maret 2016 pukul 19.00 WIB.

B. Pengaruh *CSR* (*Corporate Sosial Responsibiluty*) Terhadap Profitabilitas BMT UGT Sidogiri Pasuruan

Pada poin diatas dijelaskan bahwa CSR berpengaruh terhadap loyalitas. Selain loyalitas adapun kemungkinan CSR juga berpengaruh terhadap profitabilitas.

Tanggung jawab sosial dalam hal ini tentang mengelola hubungan untuk menghasilkan keuntungan (uang) dan dampak posited secara keseluruhan pada masyarakat. Fiorina (2001), menyatakan bahwa CSR adalah penting, karena mempengaruhi semua aspek operasi perusahaan. Semakin konsumen ingin membeli produk dari perusahaan yang mereka percaya, maka, Dana isvestasi yang besar ingin mendukung perusahaan-perusahaan yang akan mereka anggap bertanggung jawab secara sosial.

Dana investasi tersebut akan mempengaruhi profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu bank dalam memperoleh laba.[4] Dari pernyataan diatas dapat didukung dari hasil penelitian yang dilakukan peneli yaitu:

Dari hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa *CSR* (*Corporate Sosial Responsibility*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Hal ini selaras dengan penemuan yang dilakukan oleh Dewa[5] dalam karya ilmiah "Pengaruh *CSR* (*Corporate Sosial Responsibility*) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing Di BEI

---

[4] Simorangkir, *Pengantar lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*. (Bogor Selatan:Ghalia Indonesia, 2004). Hal 152

[5]DEWA SANCAHYA NISTANTYA. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap profitabilitas perusahaan" pada studi kasus perusahaan perbankan yang listing di BEI Th. 2007-2009. 2010. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tahun 2007-2009)" data yang digunakan menggunakan laporan keuangan, dari hasil tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *CSR* (*Corporate Sosial Responsibility*) terhadap profitabilitas.