

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI  
PERUSAHAAN BERDASARKAN PERSPEKTIF SYARI'AH  
(Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)  
Dalam Ilmu Perbankan Syari'ah**



Oleh :

**RENI ERLIANI  
NIM. 14631085**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) CURUP 2019**



Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Ketua IAIN Curup

Di

Curup

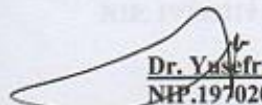
*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Reni Erliani** yang berjudul **"Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari'ah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup)"** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.


Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
**Dr. Yusefri, M.Ag**  
NRP.19702021998031007

Pembimbing II

  
**Musda Asmara, MA**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan : Dr. AK Gani No; 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 -21759 Fax 21010 Curup 39119  
Website/facebook, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: Fakultassyariah&ekonomi.islam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor: /In.34/FS/PP.00.9/05/2019

Nama : Reni Erliani  
NIM : 14631085  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam  
Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Persfektif  
Syariah ( Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup )

Telah di munaqasahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/ Tanggal : Selasa, 27 November 2018  
Pukul : 08.00 – 09.30 WIB  
Tempat : Ruang 3 Gedung Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Curup, Mei 2019

**TIM PENGUJI**

Ketua,

Sekretaris,

  
Dr. Yusufri, M.Ag  
NIP. 19700202 199803 1 007

  
Musda Asmara, MA

Penguji I

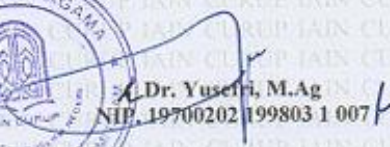
Penguji II

  
Dr. Muhammad Istian, SE., M.Pd., MM  
NIP. 19750219 200604 1 008

  
Elkhafriati, SHL, MA  
NIP. 197805172011012009

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



  
Dr. Yusufri, M.Ag  
NIP. 19700202 199803 1 007



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reni Ertiani  
NIM : 14631085  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul *"Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari'ah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup)"* belum pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali tertulis diakui atau dirujuk dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 2018  
Penulis

METERAI  
TEMPEL  
332ADC262884101  
3000  
Reni Ertiani  
NIM. 14631085

## KATA PENGANTAR



Subhanallah walhamdu lillah wa Laailaaha illallah wallahu Akbar. Puji dan syukur kehadiran Ilahi Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah untuk Nabi Besar Muhammad Saw, keluarga, dan sahabatnya hingga akhir zaman.

Adapun skripsi ini berjudul **“Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari’ah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup)”** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syari’ah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sehingganya skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha penulis sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Pd., M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag, Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Curup.

3. Bapak Noprizal, M.Ag, Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah IAIN Curup.
4. Ibu Dwi Sulastyawati, M.Sc selaku Penasehat Akademik yang selalu bersedia memberikan nasehatnya khususnya dalam proses akademik penulis.
5. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag dan Bunda Musda Asmara, MA selaku dosen pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis, terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE., MM dan Bunda El-Khairati, SH.I., MA selaku penguji I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepala beserta staf perpustakaan IAIN Curup, terimakasih atas kemudahan, arahan, dan bantuannya kepada penulis dalam memperoleh data-data kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Pimpinan & Kru PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang (KCP) Curup yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu guna memberikan informasi, data, yang penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Segenap dosen Prodi Perbankan Syari'ah khususnya dan karyawan IAIN Curup yang telah membantu masa perkuliahan penulis.
10. Orang tuaku tercinta teruntuk Ayahandaku Abu Bakar S, Ibundaku Nurhaidah serta kakak dan adikku terima kasih telah menjadi motivasi serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syari'ah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dorongan dan bantuannya.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Atas kritik dan saran dari pembaca dan dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga dapat menjadi pembelajaran pada pembuatan karya-karya lainnya dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

Curup, 28 Oktober 2018  
Penulis

**Reni Erliani**  
**NIM. 14631085**

# MOTTO

You Are What You Think !!  
(Kamu Adalah Apa Yang Kamu Pikirkan)

.....

.

.

SELALU ADA CARA BETAPUN SULITNYA TANTANGAN ITU  
SATU-SATUNYA HAL YANG BISA MENGHALANGINYA ADALAH KEYAKINAN YANG SALAH  
SERTA SIKAP YANG NEGATIF  
**Doa, usaha, yakin, & sabar**

**(Reni Erliani)**

.

.

**“Masalalu jadikan pelajaran  
jangan jadikan beban yang terus menghantui  
Masa depan jadikan impian dan harapan  
Jangan jadikan ketakutan atas apa yang belum terjadi”**



# PERSEMBAHAN

*Bismillaahirrahmaanirrahiim*

*Dengan segala syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.*

*Kupersembahkan karya kecil ini, untuk Ayah dan Ibu (Abu Bakar S & Nurhaidah) cahaya hidupku, yang senantiasa ada dalam suka maupun duka, yang selalu setia mendampingi saat kelam tak berdaya, yang selalu memanjatkan doa untuk putri tercinta dan selalu menasehatiku untuk menjadi yang terbaik.*

*Serta kakak dan adikku (Karlana, abil & ayis) tercinta, maaf aku belum bisa menjadi panutan seutuhnya tapi aku akan menjadi yang terbaik buat kalian.*

*Dan buat seseorang yang tengah berjuang juga, terima kasih atas perhatian dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini (JM).*

Buat sahabatku (Repa Veronica, Cantika Wulandari, Ade Okta S, Lia lisnaini, Squad KPM42, SNAR, Renni Fransiska, Wahyu Priya S). terima kasih atas dukungan, doa, nasehat hiburan, traktiran, ojekkan, hangout, semuanya yang sudah kita lalui terima kasih dan aku tak akan melupakan semua warna yang telah kalian berikan.

Seluruh dosen Program Studi Perbankan Syari'ah yang telah ridho memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga, terkhusus untuk Bapak Noprizal, Bunda Dwi Sulastyawati  
Bapak Yusefri, Bunda Musdah Asmara,  
Terima kasih atas doa, dukungan, dan bimbingan selama ini.

Seluruh Kru PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, terkhusus untuk Pak Sumariyanto, Kak kelik, dan Mbak Indah Eka Yulida  
Kalian *Team Work* hebat, terima kasih atas berbagi pengalamannya.

Keluarga. Barakallah fiikum  
Keluarga Perbankan syari'ah angkatan ke-7 Th. 2014, terima kasih perjuangan hebat bersama semoga sukses menyertai.

Teruntuk Almamaterku

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN  
BERDASARKAN PERSPEKTIF SYARIAH  
(Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)**

**Oleh: Reni Erliani**

**Abstrak:** Kesuksesan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan bisnisnya dalam meraih keuntungan namun juga dalam pemenuh kegiatan yang bersifat sosial, kegiatan sosial tersebut disebut dengan CSR. Perkembangan CSR saat ini menjadi *trend* yang banyak dilakukan oleh perusahaan, dengan visi dan misi masing-masing perusahaan. Adanya opini yang baik tentang perusahaan di mata masyarakat berarti perusahaan memiliki reputasi yang baik. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya adalah CSR. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syariah dan pengaruh implementasi berdasarkan perspektif syariah terhadap reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan lokasi penelitian pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup. Penelitian ini mengambil data dengan teknik wawancara kepada pihak PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup serta dari situs resmi, yang kemudian *diinterpretasikan* dengan berdasarkan perspektif syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah mengimplementasikan beberapa program CSR. Beberapa program CSR tersebut masih minim dan dilakukan pada even-even tertentu. Implementasi CSR yang dilakukan sudah sesuai dengan perspektif syari'ah. Implementasi CSR tersebut dapat mempengaruhi reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup seperti contohnya ketertarikan masyarakat untuk bekerjasama di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dan karena hal tersebut jumlah nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup meningkat.

**Kata Kunci:** Implementasi, CSR, Bank Muamalat Indonesia, Reputasi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b><u>1</u></b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Masalah .....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Kajian Literatur .....	9
G. Teori dan Kerangka Teori .....	15
H. Metodologi Penelitian .....	17
I. Sistematika Penulisan.....	23
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b><u>25</u></b>
A. Implementasi .....	<b><u>25</u></b>
1. Implementasi CSR.....	28
B. <u>Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)</u> .....	30

1. Manfaat CSR .....	35
2. Dasar Hukum CSR .....	36
3. Bentuk CSR .....	38
4. Kriteria Penerima.....	39
5. CSR Berdasarkan Persepsi Syari'ah .....	39
C. Reputasi Perusahaan.....	49
1. Metode Penilaian Reputasi.....	49
2. Indikator Reputasi.....	52
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PADA <u>PT BANK MUAMALAT INDONESIA</u></b>	
<b><u>KCP CURUP.....</u></b>	<b>55</b>
A. <u>Sejarah Singkat PT Bank Muamalat Indonesia.....</u>	<u>55</u>
B. Sejarah Singkat PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup .....	58
1. Visi dan Misi .....	59
2. Produk-produk PT Bank Muamalat Indonesia .....	61
3. Struktur Organisasi PT Bank Muamalat KCP Curup.....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>78</b>
A. Implementasi CSR PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup Berdasarkan Perspektif Syari'ah.....	78
1. Program Kegiatan CSR .....	81
2. Penanggungjawab Kegiatan CSR Yang Dilakukan .....	84
3. Sumber Dana .....	84
4. Bentuk-bentuk CSR.....	85
5. Kriteria Penerimaan CSR .....	86
6. Dampak Yang Dirasakan Setelah Menjalankan CSR .....	87

5. CSR Berdasarkan Perspektif Syari'ah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup .....	88
B. Pengaruh Implementasi CSR Berdasrkan Perspektif Syari'ah Terhadap Reputasi Pt Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.....	93
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>BIODATA PENULIS</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Kerangka Pemikiran.....	17
3.1 Struktur Organisasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.....	68
4.1 Jumlah Nasabah .....	97

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan era modernisasi saat ini terus berjalan dan terus meningkat termasuk pada bidang ekonomi. Berbicara bidang ekonomi berarti tidak terlepas mengenai kegiatan bisnis dan usaha, karena itulah inti dari bidang ekonomi. Dengan perkembangan bidang tersebut maka mendorong setiap organisasi perusahaan agar mampu memberikan kontribusi yang positif bagi setiap *stakeholdernya*. Dalam perkembangan dunia bisnis tidak hanya berbicara mengenai keuntungan saja, karena lambat laun muncul pandangan bahwa lingkungan sosial merupakan bagian penting dalam perkembangan bidang ekonomi. Oleh karena itu, kesuksesan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan bisnisnya dalam meraih keuntungan *finansial*, tetapi juga dalam pemenuhan kegiatan yang bersifat sosial sehingga pelaksanaan bisnis yang bertanggung jawab diperlukan dan membuat suatu perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan sosial tersebut. Kegiatan yang bersifat sosial ini akhirnya dijadikan sebagai kegiatan yang dikatakan wajib bagi suatu perusahaan. Kegiatan yang bersifat sosial ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan.<sup>1</sup>

Pelaporan tentang CSR perusahaan yang mulanya bersifat sukarela (*voluntary*) tetapi saat ini CSR dianggap inti dari etika bisnis yang artinya wajib (*mandotary*) dilakukan karena telah tercantum dalam UU No.40 tahun 2007

---

<sup>1</sup>Mohammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas-Integrasi Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bogor: IPB Press, 2016), h. 130

tentang perseroan terbatas dan UU No.47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR. Karena CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholder*, dan dimana perusahaan tersebut menyadari bahwa seharusnya perusahaan tersebut tidak hanya mengejar keuntungan belaka, namun juga melayani kegiatan *stakeholder*. Dengan menyadari bahwa ditinggalkannya perusahaan oleh para *stakeholder* itu berarti pundi-pundi keuntungan juga akan hilang, oleh sebab itu keberlangsungan hidup perusahaan tidak bisa lepas dari lingkungan *eksternal*, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial.<sup>2</sup>

CSR pada saat ini merupakan *trend* yang dilakukan berbagai macam perusahaan. Adapun *trend* tersebut muncul dengan berbagai macam caranya untuk mencuri perhatian masyarakat terhadap kualitas sebuah perusahaan. Hal ini menimbulkan beberapa dampak yang akan dihadapi oleh perusahaan seperti dampak *marketing* dan perbaikan reputasi bagi perusahaan. Kesadaran akan pentingnya membangun atau memperbaiki reputasi perusahaan sudah semakin disadari oleh perusahaan di Indonesia. CSR tersebut membentuk kumpulan citra dibenak publik, sehingga terbentuklah opini yang baik terhadap reputasi perusahaan. Reputasi tersebut mencerminkan suatu persepsi publik mengenai tindakan-tindakan di masa lampau dan akan menjadi prospek perusahaan di masa mendatang.<sup>3</sup> Jadi, reputasi bisa baik atau buruk, besar atau kecil, kuat atau

---

<sup>2</sup> *Ibid.*,

<sup>3</sup> Buchari Alma Donni Juni Priansah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 178

lemah berdasarkan persepsi masyarakat. Reputasi yang baik sudah pasti akan menjadi harapan cerah di masa mendatang. Sedangkan apabila reputasi sudah mengalami masalah besar, maka reputasi tersebut bisa hancur hanya dalam waktu singkat.

CSR juga sebagai sebuah strategi bisnis yang bertujuan untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan keuntungan guna menjaga kepercayaan *stakeholder*. Aktivitas dari CSR ini juga dapat membentuk dan mempertahankan reputasi perusahaan. Dengan kata lain, reputasi adalah evaluasi (penghormatan, penilaian, dan penghargaan) atas citra organisasi dari masyarakat. Dengan adanya reputasi yang baik maka akan menjadi nilai tambah perusahaan agar perusahaan tersebut bisa tumbuh berkelanjutan karena reputasi itu adalah modal *non-finansial* utama bagi perusahaan.<sup>4</sup>

Teori tersebut terasa kurang menekankan nilai sosial dan lebih menekankan pada nilai *materialistik*, meskipun setiap manusia memiliki hak dalam menentukan pilihan dan tujuan bisnisnya. Dengan meramalkan bahwa berkomunikasi secara efektif tentang sosial, kontribusi lingkungan dan ekonomi, perusahaan dapat memperkuat merk, mempertahankan reputasi perusahaan, serta menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang berkomitmen dan terampil. *Literature* yang ada menegaskan bahwa komitmen untuk CSR pada saatnya akan mengakibatkan kinerja yang lebih baik dalam *profitabilitas*, daya saing dan manajemen risiko. Islam mengakui bahwa pemilik perusahaan atau penyandang dana memiliki hak untuk mendapatkan

---

<sup>4</sup>Dian Rhessa Rahmayanti, *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi*.”(Surakarta: Ilmu Komunikasi, Surakarta, Vol.11 No.1 Juni 2014), h. 94

keuntungan, tetapi tidak dengan mengorbankan klaim berbagai pemangku kepentingan lainnya. Berbeda dengan teori-teori barat, pandangan islam tentang CSR mengambil pendekatan agak *holistik*. Menawarkan pemandangan *spiritual integralistik* berdasarkan ajaran al-quran dan hadits.<sup>5</sup>

Perbankan dalam bisnis sektor keuangan tidaklah menjadi sebuah instisusi yang tidak memanfaatkan sumber daya alam sehingga tidak memiliki kewajiban yang sama yaitu menerapkan tanggung jawab sosialnya. Pada dasarnya instisusi keuangan seperti perbankan atau terkhusus perbankan umum syari'ah merupakan instisusi yang ikut turut andil dalam perbaikan ekonomi, lingkungan dan sosial. Hal ini biasa dikenal dengan tiga prinsip yaitu, *profit*, *people*, dan *planet*. CSR juga berdampak pada semakin meningkatnya kinerja keuangan perbankan yang dilihat pada *return on equity* dan *return on asset*.<sup>6</sup>

Hal ini dilakukan oleh lembaga keuangan khususnya seperti PT Bank Muamalat Indonesia. Dalam menjalankan usahanya, setiap perusahaan termasuk perbankan memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas yang berkaitan dengan kegiatan operasional bisnisnya meliputi aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) atau biasa disebut *tripel bottom line* (3P), yang diwujudkan dalam bentuk CSR. Akan tetapi, sejak peluncuran ISO 26000 pada awal November 2010 oleh lembaga *International Organization for Standardization* (ISO) mengenai *Guidance on Social*

---

<sup>5</sup>Eka Ayu Wardani, *Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Perusahaan*,” Skripsi.(Universitas Islam Indonesia,2014) h.5

<sup>6</sup>Dewi Rosarina Rosidi Putri, *Hubungan Antara CSR Dan Kinerja Keuangan Industry Keuangan Syari'ah Di Indonesia*,” Skripsi (Universitas Diponegoro Semarang), h.5



*Responsibility*, komponen *tripel bottom line* ditambah aspek prosedur (*procedur*).<sup>7</sup>

Hal tersebut berarti bahwa CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan perkembangan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedur*) yang tepat. Keberlangsungan perusahaan akan terjadi apabila perusahaan menaruh kepedulian terhadap keempat aspek tersebut.

Sama halnya dengan PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup bahwa pelaksanaan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari keberadaan Bank tersebut. Bank Muamalat Indonesia menyadari bahwa pertumbuhan dan keberlanjutan bisnisnya tidak bergantung kepada pencapaian aspek keuangan saja, namun juga dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas yang dilakukannya. Untuk itu Bank Muamalat Indonesia aktif berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat melalui program-program CSR.<sup>8</sup>

Dalam observasi di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup berdasarkan informasi dari bapak kelik selaku karyawan PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah menerapkan CSR. Kegiatan program CSR tersebut dilakukan pada program bulanan dan program tahunan. Untuk dana dari kegiatan itu PT Bank Muamlat

---

<sup>7</sup>Khusnul Fauziah dan Prabowo Yudho J, *Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting.*" (Semarang: Jurnal Dinamika Akuntansi, Vol.5, No.1, Semarang, Jawa Tengah, 2013), h.13

<sup>8</sup> *Ibid.*,

KCP Curup memperoleh dari penggalangan dana zakat, infaq, dan sadaqah (ZIS) dari karyawan (zakat dari karyawan yaitu zakat personal pada saat penggajian yang langsung didebetkan secara sistematis rekening masing-masing karyawan), dana-dana *non-ZIS* (pendapatan denda atas keterlambatan pembayaran pembiayaan nasabah), serta dana khusus CSR yang dianggarkan setiap tahun oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dengan jumlah pengeluaran dana sesuai dengan keputusan berdasarkan keuntungan yang didapat PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup. Pelaksanaan program-program CSR PT Bank Muamalat KCP Curup dilakukan melalui kerjasama dengan afiliasi Bank Muamalat Indonesia yaitu *Baitulmaal* Muamalat. Karena berkerjasama dengan afiliasi Bank Muamalat Indonesia maka awalnya dana yang tersebut disetorkan ke *Baitulmaal* Muamalat, setelah itu ketika PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup akan melakukan kegiatan program CSR maka pihak dari *Baitulmaal* Muamalat yang akan mengontrol dan memberikan dana tersebut ke Bank Muamalat yang akan melakukan kegiatan program CSR.<sup>9</sup>

*Baitulmaal* Muamalat adalah lembaga resmi yang ditunjuk oleh pemerintah untuk menghimpun serta menyalurkan dana zakat, infaq, sadaqah serta waqaf. Lembaga nirlaba yang didirikan oleh Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 16 juni 2000. *Baitulmaal* Muamalat hadir menjadi penggerak kemandirian ekonomi umat, menuju terwujudnya tatanan masyarakat yang berkarakter, tumbuh dan peduli. Bank Muamalat Indonesia dan *Baitumaal* Muamalat bersinergi dengan berbagai pihak untuk berbagi peluang,

---

<sup>9</sup> Kelik, *Wawancara*, tanggal 19 Februari 2018

memberikan pendampingan, pembiayaan, serta mengadakan kegiatan sosial. Jadi Bank Muamalat Indonesia bekerjasama dengan *Baitumaal* Muamalat untuk melakukan berbagai kegiatan khususnya kegiatan sosial, untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan.<sup>10</sup>

Perkembangan berbagai program-program CSR memang berdampak positif bagi masyarakat dan perusahaan itu sendiri. Namun konsep CSR yang dilaksanakan saat ini di perbankan syariah masih mengambil konsep dimana CSR berasal yaitu dengan meningkatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Beberapa peneliti yang konsen dalam CSR ada yang beranggapan konsep CSR saat ini masih sekuler atau masih perlu memiliki standar sesuai syari'ah, yang mencari *profit* (keuntungan) tidak menghiraukan agama, tidak menghiraukan kehalalan produk, dan masih bersifat riya. Hal inilah yang membuat perbankan syari'ah masih dipandang sebelah mata dalam melakukan penerapan CSR pada perusahaannya. Untuk itu penerapan CSR diperbankan syariah haruslah dilakukan mempertimbangkan tujuan yang hendak dicapai agar tidak menyalahi aturan perbankan syari'ah terutama yang berkaitan kepatuhan syari'ah. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti akan meneliti tentang implementasikan *Corporate Social Responsibility* dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syari'ah khususnya pada PT Bank Muamalat KCP Curup.

## **B. Batasan Masalah**

---

<sup>10</sup>Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2015, [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id), Juni 2016

Agar pembahasan terfokus pada masalah yang ada, maka penulis membatasi permasalahannya yakni pada program implementasi CSR yaitu KUM3 (komunitas usaha mikro berbasis masjid) dan berbagi cahaya ramadhan bertempat di Jl. Iskandar Ong, Kel. Talang Rimbo Baru, Kec. Curup Tengah, implementasi CSR tersebut diambil pada tahun 2016–2018 di PT Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup dalam mempertahankan reputasi berdasarkan perspektif syari'ah.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diungkapkan sebelumnya, maka pertanyaan utama yang ingin dijawab oleh penelitian ini adalah bagaimana sesungguhnya implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syari'ah. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka penulis turunkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup berdasarkan perspektif syari'ah?
2. Apakah implementasi CSR berdasarkan perspektif syari'ah dapat mempengaruhi reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup?

### **D. Tujuan Penelitian**

Fokus atau tujuan dari riset yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menjelaskan implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi PT Bank Muamalat Indonesia Curup berdasarkan perspektif syari'ah.

2. Untuk menjelaskan pengaruh CSR berdasarkan perspektif syari'ah terhadap reputasi PT Bank Muamalat Indonesia Curup.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat dalam dua kerangka berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif kepada para akademisi yang berkecukupan di bidang ekonomi islam, khususnya tentang teori-teori penerapan atau implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan yang berdasarkan dengan perspektif syari'ah.

2. Manfaat praktis

Penelitian yang dilakukan memberikan informasi baru atas hasil penelitian di samping mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh di perguruan tinggi dan menambah wawasan terkait implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syari'ah. Penelitian ini diharapkan membawa manfaat untuk memberikan pemahaman baru terhadap masyarakat luas, khususnya para praktisi perbankan syari'ah, sehingga paham dan memiliki cara berfikir yang sama tentang bagaimana implementasi CSR sesuai dengan perspektif syari'ah.

#### **F. Kajian Literatur**



Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini antara lain. Putri Fitria, Jakarta FISIP-Universitas Indonesia 2012 melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kegiatan CSR Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada Program Beasiswa Unggulan CIMB 2011)”. Memperlihatkan bahwa kegiatan CSR mempunyai pengaruh positif terhadap citra perusahaan. Pada variable implementasi CSR *responden* secara keseluruhan memberi nilai yang baik artinya *responden* puas dengan kegiatan CSR yang sudah dilakukan dan pada variable citra perusahaan secara keseluruhan sudah positif. Hal ini dikemukakan pandangan *responden* bahwa kegiatan yang dilakukan mampu meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat dan bisa memotivasi siswa untuk selalu optimis untuk mencapai cita-cita serta berpikir kreatif untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam bidang pendidikan dan pengembangan diri yang nantinya dapat berguna bagi diri sendiri maupun masyarakat.<sup>11</sup>

Mulyana Dian Ayuk Wulansari, Semarang FE-Universitas Islam Sultan Agung 2013 melakukan penelitian dengan judul “Implementasi CSR Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan dan Loyalitas”. Hasilnya adalah peningkatan citra perusahaan dapat dilakukan melalui implementasi CSR yang realistis dan menyentuh kebutuhan masyarakat, dengan implementasi CSR yang tepat sasaran dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, semakin baik citra perusahaan maka loyalitas pelanggan semakin tinggi, meningkatnya *switching cost* (penetapan harga) akan diikuti peningkatan loyalitas, karena pelanggan yang beralih ke produk lain akan mempertimbangkan kondisi lingkungan,

---

<sup>11</sup>Putri Fitriani, *Pengaruh Kegiatan CSR Terhadap Citra Perusahaan.*” Skripsi.(Fak.Ilmusosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Jakarta,2012), h. 97

perusahaan yang tidak mengecewakan pelanggan maka pelanggan enggan untuk beralih ke produk lain dan tetap menjadi pelanggan setia.<sup>12</sup>

Rykanita Pri Ramadhani H.Usman, Makassar FEBI-UIN ALAUDIN 2014 melakukan penelitian yang berjudul “Implementasi CSR Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BNI Syari’ah Cabang Makassar)”. Memperlihatkan bahwa PT Bank BNI Cabang Makassar telah mengimplementasikan program-program CSR yang sesuai perspektif syariah dengan mengedepankan nilai-nilai ibadah yang melingkupi beberapa aspek *habluminnallah, habluminnannas, dan hablum fil ardh*.<sup>13</sup>

Maka yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian pertama oleh saudara/i Putri Fitria hanya mendalami tentang pengaruh CSR terhadap citra perusahaan hanya pada satu program kegiatan CSR yaitu beasiswa unggulan CIMB Niaga 2011. Penelitian kedua oleh saudara/i Mulyana Dian Ayuk Wulansari berorientasi pada implementasi CSR sebagai pembentuk citra perusahaan dan loyalitas. Hanya terfokus pada pembentuk citra perusahaan. Penelitian yang ketiga oleh saudara/i Rykanita Pri Ramadhani H.Usman mendalami tentang implementasi CSR terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah ditinjau dari perspektif syariah khususnya pada PT Bank BNI Syari’ah Cabang Makassar.

---

<sup>12</sup> Mulyana Dian Ayuk Wulansari, *Implementasi CSR Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan dan Loyalitas*,” Skripsi, (Fak. Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Ekobis, Vol.14, No.2, 2013), h. 102

<sup>13</sup>Rykanita Pri Ramadhani H.Usman, *Implementasi CSR Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BNI Syarah Cabang Makassar)*,” Skripsi (Fak.Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2014), h. xiii

Sedangkan penelitian yang akan peneliti laksanakan terletak pada objek penelitian implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan dengan persektif syari'ah khususnya pada lembaga keuangan yaitu PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup. Implementasi CSR pada penelitian ini hanya terfokus pada implementasi CSR yang berdasarkan perspektif syari'ah dan mempertahankan reputasi berdasarkan dengan perspektif syari'ah.

### **G. Penjelasan Judul**

Dari judul di atas, maka istilah penting yang perlu dipahami adalah:

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna. Menurut Nurdin Usman yang dikutip dalam skripsi Sawito, implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu system, implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.<sup>14</sup> Implementasi menurut Guntur Setiawan yang dikutip dalam jurnal Tia Nurapriyanti adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksanaan, birokrasi yang efektif.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Sawito, *Konsep Implementasi.*” Skripsi. (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014), h.21

<sup>15</sup>Tia Nurapriyanti, *Implementasi Csr Dalam Membentuk Brand Equity*”,(Tanggerang: Jurnal Convergence (ISSN:2528-648X) Vol. 1 No. 2, Januari 2016), h. 22

Jadi dapat disimpulkan bahwa implementasi adalah suatu kegiatan yang terencana, bukan hanya suatu aktifitas dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan atau panduan tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Sekarang yang semakin tumbuh menjadi isu penting dalam dunia bisnis adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate* atau perusahaan adalah setiap badan usaha yang melakukan proses produksi baik barang atau pun jasa. Jika membuat suatu perusahaan tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan (*profit*), kedua produknya harus bisa diterima oleh masyarakat (*people*), ketiga dampak usahanya harus baik untuk lingkungan hidup (*planet*) dan ini yang disebut dengan *tripel bottom line*. *Tripel bottom line* adalah sinergi dari elemen ini akan menjadi mata rantai saling menguntungkan. Ini adalah kunci dari pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*)<sup>16</sup>.

Sosial adalah masyarakat atau pihak-pihak yang perkepentingan terhadap eksistensi perusahaan (*stakeholders*). *Stakeholder* ini mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga swadaya masyarakat, media masa dan pemerintah.

*Responsibility* atau tanggung jawab artinya perusahaan memiliki kewajiban untuk menanggung akibat dari segala sesuatu yang telah dilakukannya. Jadi CSR adalah tanggung jawab sosial perusahaan akibat dampak kegiatan usahanya terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, terutama masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaannya. CSR tidak

---

<sup>16</sup>Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility pada Lembaga Keuangan*, (Depok: Kencana, 2017), h.3

memberikan *profit* pada perusahaan dalam jangka pendek tetapi CSR ini mampu memberikan keuntungan *non-finansial* dalam jangka panjang. Hasil akhir dari kegiatan CSR ini akan menjadi investasi penting bagi perusahaan.<sup>17</sup>

Sebuah perusahaan harus paham dengan Indonesia yang berbeda suku bangsa, bahasa dan budayanya, karakter sosial ekonominya, serta perbedaan kondisi alamnya. Ketika perusahaan telah paham dengan hal tersebut di dalam menerapkan CSR, tentunya perusahaan akan lebih fokus, terukur dan sesuai dengan keunikan serta kearifan masyarakat dan lingkungan setempat. Karena CSR bukanlah hanya sekedar tentang promosi, marketing, ataupun sumbangan sosial, tetapi lebih dari itu.

Menurut Bowen mendefinisikan CSR adalah keputusan perusahaan untuk memberikan nilai-nilai positif bagi masyarakat. CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk pembangunan ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan *stakeholder* dalam arti yang luas, bukan hanya kepentingan perusahaan saja.<sup>18</sup>

Reputasi merupakan suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik.<sup>19</sup> Reputasi ini merupakan asset yang dibangun dalam memberikan hasil timbal balik yang besar di masa mendatang bagi perusahaan. Reputasi itu

---

<sup>17</sup> *Ibid.*,

<sup>18</sup> Achmad Lamo Said, *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h.23

<sup>19</sup> Trimahan, *Reputasi dalam Kerangka Kerja Public Relations*”, (Semarang: Makna Vol.3, No.1, 2012), h.93



sendiri abstrak tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian baik melalui tanda respek dan rasa hormat dari publik terhadap perusahaan.<sup>20</sup> Adapun indikator reputasi perusahaan adalah:

1. Nama baik adalah persepsi para *stakeholders* tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dinamai oleh bank. Bagi sebuah perusahaan, menjaga nama baik tentunya menjadi salah satu kewajiban utama mereka untuk mendukung kelancaran pemasaran bisnisnya.
2. Reputasi pesaing adalah persepsi para *stakeholders* mengenai seberapa baik reputasi bank tersebut dibandingkan perusahaan lainnya
3. Dikenal luas menunjukkan persepsi *stakeholders* yang baik tentang sejauh mana nama perusahaan tersebut dikenal luas.
4. Kemudahan diingat merupakan persepsi para *stakeholders* akan kemudahan mengingat nama baik perusahaan tersebut. Jika nama sebuah perusahaan mudah diingat, maka orang akan lebih mudah untuk menemukannya.

CSR dalam perspektif syari'ah merupakan konsekuensi yang berhubungan erat dari ajaran islam itu sendiri.<sup>21</sup> Maka yang penulis maksud dengan judul ini yaitu keuntungan berlipat-ganda bisa diperoleh perusahaan dengan menerapkan CSR berdasarkan perspektif syari'ah, secara tidak langsung tidak hanya keuntungan *finansial* tetapi juga keuntungan *non-finansial*. Karena jika perusahaan menerapkan CSR dengan baik dan benar

---

<sup>20</sup>Irmalinda Astir Debby, *Konsep Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Strategi Perusahaan untuk Meningkatkan Reputasi Perusahaan.*"Skripsi. (Fak. Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2013), h. 4

<sup>21</sup>Ali Syukron, *CSR Dalam Perspektif Islam Dan Perbankan Syari'ah.*"(Banyuwangi: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, Vol.5 No.1), h. 3

maka manfaat yang akan diperoleh tidak hanya dua keuntungan saja yaitu keuntungan perusahaan dan keuntungan *stakeholders* tetapi juga menciptakan sebuah nilai baru yaitu reputasi perusahaan.

Jadi dengan melakukan CSR keberadaan perusahaan akan diterima dengan baik dan lebih berkembang ditengah masyarakat. CSR juga akan semakin mendekatkan persahabatan perusahaan dengan lingkungan sekitar. Yang paling penting CSR juga akan menjamin kelangsungan perusahaan serta mendukung pembangunan berkelanjutan.

## **H. Teori dan Kerangka Pikir**

Berdasarkan latar belakang, tujuan, dan perumusan masalah, penelitian ini menggunakan teori *triple bottom line* dan *shariah enterprise theory*. Dengan demikian paradigm kajian ini diasumsikan bahwa ada pengaruh dari pengimplementasian CSR tersebut terhadap reputasi perusahaan.

### **1. Teori**

Berangkat dari latar belakang dan rumusan masalah riset ini sesungguhnya menggunakan teori yang akan mendasari penelitian ini adalah *theory of the triple bottom line*. Dengan semakin berkembangnya konsep CSR, maka muncul teori yang diungkapkan berbagai pihak mengenai CSR salah satunya adalah teori *tripel bottom line*. Istilah ini dikemukakan atau dipopulerkan oleh Jhon Elkington tahun 1997 melalui bukunya "*Cannibals wits forks, the triple line of twientieth century business*". Yaitu jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka

perusahaan itu juga harus memperhatikan 3P, yaitu keuntungan (*profit*), pemenuh kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).<sup>22</sup> Yang biasanya *tripel bottom line* hanya 3P tetapi karena Badan Standar Internasional (ISO) sejak November 2010 telah mengeluarkan ISO-26000 sebagai panduan tanggung jawab sosial, aspek *tripel bottom line* ditambah prosedur (*procedur*). Yang diharapkan bukan dimaksudkan sebagai sertifikat CSR saja, tetapi benar-benar sebuah panduan yang dapat memandu penerapan Tanggung Jawab Sosial oleh organisasi apapun.<sup>23</sup>

Uraian tersebut menunjukkan bahwa keuntungan ekonomis tidak pernah dapat dipisahkan dalam kerangka pelaksanaan CSR, oleh karena itu tujuan dari pelaksanaan CSR itu sendiri adalah keberlanjutan (*sustainability*) bagi perusahaan. Teori ini tidak hanya menjadi fondasi analisis tetapi teori ini membantu merumuskan kerangka pemikiran.

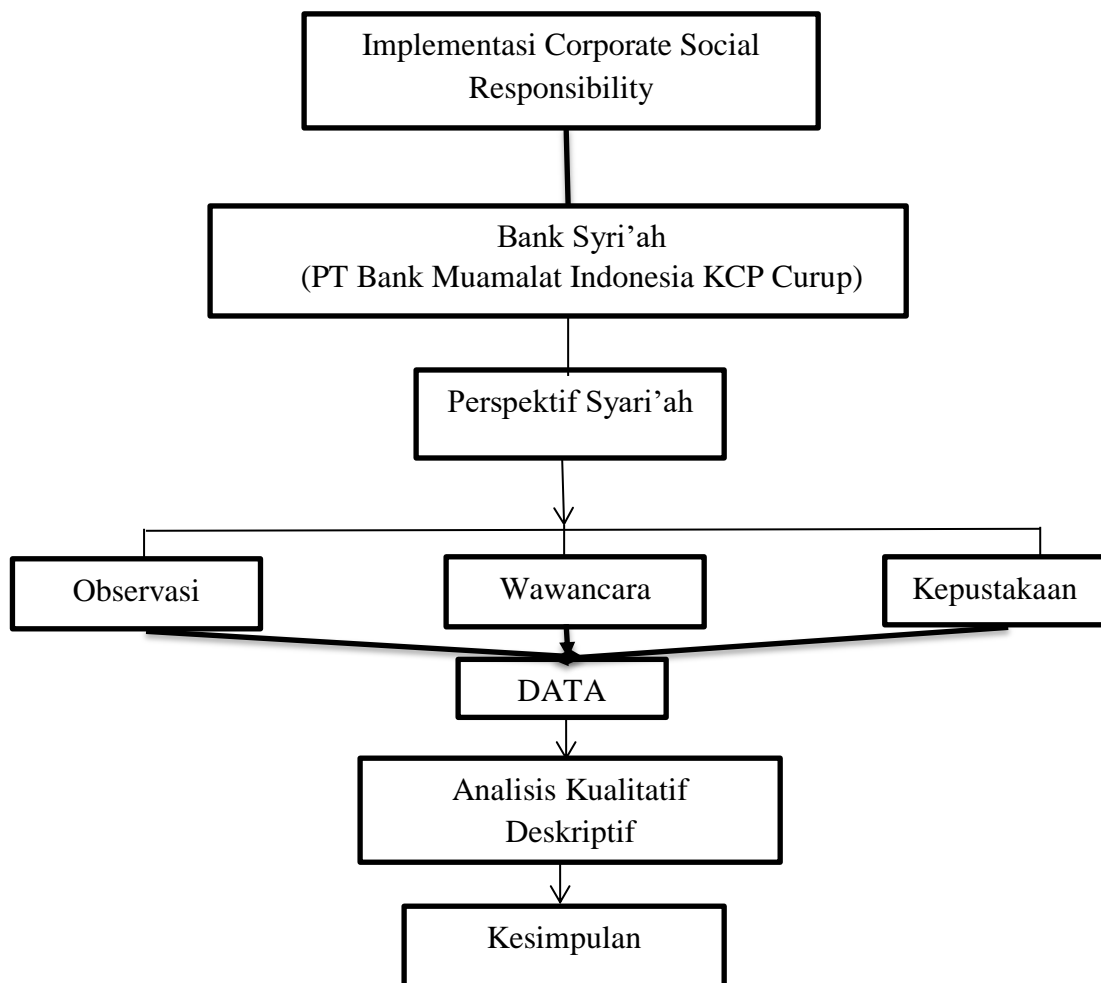
## 2. Kerangka Pikir

Latar belakang, tujuan, rumusan masalah, hingga teori yang digunakan dalam riset ini, mendorong riset ini mempersoalkan bagaimana cara mengimplemenatsikan CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syari'ah. karena itu, kerangka berpikir dapat di ilustrasikan seperti di bawah ini:

### Diagram 1.1. Kerangka Pikir

<sup>22</sup> Buchari Alma Donni Juni Priansah, *Manajemen Bisnis Syariah*, h. 191

<sup>23</sup> Khusnul Fauziah dan Prabowo Yudho J, *Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting*, h. 13



## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Menurut Creswell, penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan luas. Informasi berupa kata atau teks yang disampaikan oleh partisipan akan

dikumpulkan. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis, hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema. Dari data-data itu, peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam. Sesudahnya peneliti membuat permenungan pribadi (*self-reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian ilmuan lain yang dibuat sebelumnya.<sup>24</sup>

Sedangkan menurut Sukarman Syarnubi penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan *setting* yang ada dalam kehidupan alamiah (*real*), dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena. Apa yang terjadi, mengapa terjadi dan bagaimana terjadinya?. Jadi penelitian kualitatif adalah berbasis pada konsep “*going exploring*” yang melibatkan *in-depth and case-oriented study* atas sejumlah kasus atau kasus tunggal.<sup>25</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana berusaha mendapatkan informasi selengkap mungkin mengenai implimentasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syari’ah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup. Informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap informan di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup tersebut.

## 2. Lokasi Penelitian

---

<sup>24</sup>Creswell dalam Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), h. 7

<sup>25</sup>Sukarman Syarnubi, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Curup: LP2 SATIN Curup, 2011), h. 164

Riset ini berlokasi di lembaga keuangan yaitu PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, yang beralamatkan di Jl. Merdeka No. 732 Pasar Baru Curup. Mengapa dijadikan lokasi riset ini? Karena Bank Muamalat adalah Bank Syariah pertama yang didirikan di Indonesia, otomatis Bank Muamalat Indonesia juga Bank Syariah pertama yang melakukan atau menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Bank Muamalat Indonesia ini juga Bank Syariah terbesar di daerah Rejang Lebong.

### **3. Objek dan Informan Penelitian**

Objek penelitian kualitatif adalah fokus penelitian yaitu apa yang menjadi sasaran. Sasaran penelitian tidak tergantung pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkrit tergambar dalam rumusan masalah penelitian. Sedangkan informan penelitian adalah orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti.<sup>26</sup> Atau subjek yang mengetahui informasi objek penelitian sebagai pelaku yang memahami objek penelitian. Dalam penelitian ini bisa jadi ada dua atau diantara salah satu informan, seperti informan kunci dan informan biasa. Informan kunci disini yaitu orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud informan kunci didalam penelitian ini adalah kepala kantor PT Bank Muamalat KCP Curup. Sedangkan informan biasa adalah orang yang bukan pelaku tetapi mengetahui tentang penelitian. Informan biasa dalam penelitian ini yaitu karyawan PT Bank Muamalat KCP Curup.

### **4. Jenis Data**

---

<sup>26</sup> Milman Yusdi, *Metodologi Penelitian*”, diakses dari [milmanyusdi.blogspot.co.id](http://milmanyusdi.blogspot.co.id), pada 16 Februari 2018

Jenis data dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Hal ini dikarenakan objek penelitian ini sepenuhnya terdiri dari variable yang bersifat kualitatif yang bentuk katanya bukan dalam bentuk angka, yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu seperti implementasi (penerapan), CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, reputasi perusahaan.

## 5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data skunder. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama. Data primer disebut juga dengan data asli, untuk mendapatkan data primer peneliti harus mengumpulkan secara langsung, dengan teknik yang dapat digunakan oleh peneliti yaitu seperti observasi, wawancara atau dari penyebaran kuesioner, dan dokumentasi.<sup>27</sup> Data utama yang diprioritaskan dari objek penelitian dalam penelitian ini ialah dari implementasi CSR PT Bank Muamalat KCP Curup.

Sedangkan data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber yang ada seperti dari kepustakaan, buku, jurnal dan lain-lain yang berhubungan dengan CSR atau tanggung jawab sosial, reputasi dan data ini sifatnya hanya melengkapi.<sup>28</sup>

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah:

---

<sup>27</sup>Dodiet Aditya, *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*, (Surakarta: Politeknik Kesehatan, 2013), h. 2

<sup>28</sup>Harnoviansah, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Pusat Bahan Ajar dan Elearning, Universitas Mercu Buana), diakses dari <http://www.mercubuana.ac.id>, pada 16 Februari 2018

- a. Langkah pertama, dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber tertulis berupa buku, jurnal ilmiah, dan sebagainya, langkah ini digunakan karena mengingat banyak tulisan-tulisan yang mengandung sudut pandang berbeda.<sup>29</sup>
- b. Langkah kedua, yaitu pengamatan dan observasi, artinya peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap implementasi CSR di PT Bank Muamalat KCP Curup. Observasi yang digunakan yaitu observasi partisipan (*participant observation*). Observasi partisipan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data peneliti melalui pengamatan dan pengindraan dimana observasi atau penelitian benar-benar terlibat dalam kegiatan.
- c. Langkah ketiga yaitu wawancara. Teknik wawancara yang dilakukan peneliti yaitu wawancara terstruktur dan mendalam dengan panduan konsep pertanyaan yang telah dipersiapkan peneliti untuk mewawancarai subjek peneliti.
- d. Terakhir yaitu teknik dokumentasi. Teknik ini dilakukan dengan melakukan pengumpulan data dan dokumen yang relevan dengan penelitian ini. Metode ini dilakukan dalam rangka mencari data yang berhubungan dengan penelitian.<sup>30</sup>

Jadi dalam penelitian ini, data yang disajikan adalah data yang bukan sebagaimana seharusnya, yang artinya bukan berdasarkan apa yang dipikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan adanya yang terjadi dilapangan,

---

<sup>29</sup> Dodiet Aditya, *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*, h.5

<sup>30</sup> *Ibid.*,



yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh partisipan atau sumber data. Data yang diperoleh, kemudian untuk diolah secara sistematis. Dimulai dari observasi, wawancara, dokumentasi, mengklasifikasi, dan selanjutnya menyimpulkan data serta merekomendasikan strategi.

## 7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman ada beberapa cara untuk analisis data kualitatif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.<sup>31</sup>

- a. Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara atau dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.
- b. Reduksi data diawali dengan menerangkan, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting terhadap isi dari suatu data yang berasal dari lapangan, sehingga data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menjamakan, menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

---

<sup>31</sup>Ivanovich Agusta, *Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif*, (Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 2012), h. 10

- c. Penyajian data adalah kegiatan menampilkan data secara sederhana dalam bentuk kata-kata, kalimat naratif. Penyajian data ini sekumpulan informasi yang disusun sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data yaitu berbentuk catatan lapangan.
- d. Teknik terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini dilakukan terus-menerus selama melakukan penelitian. Sejak awal pengumpulan data yang dibuat harus membuat simpulan sementara. Dan tahap akhir, simpulan-simpulan tersebut harus dicek kembali (diverifikasi) pada catatan yang telah dibuat dan selanjutnya kearah simpulan yang masih perlu disempurnakan. Setelah data masuk terus menerus dianalisis dan diverifikasi tentang kebenarannya, akhirnya dapat didapat simpulan akhir yang lebih bermakna dan lebih jelas. Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan maksud untuk mencari hubungan, persamaan atau perbedaan.

## **J. Sistematika Pembahasan**

Demi untuk memberikan kemudahan pada pembahasan penelitian ini, maka penulis menyusun dalam bentuk sistematika penulisan yaitu:

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian literatur, penjelasan judul, teori dan kerangka pikir, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori yang terdiri dari teori tentang implementasi dan teori tentang *Corporate Social Responsibility* dan teori tentang reputasi perusahaan.

Bab III merupakan profil lembaga/instansi tempat penelitian yang terdiri dari gambaran umum Bank Muamalat KCP Curup, sejarah Bank Muamalat, profil Bank Muamalat tentang implementasi *Corporate Social Responsibility*.

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan dari rumusan masalah yang terdiri dari implementasi CSR dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syari'ah PT Bank Muamalat KCP Curup dan pengaruh CSR berdasarkan perspektif syari'ah terhadap reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditujukan bagi pihak Bank dan pihak yang terkait.

Daftar Pustaka

Lampiran

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Implementasi**

Implementasi adalah penerapan, metode, cara-cara, strategi, terhadap keadaan yang nyata atau proses.<sup>32</sup> Adapun implementasi menurut Guntur Setiawan yang dikutip dalam Tia Nurapriyanti ialah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif.<sup>33</sup>

Implementasi adalah proses mewujudkan rencana. Oleh karena itu, implementasi adalah suatu proses mewujudkan rencana harus konsisten dan patuh pada rencana awal yang sudah sangat terkakulasi risiko dan manfaatnya. Maka perlu disiapkan strategi implementasi, agar dapat mengelola sumber daya dan pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses implementasi. Dan juga kepemimpinan yang fokus pada efisiensi dan efektivitas terutama pada operasional dari setiap titik proses implementasi yang detail. Proses implementasi membutuhkan motivasi, koordinasi, dan kolaborasi yang sangat kuat. Oleh karena itu, keterampilan kepemimpinan yang unggul akan menjadi penentu dari kualitas akhir implementasi.

Konsisten proses implementasi sangat tergantung dari proyek yang direncanakan. Kepemimpinan dalam proses implementasi ini harus patuh pada proyeksi awal, dan harus siap dengan mental pejuang untuk menghadapi

---

<sup>32</sup>*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Pustaka Phoenix:Jakarta 2007), h.350

<sup>3333</sup>Tia Nurapriyanti, *Implementasi Csr Dalam Membentuk Brand Equity*”,(Tanggerang: Jurnal Convergence (ISSN:2528-648X) Vol. 1 No. 2, Januari 2016), h. 22

kesulitan dan tantangan saat menggunakan proyeksi tersebut. Bisa jadi untuk penguatan interaksi dengan sistem, data, laporan, dan pertanyaan tidak boleh diabaikan dan sebaiknya dipersiapkan sebuah buku manual untuk digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan implementasi dengan berkualitas.<sup>34</sup>

Sebelum memulai pelaksanaan proses implementasi diperlukan kekuatan kreatifitas untuk menentukan kekuatan pendorong, termasuk kekuatan untuk mengatasi hambatan yang muncul dari realitas di setiap titik implementasi. Setiap tindakan dalam implementasi harus mencapai keberhasilan sesuai target, waktu, anggaran, kualitas dan harapan. Artinya, implementasi harus memberi keberhasilan dan manfaat.<sup>35</sup>

Implementasi adalah fase antara keputusan dan realisasinya. Oleh karena itu, implementasi harus dapat ditempatkan dalam sebuah rangkaian, dimana interaksi secara terus-menerus harus terjadi, antara pemilik ide, pembuat konsep, para ahli untuk realisasi ide, dan orang yang bertindak di setiap proses implementasi. Implementasi yang efektif haruslah mengatasi kesenjangan antara niat dan janji, prestasi dan kinerja, aspirasi, resep dan realitas. Implementasi terdiri dari kemampuan untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang dipilih. Implementasi ini harus menjadi proses yang interaktif dan dinamis, serta dibangun dari pondasi hubungan yang *solid* dalam rantai hubungan yang saling menghubungkan dengan maksud dan tujuan, dengan impian dan harapan.

---

<sup>34</sup>Djajendra, *Manajemen Implementasi*, diakses dari <https://www.kompasiana.com/djajendra.com/manajemen-implementasi>, pada tanggal 24 Juni 2015 pukul 22:56

<sup>35</sup>*Ibid.*,

Adapun beberapa pengertian implementasi menurut para ahli antara lain:

1. Menurut Nurdin Usman,<sup>36</sup> implementasi adalah bermuara pada aktivitas, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas tapi kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.
2. Menurut Friedrich,<sup>37</sup> implementasi adalah suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan-hambatan tertentu seraya mencari peluang-peluang untuk mencapai tujuan atau mewujudkan sasaran yang diinginkan.

Jadi dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi adalah suatu pelaksanaan atau penerapan dari setiap kegiatan, dimana kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang sudah terencana dan dengan tujuan untuk mencapai akhir sesuai dengan apa yang diharapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukannya strategi tertentu untuk menjalankan kegiatan tersebut agar berjalan dengan baik. Oleh karenanya, keterampilan kepemimpinan yang unggul akan menjadi penentu dari kualitas akhir implementasi.

---

<sup>36</sup>*Pengertian Implementasi Menurut Para Ahli*”, Sumberpengertian.co, diakses dari <http://www.sumberpengertian.co/pengertian-implementasi-menurut-para-ahli>, pada tanggal 30 Maret 2017

<sup>37</sup> *Ibid.*,

## 1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam implementasi CSR, perencanaan merupakan kata kunci agar proses transformasi sosial ekonomi masyarakat terarah, realistis, sistematis, dan hasil akhirnya mengakomodir kepentingan semua pihak. Dengan demikian, perusahaan akan bermanfaat bagi masyarakat itu sendiri. Apabila nantinya masyarakat sejahtera dan mandiri, perusahaan juga akan menerima manfaatnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>38</sup>

Pengambilan keputusan merupakan unsur penting dalam perencanaan, yaitu proses mengembangkan dan memilih langkah-langkah yang akan diambil untuk menghadapi masalah dalam organisasi atau perusahaan. Melakukan perencanaan menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan empati berbagi masalah lingkungan dan sosial.<sup>39</sup>

Langkah-langkah dalam perencanaan.<sup>40</sup>

### 1) Menetapkan Sasaran

Kegiatan perencanaan dimulai dengan memutuskan yang ingin dicapai perusahaan. Tanpa sasaran yang jelas, sumber daya yang dimiliki organisasi akan menyebar terlalu luas. Dengan menetapkan prioritas dan merinci sasaran secara jelas, organisasi dapat mengarahkan sumber daya agar lebih efektif.<sup>41</sup>

### 2) Merumuskan Posisi Organisasi

---

<sup>38</sup>Nurdizal M Rachman, et al, *Panduan Lengkap Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), h. 110

<sup>39</sup>Mulyadi, *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Perkebunan Nusantara V Terhadap Masyarakat Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.*” Skripsi, (Fak. Syariah dan Hukum Universitas Islam Negari Sultan Sayarif Kasim Riau 2013), h. 33

<sup>40</sup>Nurdizal M Rachman, et al, *Panduan Lengkap Corporate Social Responsibility*, h. 111

<sup>41</sup>*Ibid.*,

Jika sasaran telah ditetapkan, pemimpin harus mengetahui di mana saat ini perusahaan berada. Sementara itu, untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan maka harus mengetahui sumber daya yang dimiliki saat ini. Setelah mengetahui, barulah rencana dapat disusun. Oleh karena itu dalam perusahaan harus ada suasana keterbukaan agar informasi mengalir lancar, terutama data keuangan dan statistik.<sup>42</sup>

### 3) Mengidentifikasi Faktor Pendukung dan Penghambat Menuju Sasaran

Selanjutnya, perlu mengetahui faktor *internal* maupun *eksternal* yang diperkirakan dapat membantu atau menghambat perusahaan dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Diakui bahwa lebih mudah untuk mengetahui apa yang akan terjadi pada saat ini dibandingkan dengan meramalkan persoalan atau peluang yang akan terjadi di masa yang akan datang. Betapa pun sulitnya, melihat ke masa depan adalah unsur utama yang paling sulit dalam perencanaan.

### 4) Menyusun Langkah Untuk Mencapai Sasaran

Langkah terakhir kegiatan perencanaan adalah mengembangkan berbagai kemungkinan alternatif atau angka yang diambil untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan, mengevaluasi alternatif-alternatif tersebut, serta memilih yang dianggap paling baik, cocok, dan memuaskan.<sup>43</sup>

Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam menginformasikan serta mengkomunikasikan bentuk tanggung jawab sosial

---

<sup>42</sup> *Ibid.*,

<sup>43</sup> Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi di Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), h. 56



kepada *stakeholders*. Untuk itu pelaporan CSR begitu strategis dalam menginisiasi opini *stakeholders* agar meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata. Alur pelaporan CSR berawal dari suatu perusahaan sadar dampak dari operasional CSR yang mereka lakukan kemudian berinisiatif melakukan sesuatu, dalam hal ini berupa perencanaan program CSR dan dana yang digunakan mengoptimalkan nilai lebih serta meminimalisir dampak buruk, yang seterusnya hasil inisiatif aktivitas tersebut harus dibuat pelaporan yang disampaikan kepada pemangku kepentingan. Pelaporan tersebut harus sangat detail karena menyangkut penonjolan reputasi perusahaan.

#### **B. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Revolusi industri pada dekade 1900, telah mengakibatkan adanya ledakan industri. Di era itu, perusahaan memandang dirinya sebagai organisasi yang mengeruk keuntungan semata. Kontribusi terhadap komunitas hanya sebatas penyediaan lapangan kerja dan pajak. Padahal komunitas menghendaki lebih dari itu, akibatnya kegiatan ekonomi yang dilakukan perusahaan telah membawa kerusakan lingkungan yang pemulihannya dibebankan kepada pemerintah. Pada tahun 1930, informasi yang dimiliki perusahaan hanya disimpan oleh perusahaan tersebut artinya bahwa perusahaan tersebut lebih tertutup. Pada saat itu terjadilah resesi dan banyaknya perusahaan yang bangkrut dan pengangguran yang meningkat. Sehingga membuat masyarakat menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab akan hal tersebut, tetapi tidak ada tindakan-tindakan yang dilakukan

oleh perusahaan. Oleh karena itu masyarakat menyatakan bahwa perusahaan tersebut tidak ada tanggung jawab moral. Pada masa ini belum dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan lebih dikenal dengan tanggung jawab moral.<sup>44</sup>

Seiring perkembangan teori manajemen, periode 1970-an perusahaan mulai menyadari pentingnya keberadaan lingkungan *eksternal* dan *internal*. Komunitas tidak dianggap sebagai konsumen semata melainkan mitra (*partnership*). Sekarang banyak perusahaan yang rela mengeluarkan uang tenaga, waktu, dan mencari kesempatan untuk berbuat baik kepada masyarakat, ini menggambarkan bahwa perusahaan tersebut telah menjadi pelaku usaha yang baik dan bertanggung jawab secara sosial, yang tidak hanya memikirkan keuntungan semata tetapi juga kesejahteraan sekitar yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.<sup>45</sup>

Perkembangan CSR saat ini tidak terlepas dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Di akhir tahun 1980-an tepatnya pada tahun 1987, *The World Commission on Environment and Development* yang lebih dikenal dengan *The Brundtland Commission* mengeluarkan laporan yang dipublikasikan oleh *Oxford University Press* berjudul “*Our Common Future*”. Salah satu poin penting dalam laporan tersebut adalah diperkenalkannya konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), yang didefinisikan oleh *The Brundtland Commission* yaitu,

---

<sup>44</sup> Hindama Afanda, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Bank Pad Apt Bank Riau Kepri*.” Laporan Akhir, (Fak. Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Suska Riau Pekanbaru, 2013), h. 27

<sup>45</sup>*Ibid.*, h. 28

“*sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*”. (pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka).<sup>46</sup>

ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparansi dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.<sup>47</sup>

Menurut Elkington dalam bukunya yang berjudul “*cannibals with forks the triple line in 21<sup>st</sup> century business elkington*” menegaskan perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) belaka, melainkan perusahaan harus memiliki kepedulian pula terhadap kesejahteraan masyarakat (*people*) dan kelestarian lingkungan (*planet*).<sup>48</sup>

Menurut Wibisono, berpendapat bahwa tujuan ekonomi dan sosial terpisah dan bertentangan merupakan pandangan yang keliru. Perusahaan tidak berfungsi secara terpisah dari masyarakat sekitarnya. Faktanya,

---

<sup>46</sup> *Ibid.*,

<sup>47</sup> Mulyadi, *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Perkebunan Nusantara V Terhadap Masyarakat Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.*” h. 17

<sup>48</sup> *Ibid.*,

kemampuan perusahaan untuk bersaing tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *tripel bottom line*, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*.<sup>49</sup>

a. Keuntungan (*profit*)

Merupakan unsur yang paling dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Karena hal itulah tak heran bila fokus utama dari sebuah perusahaan adalah meningkatkan *profit* atau mengajar harga setinggi-tingginya. Menurut Wibisono, *profit* sendiri hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktifitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambahan semaksimal mungkin. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

b. Masyarakat (*people*)

Wibisono menjelaskan bahwa perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu perlu didasari bahwa operasi perusahaan beroperasi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

---

<sup>49</sup>Akma, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru.* Skripsi, (Fak. Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Sayarif Kasim Riau 2013), h. 14

Intinya, jika ingin dikenal dan *akseptabel*, perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Aliran pemikiran yang semakin diminati dan semakin punya daya tarik untuk masa yang akan datang nampaknya adalah aliran yang menyakini bahwa kondisi keuangan saja tidak menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Berkelanjutan perusahaan hanya terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi sosial. Sudah sangat cukup fakta bagaimana *resistensi* masyarakat sekitar muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak perlu dengan masyarakat sekitarnya.<sup>50</sup>

c. Lingkungan (*planet*)

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa contoh CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata, dan lain sebagainya. Wibisono mendefinisikan *planet* adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh kehidupan masyarakat. Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan, maka lingkungan memberikan manfaat bagi perusahaan. Dengan kata lain, apa yang perusahaan lakukan terhadap lingkungan tempatnya berada pada akhirnya akan kembali kepada perusahaan sesuai dengan yang dilakukan.

---

<sup>50</sup> *Ibid.*,

## 1. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan riset yang dilakukan *United States Based For Social Responsibility* (BSR), banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang telah mempraktekkan CSR antara lain;<sup>51</sup>

### a. Meningkatkan *Brand Image* dan Reputasi Perusahaan

CSR dapat membuat perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat apabila perusahaan melaksanakan program tersebut dengan sebaik-baiknya.

### b. Meningkatkan Loyalitas

Apabila program CSR dilakukan dengan baik oleh perusahaan maka para pelanggan akan menjadi lebih loyal karena para pelanggan tidak hanya mengetahui kualitas tetapi juga tujuan baik perusahaan.

### c. Mengurangi Biaya Operasioanal

Dengan adanya CSR perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan anggaran untuk biaya promosi, karena produk atau perusahaan pasti akan menjadi lebih dikenal oleh perusahaan, dengan demikian biaya operasional perusahaan akan menurun.

### d. Meningkatkan Kinerja Keuangan

Dengan adanya CSR diharapkan laba perusahaan akan lebih meningkat karena penjualan juga akan meningkat. Dengan demikian kinerja keuangan dari perusahaan tersebut otomatis akan meningkat pula.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, h.18

<sup>52</sup> *Ibid.*,

Program CSR, apabila dikembangkan dengan baik akan menciptakan suatu emosional antara masyarakat dengan perusahaan yang nantinya akan berdampak pada *brand awareness*, dan lama-kelamaan akan berkembang menjadi *brand loyalty* yang akan menciptakan *ekuitas* merek yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>53</sup>

## 2. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adapun dasar hukum perusahaan melaksanakan CSR adalah sebagai berikut,<sup>54</sup>

- a. Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Ada tujuh hal termuat dalam peraturan pemerintah ini. *Pertama*, mengenai CSR sendiri. Berlakukanya peraturan ini menjadikan setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini tertuang dalam Pasal 2 PP 43/2012. Pasal 3 ayat (1) menyatakan CSR menjadikan kewajiban bagi perorangan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam. *Kedua*, peraturan pemerintah ini menyatakan seperti Pasal 3 ayat (2) kewajiban CSR dilakukan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup>Hindama Afanda, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Bank Pad Apt Bank Riau Kepri.*” h,19

<sup>54</sup>Rio Agussalim, *Implementasi CSR PT.Regunas Agri Utama di Indragiri Hulu Ditinjau Dari Undang-Undang No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.*” Skripsi, (Fak. Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Sayarif Kasim, Riau 2014), h.8

<sup>55</sup>*Ibid.*,

*Ketiga*, CSR dilakukan oleh direksi perseroan berdasarkan rencana kerja tahunan setelah disetujui dewan komisaris atau rapat umum pemegang saham (*rups*). Hal ini dilakukan sesuai anggaran dasar perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undang. Demikian Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) rencana kerja tahunan memuat rencana kerja kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk CSR. *Keempat*, penyusunan dan penetapan rencana kerja tahunan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam, diharuskan untuk memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Realisasi anggaran CSR diperhitungkan sebagai biaya perseroan. *Kelima*, pelaporan kegiatan CSR, pada Pasal 6, dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Kemudian dipertanggungjawabkan pada RUPS.<sup>56</sup>

*Keenam*, termuat Pasal 7 menyatakan perseroan yang tidak melakukan kegiatan CSR dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Yaitu segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan undang-undang terkait. *Ketujuh*, dalam peraturan perintah termuat pada Pasal 9 mengamanatkan agar perseroan yang telah melakukan CSR dapat diberikan penghargaan.

- b. Peraturan yang mengikat Perseroan Terbatas (PT), yaitu Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007.

Dalam Pasal 74 ayat 1 diatur mengenai kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perseroan yang menangani bidang atau

---

<sup>56</sup> *Ibid.*,



berkaitan dengan sumber daya alam (SDA), ayat 2 mengenai perhitungan biaya dan asas kepatuhan serta kewajaran, ayat 3 mengenai sanksi dan ayat 4 aturan lanjutan.<sup>57</sup>

c. ISO 26000 tentang *Standard* dan Panduan *Social Responsibility*.

ISO 26000 bermula dari kebutuhan akan suatu sertifikasi berstandar internasional sebagai pedoman atau panduan mengenai *social responsibility* atau tanggung jawab sosial yang biasa diberlakukan diseluruh dunia. ISO ini dimulai pengerjaannya pada bulan januari 2005 dan target selesai dipublikasikan pada tahun 2010. ISO 26000 diyakinkan akan diterapkan untuk seluruh jenis dan ukuran organisasi yang ada didunia. ISO 26000 bersifat *komprehensif* dan *universal*.<sup>58</sup>

### 3. Bentuk-bentuk CSR Perusahaan

Ada dua bentuk CSR perusahaan yaitu:

- a. *Charity principle* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada seseorang atau kelompok yang membutuhkan. Kegiatan ini biasanya dalam bentuk kegiatan kedermawaan, sebagai contoh dengan mendirikan yayasan untuk mengatasi masalah tertentu, bisa juga melakukan pendampingan maupun kerjasama pada kelompok tertentu yang membutuhkan.

---

<sup>57</sup> *Ibid.*,

<sup>58</sup> Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi di Indonesia*, h. 126

- b. *Stewardship principle* adalah tindakan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan setiap pihak yang dipengaruhi oleh keputusan maupun kebijakan perusahaan. Hal ini dilakukan karena adanya kesadaran bahwa ada ketergantungan antara perusahaan dengan masyarakat, kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan *stakeholders* sehingga mampu menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan setiap kelompok yang bermacam-macam di masyarakat.

Berdasarkan dua bentuk CSR tersebut artinya bahwa perusahaan melakukan CSR diluar dari inti bisnis yang disebut dengan *charity* dan meletakkan CSR sebagai kegiatan yang menyatu dengan inti bisnis yang disebut dengan *stewardship*.

#### **4. Kriteria Penerima CSR**

Setiap perusahaan memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan siapa yang berhak menerima dana CSR tersebut dan berdasarkan program-program yang telah dibuat. Secara umum masyarakat yang menjadi kriteria penerima CSR yaitu:

- a. Masyarakat yang berdomisili disekitar lokasi perusahaan itu berdiri.
- b. Masyarakat atau lembaga yang mengajukan rencana kerja (proposal).
- c. Kegiatan CSR dijalankan di wilayah operasi perusahaan dan masyarakat luas secara selektif.

#### **5. CSR Berdasarkan Perspektif Syari'ah**

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.<sup>59</sup> Seperti firman Allah dalam QS Al-Baqarah (2): 177.<sup>60</sup>

❖ لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

*Artinya: Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa.*

<sup>59</sup> Ali Syukron, *CSR Dalam Persepektif Islam Dan Perbankan Syari'ah.* (Banyuwangi: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, Vol.5 No.1), h. 5

<sup>60</sup> Alquran dan Terjemahannya, Departemen Agama, (Semarang: Toha Putera 1989)

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan makna dan tujuan shalat dalam islam, Al-Quran mengintegrasikan akan pentingnyamakna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Disamping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan Hari Kiamat, Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim. Orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.<sup>61</sup>

Dalam konteks ini, maka CSR dalam persepektif islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditansai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaaygunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah.<sup>62</sup>

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan perspektif islam adalah bagian dari perintah untuk malakukan kedermawanan. Perintah untuk melakukan kedermawanan dikenal dengan istilah zakat, infak, sedekah dan wakaf. Perintah untuk melakukan kedermawanan tesebut mengandung makna

---

<sup>61</sup> Gustani, *Analisis Tingkat Pengungkapan Kinerja Sosial Bank Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index.*” Skripsi (Depok: STEI SEBI, 2015), h. 20

<sup>62</sup> Ibid.,

kemurahan hati, keadilan sosial, saling memberi dan saling memperkuat.<sup>63</sup> Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah madhah. Namun setelah melakukan kebaikan hendaknya sembunyikan amalan tersebut hingga tangan kiri tak tahu yang dilakukan tangan kanan. Seperti HR Imam Muslim,

وَرَجُلٌ تَصَدَّقَ بِصَدَقَةٍ فَأَخْفَاهَا حَتَّى لَا تَعْلَمَ شِمَالُهُ مَا تُنْفِقُ يَمِيْنُهُ

*Artinya; "Rasulullah SAW bersabda, ada tujuh pihak yang diberi naungan oleh Allah, dimana pada hari itu tidak ada naungan kecuali naungan-Nya, dari tujuh pihak tersebut Rasulullah menyebutkan bahwa siapa saja yang bersedekah secara sembunyi-sembunyi ibarat tangan kiri tak mengetahui apa yang dilakukan tangan kanan, maka ia termasuk salah satu di dalamnya."*

Menyembunyikan amalan merupakan salah satu cara menutup pintu riya. Dengan demikian, jika amalan kebaikan tidak ada yang menyaksikan, maka pikiran yang menginginkan agar ada yang melihatnya dan memujinya akan sirna. Seperti firman Allah dalam QS Al-Baqarah (2): 271.<sup>64</sup>

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ

لَكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

*Artinya: Jika kamu menampakkan sedekah(mu), Maka itu adalah baik sekali. dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, Maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu. dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan<sup>65</sup>.*

Dari ayat diatas dapat disimpulkan jika kita menampakkan atau memperlihatkan kepada umum sedekah yang kita lakukan dengan tujuan supaya dicontoh orang lain maka itu baik. Namun menyembunyikan sedekah

<sup>63</sup> *Ibid.*,

<sup>64</sup> *Ibid.*,

<sup>65</sup> Alquran dan Terjemahannya, Departemen Agama, (Semarang: Toha Putera 1989)

itu lebih baik dari menampakkannya, Karena menampakkan itu dapat menimbulkan riya pada diri si pemberi dan dapat pula menyakitkan hati orang yang diberi.

Dalam konsep tanggung jawab sosial perusahaan persepektif islam, terdapat suatu etos keagamaan yang tidak saja berfungsi sebagai alat perbaikan secara sosial, namun juga sebagai pantulan nilai moral dan spiritual yang menuju kepada pencapaian kesejahteraan individu dan masyarakat menyeluruh.

Tanggung jawab sosial perusahaan perspektif islam merujuk kepada kewajiban-kewajiban bahwa sebuah perusahaan harus melindungi dan berkontribusi kepada masyarakat. Ini dilandasi oleh konsep persaudaraan dan keadilan sosial. Praktek keadilan sosial dikuatkan melalui konsep persaudaraan (*ukhuwwah*). Persaudaraan menjadikan manusia mempunyai tanggung jawab kepada satu sama lain.

Komitmen islam terhadap keadilan dan persaudaraan menuntut masyarakat memenuhi kebutuhan dasar orang yang kurang mampu. Dalam paradikma tanggung jawab sosial perusahaan perspektif islam, harta bukanlah tujuan utama, harta hanya alat untuk mencapai kebaikan. Seluruh harta kekayaan adalah milik Allah SWT, maka dari itu hakikatnya apa yang dipunyai oleh individu atau perusahaan hanyalah suatu amanah.<sup>66</sup>

Nilai amanah itulah yang menuntut perusahaan untuk menyikapi dengan benar. Sedangkan perspektif barat, harta merupakan kekayaan yang

---

<sup>66</sup> Muhammad ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widiajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h. 19

menjadi hak milik pribadi individu atau perusahaan. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan persepektif barat juga cenderung melihat konsep tanggung jawab sosial perusahaan dari dimensi keduniaan atau materi semata, misalnya tanggung jawab sosial perusahaan adalah dijalankan untuk memelihara kelangsungan bisnis dan keuntungannya.

Islam menghendaki perusahaan untuk mengamalkan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan harus memahami bahwa semua pemilikan harta, keahlian, kemampuan-kemampuan, jabatan, kekuasaan menjadi kepunyaan Allah SWT. Sebagai kumpulan individu manusia, perusahaan hanyalah sebagai pemegang amanah, penting bahwa perusahaan dapat mengelolah pemilikan-pemilikan harta dan lain sebagainya dengan cara terbaik untuk memperoleh suatu nilai tambah yang maksimum dan bermanfaat tidak saja untuk pemiliknya, tetapi juga untuk masyarakat secara keseluruhan. Konsep masyarakat menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai hak atas apa yang dimiliki oleh anggota masyarakat lainnya.<sup>67</sup>

Dalam perspektif islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagi puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan yaitu melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran dalam islam, Allah adalah pemilik mutlaq sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun

---

<sup>67</sup>Budi Santoso, *Wakaf Untuk Perusahaan "Model CSR Islam Untuk Pembangunan Berkelanjutan"*, (Malang, Universitas Brawijaya Press, 2011), h.14

kelompok harus dapat menjadi yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat.<sup>68</sup>

Untuk menganalisis tingkat kesesuaian CSR perbankan syari'ah dengan *shariah enterprise theory* (SET). Banyak penelitian beranggapan bahwa SET merupakan teori yang paling pas dalam merekonstruksi akuntansi syariah, karena SET mengandung nilai keadilan, kebenaran, kejujuran, bertanggung jawab, dan amanah. Nilai tersebut telah sesuai dengan kriteria dari akuntansi syariah. Akuntabilitas yang dimaksud adalah akuntabilitas kepada Tuhan, manusia, dan alam. Bentuk akuntabilitas semacam ini berfungsi sebagai tali pengikat agar akuntabilitas syariah selalu terhubung dengan nilai-nilai yang dapat membangkitkan kesadaran ke-Tuhanan. SET merupakan suatu proses penyesuaian yang berawal dari adanya kepentingan untuk membebaskan *knowledge* (pengetahuan) yang selalu terperangkap dalam dunia *materiil* menjadi suatu *knowlage* (pengetahuan) yang juga mempertimbangkan aspek *non-materiil*.<sup>69</sup>

Konsep yang berlaku dalam SET ada tiga hal yang termasuk yaitu pemberi amanah (Allah), penerima amanah (manusia), dan amanah itu sendiri (alam).

Pertama hubungan manusia dengan Allah (*Hablumminaallah*). Allah sebagai sumber utama, karena Dia adalah pemilik yang tunggal dan mutlak. Tuhan merupakan pihak yang paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan

---

<sup>68</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UN Malang Press, 2007), h.160

<sup>69</sup> Andi Safari Hafida, *Implementasi Syariah Enterprise Theory Melalui Value Added Statement Untuk Menilai Tanggung Jawab Perbankan Syariah Kepada Stakholders.* Skripsi (Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin, 2012), h.44



hidup manusia dengan menempatkan Tuhan sebagai *stakholder* yang tinggi, maka tali penghubung agar akuntansi syari'ah tetap bertujuan pada membangkitkan kesadaran ke-Tuhanan para penggunanya tetap terjamin. Konsekuensi menetapkan tuhan sebagai *stakeholder* tertinggi adalah digunakannya *sunnatullah* sebagai bisnis bagi konstruksi akuntansi. Dengan *sunnatullah*, akuntansi syariah hanya dibangun berdasarkan pada taat aturan atau hukum-hukum Allah.<sup>70</sup>

Kedua adalah hubungan manusia dengan manusia (*Hablumminannas*). Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah yang paling sempurna, karena manusia memiliki potensi berupa kemampuan berfikir dan ilmu pengetahuan berkomunikasi serta berinteraksi dengan lingkungan sosial. Sebagai makhluk sosial setiap manusia membutuhkan interaksi dan komunikasi dengan manusia lainnya agar fitrahnya sebagai makhluk sosial dapat berkembang dan tersalurkan. Oleh karena itu, manusi diberi kepercayaan (amanah) oleh sang pencipta untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab antar manusia dalam berbagai aspek kehidupan.<sup>71</sup>

Pelaksanaan tanggung jawab kepada sesama manusia diwujudkan dalam bentuk penghormata terhadap hak-hak dan pelaksanaan kewaiban, serta bentuk kecintaan manusia untuk menlai kinerja seseorang terhadap orang lain, termask kejujuran dan keadilan. Sebagaimana Allah memerintahkan manusia untuk melakukan hal ini: QS. An-Nisa: 58

---

<sup>70</sup> *Ibid.*,

<sup>71</sup> *Ibid.*,

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.<sup>72</sup>

*Stakeholders* dalam perusahaan dibedakan menjad dua yaitu *direct stakeholder* (berhubungan langsung) dan *indirect stakeholder* (berhubungan tidak langsung). *Direct stakeholder* merupakan pihak yang berkontribusi langsung dengan perusahaan baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun *non* keuangan. Mereka berhak mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan karena telah memberikan kontribusi kepada perusahaan. *Indirect stakeholder* merupakan pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan, tetapi secara syariah mereka adalah pihak yang memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.<sup>73</sup>

*Stekholder* ketiga adalah alam. Sumber daya alam digunakan dan dimiliki *stakeholder* merupakan amanah dari Allah yang didalamnya melekat sebuah tanggungjawab untuk mengungkannya dengan cara dan tujuan yang telah ditetapkan oleh sang pemberi amanah. Dimana tujuan dari penggunaan sumber daya ini tidak lain hanyalah untuk mendapatkan ridho Allah. Tujuan ini dapat menjadi membawa rahmat bagi seluruh alam. Wujud distribusi

<sup>72</sup> Alquran dan Terjemahannya, Departemen Agama, (Semarang: Toha Putera 1989)

<sup>73</sup>Ryikanita Pri Ramadhani, *Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Syariah.*” Skripsi (Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin, 2014), h. 16

kesejahteraan kepada alam berupa kepedulian terhadap kelestarian alam, pencegah pencemaran, dan lain-lain.<sup>74</sup>

### C. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. Sebab baik buruk dalam reputasi perusahaan indikator penting perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan memegang suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik sangat berharga.

Menurut Afdal, dalam jurnal Roy Martin Tarigan reputasi perusahaan adalah *asset* yang tidak nyata. Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai *entitas*. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dari tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen.<sup>75</sup>

Menurut Fombrun dari jurnal Rani Sherly Fajrina, reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman dengan produk, ataupun pelayanan yang mereka dapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah

---

<sup>74</sup> *Ibid.*,

<sup>75</sup> Roy Martin Tarigan, *Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan*, (Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, 2014), h. 27

dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki.<sup>76</sup>

## 1. Metode Penilaian Reputasi Perusahaan

Salah satu metode penilaian reputasi suatu perusahaan adalah Harris Fombrum reputation question, yang didalamnya terdapat elemen dari atribut reputasi perusahaan, yaitu:<sup>77</sup>

### 1. *Emotional Appeal*

- a. *Good feeling about company*, memiliki perasaan yang baik, senang atau citra terhadap perusahaan.
- b. *Admire and respect the company*, perasaan kagum dan menghargai perusahaan
- c. *Trust the company*, memiliki perasaan percaya kepada perusahaan.

### 2. *Product and service*

- a. *Stand behind product and service*, beranggapan bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan sesuai dengan cara bisnisnya, sesuai dengan identitas perusahaannya.
- b. *Offer high quality product/service*, beranggapan bahwa perusahaan menawarkan produk atau jasa berkualitas tinggi

---

<sup>76</sup> Rani Sherly Fajrina, *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja*, Jurnal (Jakarta: Universitas Indonesia, Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi, 2012), h.27

<sup>77</sup> *Ibid*, h. 35

- c. *Develop innovation product/service*, beranggapan bahwa perusahaan selalu berinovasi untuk mengembangkan produk ataupun jasa yang dihasilkan.
- d. *Offer product/service that are good value*, beranggapan perusahaan menghasilkan produk ataupun jasa yang menghasilkan nilai jual.

3. *Vision and leadership*

- a. *Has excellent leadership*, beranggapan bahwa perusahaan berjalan dibawah kepemimpinan yang handal.
- b. *Has a clear vision for the future*, beranggapan bahwa perusahaan memiliki visi yang jelas untuk menghadapi tantangan kedepan.
- c. *Recognize/takes advantage of market opportunities*, beranggapan bahwa perusahaan mahir dalam mencari dan memafaatkan peluang yang ada.

4. *Workplace enviroentment*

- a. *Well managed*, beranggapan bahwa perusahaan dikelola dengan baik
- b. *Look like a good company to work for*, perusahaan terlihat ssebagai tempat yang baik untuk bekerja.
- c. *Look like has a good employes*, terlihat sebagai perusahaan yang memiliki pegawai professional

5. *Financial performance*

- a. *Rocerd of profitability*, beranggapan bahwa catatan kinerja keuangan perusahaan selama ini menunjukkan profitabilitas

- b. *Look like a low risk investment*, dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai tempat berinvestasi yang rendah resiko.
  - c. *Strong prospect for future growth*, dari kinerja keuangan perusahaan, membuat perusahaan terlihat sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang kuat pada perkembangan dimasa depan
  - d. *Tends to out performs its competitors*, dari kinerja keuangan perusahaan terlihat bahwa perusahaan cenderung lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.
6. *Social responsibility*
- a. *Supported good causes*, beranggapan bahwa perusahaan memberikan dukungan yang baik terhadap masalah-masalah sosial.
  - b. *Environmentally responsible*, beranggapan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masalah lingkungan.
  - c. *Treats people well*, beranggapan bahwa perusahaan memperlakukan masyarakat sekitar dengan baik.<sup>78</sup>

Reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Contoh keputusan adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan, berlangganan dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain, sehingga mau tidak mau, perusahaan mempunyai reputasi di masyarakat.<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup> *Ibid.*,

Bagi suatu perusahaan dimana produk yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi atau nama baik sangat menentukan. Upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan reputasi yang berupa citra merk, citra perusahaan, reputasi merk, nama yang terbaik, pelayanan prima dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah menjadi prioritas. Reputasi itu sendiri dapat berperingkat baik, sedang, atau buruk. Reputasi yang buruk melahirkan dampak yang negatif bagi operasi bisnis perusahaan dan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing.<sup>80</sup>

## **2. Indikator Reputasi Perusahaan**

Terbentuknya reputasi diawali dari identitas perusahaan seperti nama perusahaan, penampilan fisik (sarana prasarana) perusahaan, lingkungan perusahaan, seragam karyawan, media komunikasi (brosur, iklan), pemberitaan media, pola interaksi dengan *stakeholders*, pengalaman *stakeholders*, hubungan personal pemimpin dan karyawan, pola pelayanan, dan reputasi mencerminkan persepsi publik terkait mengenai tindakan-tindakan perusahaan yang telah berlalu dan prospek perusahaan di masa mendatang, yang dibandingkan dengan perusahaan sejenis.

Reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi *stakeholders* dalam mengambil berbagai keputusan penting, contohnya keputusan untuk membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan, berlangganan, dan

---

<sup>80</sup> Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan*, (Jakarta: PT. Dinar Mulya Pustaka, 2004), h. 2

merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain mau tidak mau, setiap perusahaan mempunyai reputasi di masyarakat. Reputasi itu sendiri dapat diperingkat baik, sedang atau buruk. Reputasi yang buruk melahirkan dampak negative bagi operasi bisnis perusahaan juga melemahkan kemampuan perusahaan untuk bersaing.<sup>81</sup> Adapun indikator reputasi perusahaan adalah:

5. Nama baik adalah persepsi para *stakeholders* tentang sejauh mana nama baik yang berhasil dibangun oleh bank. Bagi sebuah perusahaan, menjaga nama baik tentunya menjadi salah satu kewajiban utama mereka untuk mendukung kelancaran pemasaran bisnisnya. Apabila nama baik yang dimiliki perusahaan sudah cukup kuat, maka stakeholders pun akan lebih percaya dengan kemampuan bisnis yang dijalankan dan tidak ragu lagi untuk berkerjasama dengan perusahaan tersebut.
6. Reputasi pesaing adalah persepsi para *stakeholders* mengenai seberapa baik reputasi bank tersebut dibandingkan perusahaan lainnya. Sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lain, artinya ciri khas sangat diperlukan dalam suatu perusahaan.
7. Dikenal luas menunjukkan persepsi *stakeholders* yang baik tentang sejauh mana nama perusahaan tersebut dikenal luas oleh

---

<sup>81</sup> Rofifah Mau'idzah Hasanah, Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan Internet Banking." Skripsi (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, 2015), h. 28



masyarakat. Sebuah perusahaan pasti ingin produknya dikenal secara luas baik produk baru maupun produk lamanya.

8. Kemudahan diingat merupakan persepsi para *stakeholders* akan kemudahan mengingat nama baik perusahaan tersebut. Jika nama sebuah perusahaan mudah diingat, maka orang akan lebih mudah untuk menemukannya.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan dimana terikat kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas.

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**  
**PADA PT BANK MUAMALAT INDONESIA KCP CURUP**

**A. Sejarah Singkat PT Bank Muamalat Indonesia**

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada tanggal 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau bertepatan dengan 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen ikatan cendekiawan muslim se-Indonesia (ICIM) dan beberapa pengusaha muslim. Pendirian Bank Muamalat Indonesia juga menerima dukungan dari masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham perseroan Rp. 84 Miliar pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 Miliar.<sup>82</sup>

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan Bank Muamalat Indonesia berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi sebagai bank syari'ah pertama di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Pada akhir tahun 90'an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan sebagian besar perekonomian asia tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen koperasi, Bank Muamalat

---

<sup>82</sup> <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

Indonesia pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencapai rugi sebesar Rp. 105 Miliar, ekuitas mencapai titik terendah yaitu Rp. 39,3 miliar kurang dari sepertiga modal awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat Indonesia mencari pemodal yang potensial dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic development* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat Indonesia. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 dan tahun 2002 merupakan masa-masa keberhasilan bagi Bank Muamalat Indonesia. Dalam kurun waktu tersebut Bank Muamalat Indonesia berhasil mengembalikan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan *dedikasi* setiap karyawan muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syari'ah secara murni.<sup>83</sup>

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat Indonesia berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat Indonesia kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada;

1. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari pemegang saham

---

<sup>83</sup>Fitri Fitriani Siregar, *Sejarah Bank Muamalat*, diakses dari <http://finifitrianisiregar.blogspot.com/2010/12/sejarah-bank-muamalat-indonesia.html>, pada tanggal 20 Maret 2018

2. Tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak karyawan muamalat sedikitpun
3. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri karyawan muamalat menjadi prioritas utama ditahun pertama kepengurusan direksi baru
4. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja muamalat mengangkat agenda utama di tahun kedua, dan
5. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat Indonesia pada tahun ketiga dan seterusnya, yang akhirnya membawa Bank Muamalat dengan *rahmat Allah rabbul izzati*, ke- era pertumbuhan baru memasuki tahun-tahun selanjutnya.

Sebagai bank dengan *tagline* “pertama murni syariah”, Bank Muamalat Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya mematuhi syari’ah, namun juga kompetitif dan aksesible bagi masyarakat pelosok nusantara. Komitmen tersebut sejala dengan pemerintahan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peran perbankan. Bank Muamalat Indonesia sentiasa menerapkan *Corporate Social Responsibility*. Bank Muamalat Indonesia bekerjasama dengan Baitulmaal Muamalat mengadakan kegiatan-kegiatan sosial.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> [http://www.baitulmaalmuamalat.org/salam\\_muamalat/](http://www.baitulmaalmuamalat.org/salam_muamalat/)

## **B. Sejarah Singkat PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup**

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syari'ah yang pertama kali beroperasi di Indonesia dan menjadi satu-satunya bank syari'ah yang berekspansi ke luar negeri dengan membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia. Nasabah dapat memanfaatkan jaringan *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS) dengan jangkauan akses luas di Malaysia.

Bank Muamalat Indonesia sebagai pelopor perbankan syari'ah ini selalu berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan syari'ah yang kompetitif dan mudah dijangkau bagi masyarakat hingga ke berbagai pelosok nusantara. Tentunya dengan keyakinan untuk memajukan perbankan berbasis syariah yang beroperasi di Indonesia.

Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Indonesia Kota Curup didirikan pada tanggal 3 Juni 2010. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup terletak di Jalan Merdeka No. 732 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Posisi ini sangat strategis yakni terletak di pusat kota Curup dan tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu Lapangan Setia Negara dan Pasar Tengah Curup. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup juga tidak jauh dari instansi-instansi publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, Kantor Telkom, Kantor Pos, dan tempat ibadah.

Dengan melihat potensi dari tempat yang dipilih sebagai kantor cabang pembantu ini maka akses menuju Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sangat mudah dijangkau oleh masyarakat Curup baik dengan menggunakan

transportasi umum maupun transportasi pribadi. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dengan lokasi yang strategis memiliki peluang dalam akses nasabah yang mudah ditambah dengan kondisi kantor yang ditata rapi baik dari *banking hall* hingga *pantry*, dengan demikian para karyawan pun sangat nyaman saat bekerja dan diharapkan pula kenyamanan yang nasabah dapatkan baik dari pelayanan bank dan kondisi tata ruang.

#### 1. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Curup

**Visi** :Bank Muamalat adalah menjadi Bank syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

**Misi** :Bank Muamalat Indonesia yaitu menjadi *Role Model* lembaga keuangan syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada pemegang saham (*stockholder*).

Pencapaian visi dan misi tersebut sangat didukung oleh nilai – nilai yang tertanam dan ditumbuh kembangkan oleh individual serta *positioning* perseroan sebagai lembaga keuangan syari'ah, sehingga harus digerakkan dengan sistem, akhlak, dan akidah sesuai dengan prinsip syari'ah. Bank Muamalat Indonesia menjunjung praktik kejujuran sejak awal rekrutmen, serta larangan menerima imbalan dalam bentuk apapun dari pada nasabah dan mitra kerja. Selain itu Bank Muamalat Indonesia juga sangat tegas dalam menyikapi resiko reputasi yang

ditimbulkan karyawan akibat perilaku yang tidak sesuai dengan tatanan budaya, etika dan hukum.

Untuk mewujudkan visi dan misinya Bank Muamalat Indonesia melakukan strategi usaha sebagai berikut :

- a. Meningkatkan pendapatan melalui ekspansi pembiayaan secara selektif dan hati-hati dengan penekanan pada usaha kecil yang memanfaatkan jaringan lembaga keuangan syariah, tanpa mengabaikan pembiayaan kepada usaha menengah dan besar dengan penekanan pada perusahaan-perusahaan yang mendukung pengembangan usaha kecil.
- b. Meningkatkan mutu pelayanan dan pengembangan produk andalan.
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya insani.
- d. Meningkatkan jumlah kantor pelayanan baru pada daerah-daerah strategis.
- e. Mengembangkan teknologi informasi dan teknologi pelayanan.
- f. Meningkatkan intensitas pengawasan dan menumbuhkan budaya patuh peraturan.

Adapun tujuan pendirian Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat muslim Indonesia, sehingga kesenjangan sosial ekonomi semakin berkurang dan semakin melestarikan pembangunan nasional, dengan :

- 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
  - 2) Meningkatkan kesempatan kerja
  - 3) Meningkatkan penghasilan masyarakat.
- b. Mengembangkan lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi rakyat banyak sehingga dapat menggalakan usaha-usaha ekonomi rakyat.
- c. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomis serta berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
2. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Curup

Adapun Produk-produk yang terdapat pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, yaitu sebagai berikut:

a. Produk *Funding*

Ada beberapa jenis produk *Funding* yang ada pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup adalah sebagai berikut:

1) Giro

Giro yang terdapat pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup adalah :

- a) Giro iB Muamalat Attijary Corporate yaitu produk giro berbasis akad *wadiah* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan juga merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis



nasabah perorangan maupun *non*-perorangan yang didukung oleh fasilitas *Cash Management*.

- b) Giro iB Muamalat Ultima Corporate yaitu semua orang bias mudah bertansaksi sekaligus berinvestasi. Produk giro berbasis akad *wadiah* yang memberikan kemudahan bertransaksi. Merupakan sama untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah *non*-perorangan yang didukung oleh fasilitas *Cash Management*.<sup>85</sup>

## 2) Tabungan

Ada beberapa jenis tabungan yang terdapat di Bank Muamalat Kantor Cabang pembantu (KCP) Curup yaitu :

- a) Tabungan iB Muamalat adalah tabungan syariah nyam digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* lokal dan luar negeri.
- b) Tabungan Muamalat Dollar adalah tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan singapore Dollar (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

---

<sup>85</sup> Brosur Produk Giro Bank Muamalat

- c) Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah adalah tabungan dengan akad wadiah, yang mempunyai banyak manfaat yaitu nasabah tidak perlu membawa uang tunai berlebihan karena tabungan haji dan umrah bias digunakan bertransaksi di tempat yang menerima kartu Visa. Tabungan haji dan umrah ini bisa memilih jangka waktu dan jumlah setoran sesuai paket yang tersedia.
- d) TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- e) Tabungan iB Muamalat Rencana adalah tabungan solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan.
- f) Tabungan iB Muamalat Prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis yang sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan, yang dilengkapi fasilitas Shar-E Debit Gold yang digunakan diseluruh jaringan Visa. Tabungan ini juga dilengkapi bagi hasil yang kompetitif dan fasilitas bebas biaya
- g) Tabungan iB Muamalat Sahabat adalah tabungan dengan segala kemudahan dan keuntungan bertransaksi dan

tabungan ini bias mendesain sendiri kartu ATM sesuai dengan minat nasabah.

- h) Tabungan iB Muamalat SimPel adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.<sup>86</sup>

### 3) Deposito

Terdapat beberapa jenis deposito yang ada pada Bank Muamalat Cabang Pembantu (KCP) Curup yaitu :

- a) Deposito *Mudharabah* adalah deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi Anda.
- b) Deposito *Fulinvest* adalah deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal serta perlindungan asuransi jiwa gratis bagi Anda.
- c) DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) adalah dana pensiun Terproteksi Muamalat menawarkan kemudahan perencanaan keuangan masa depan bagi karyawan maupun pekerja mandiri yang dicover dengan asuransi syariah.

---

<sup>86</sup> Brosur Produk Tabungan Bank Muamalat

b. Produk *Financing*

1) Untuk Konsumen

- a) KPR Muamalat iB adalah produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah (*ready stock/bekas*), apartemen, ruko, rukan, kios maupun pengalihan *take-over* KPR dari bank lain.
- b) Auto Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki kendaraan bermotor. Produk ini adalah kerjasama Bank Muamalat dengan Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF).

2) Untuk Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha anda sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha anda akan terjamin.

3) Pembiayaan Investasi

- a) Pembiayaan Investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha anda sehingga mendukung rencana ekspansi yang telah anda susun.
- b) Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis adalah produk pembiayaan yang akan membantu usaha Anda untuk membeli, membangun ataupun merenovasi properti

maupun pengalihan *take-over* pembiayaan properti dari bank lain untuk kebutuhan bisnis Anda.<sup>87</sup>

c. Produk Jasa (*Service Product*)

1) *Wakalah*

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis Perbankan, *Wakalah* adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasmamakan yang memberikan kuasa.

2) *Kafalah*

Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. *Kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

3) *Hawalah*

Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. *Hawalah* merupakan pemindahan beban hutang dari *muhil* (orang yang berhutang)

---

<sup>87</sup> Brosur Produk Pendanaan Bank Muamalat

menjadi tanggungan *muhal 'alaih* atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

4) *Rahn*

Adalah menahan salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* adalah jaminan hutang atau gadai.

5) *Qardh*

Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis Perbankan, *qardh* adalah pemberian pinjaman dari Bank ke nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus.

d. Jasa Layanan (*Services*)

1) ATM muamalat

Bank muamalat sudah memiliki lebih dari 1.300 ATM yang tersebar luas di seluruh Indonesia, yang terkoneksi dengan

lebih dari 59.193 jaringan Prima, lebih dari 42.000 jaringan ATM Bersama, dan MEPS. Untuk menawarkan solusi bagi tuntutan transaksi perbankan nasabah yang semakin beragam, ATM muamalat dilengkapi dengan beberapa fitur untuk memudahkan anda melakukan pembayaran tagihan (listrik, pembelian pulsa, zakat, infaq, sodaqoh, dan asuransi), pembelian pulsa isi ulang (misalnya pembelian pulsa telkomsel, XL, indosat, dll), pembelian tiket (pembelian tiket pesawat Garuda), pembayaran premi asuransi (pembayaran premi asuransi taqaful), transfer antar bank, pembayaran uang sekolah dan ZIS berupa pembayaran uang SPP dan zakat penghasilan karyawan.

## 2) *Internet Banking* Muamalat

Layanan perbankan elektronik melalui akses internet dengan menggunakan sms token yang dapat beroperasi 24 jam 7 hari seminggu dengan mudah, kapan saja, dan dimana saja. Nasabah bisa melakukan *monitoring* atas transaksi keuangan pribadi maupun bisnis dari seluruh rekening anda di Bank Muamalat dalam CIF (*customer information file*).

## 3) *Mobile Banking* Muamalat

Layanan perbankan untuk melakukan Transaksi *financial* dan *non-finansial* yang dapat diakses dengan mengunduh aplikasi melalui ponsel sudah ada di android tapi selindo.

4) *Virtual Account* Muamalat

Layanan yang disediakan Bank Muamalat untuk memudahkan pelanggan mitra dalam melakukan pembayaran kewajiban/tagihan kepada pihak mitra melalui *deliveri channel bank* Muamalat dan *channel* bank lainnya serta membantu mitra dalam mengelolah dan pelaporan transaksi pembayaran.

5) *Cash Management System* Muamalat

Layanan jasa penanganan keuangan perusahaan (*cash management*) yang diselenggarakan oleh Bank Muamalat antara lain meliputi layanan penanganan penerimaan/koneksi pemasukan dana (*collections*), pembayaran/pengeluaran dana (*disbursements*), serta lebih jauh lagi meliputi pengelolaan likuiditas keuangan perusahaan melalui koneksi internet dengan menggunakan akses *cash management system*.

6) *Gerai* Muamalat

Gerai muamalat atau *payment point online* bank atau lebih dikenal dengan sebutan PPOB adalah layanan atau fasilitas sistem pembayaran yang dilakukan secara tunai oleh masyarakat pada loket atau *payment point* yang bekerja sama dengan bank Muamalat. Gerai muamalat dilengkapi dengan beberapa fitur untuk memudahkan anda melakukan pembayaran tagihan (listrik, pembelian pulsa, zakat, infaq, sodaqoh, dan asuransi), pembelian pulsa isi, pembelian tiket,



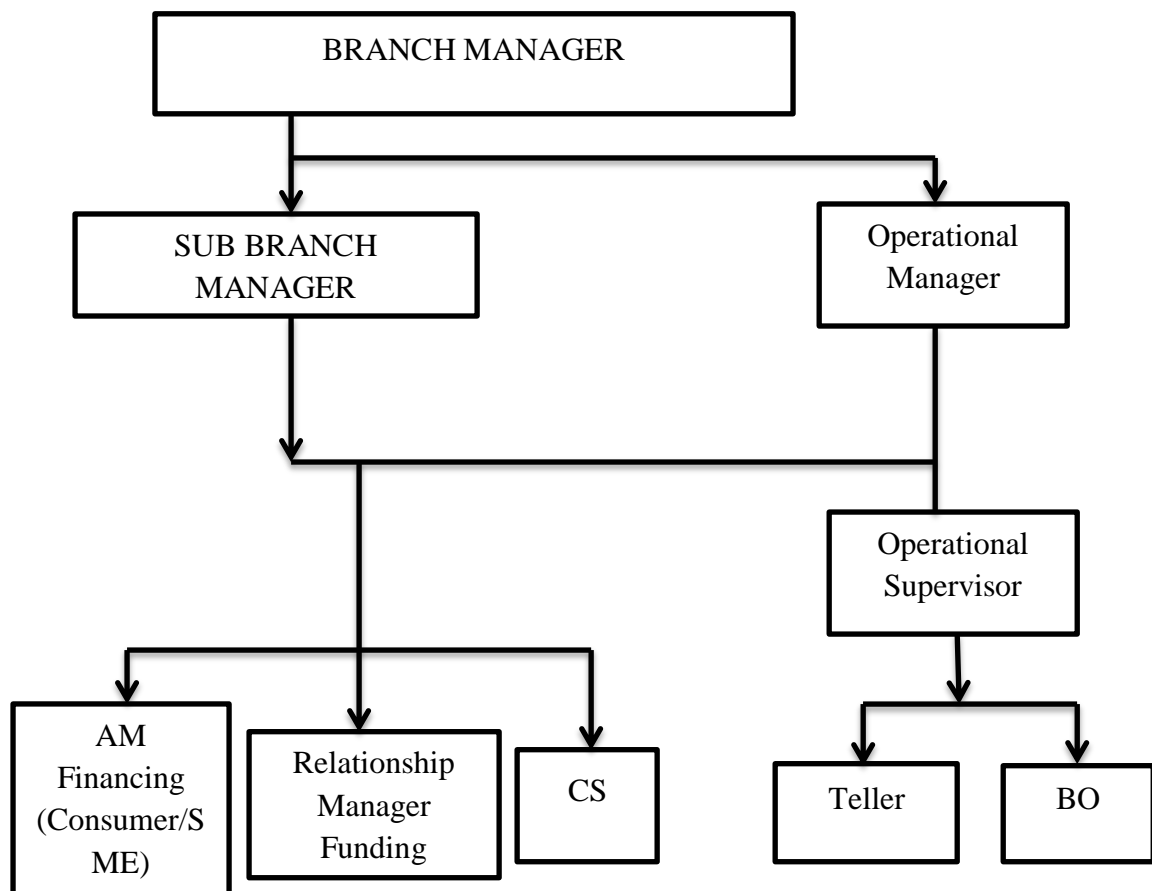
pembayaran premi asuransi, transfer antar bank, pembayaran uang sekolah dan ZIS berupa pembayaran uang SPP dan zakat penghasilan karyawan.

7) Salam muamalat

Layanan perbankan elektronik IVR (*interactive voice response*). Mesin penjawab otomatis dan petugas layanan nasabah yang diakses melalui jalur komunikasi telepon dengan menghubungi 1500016.<sup>88</sup>

3. Struktur Organisasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup

3.1 Struktur Organisasi



<sup>88</sup> Brosur Produk Jasa Bank Muamalat

### C. *Corporate Social Responsibility* di PT Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia menekankan pertumbuhan bisnisnya tidak hanya pada aspek keuangan, namun bagaimana perusahaan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan untuk jangka panjang. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* dapat diterjemahkan sebagai upaya membangun dan mewujudkan sebuah komitmen perusahaan terhadap *stakeholders*-nya. Hal ini perlu dilakukan terus-menerus dan ditindak lanjuti secara *transparan* serta sesuai etika agar dapat berkontribusi aktif terhadap peningkatan kualitas hidup seluruh pemengku kepentingan, baik itu karyawan, nasabah, pemegang saham, maupun pihak eksternal lainnya, melalui berbagai kegiatan pemberdayaan dan pembangunan yang berkelanjutan.<sup>89</sup>

Bank Muamalat Indonesia melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan cara membentuk lembaga khusus yaitu *Baitulmaal* Muamalat (BMM). *Baitulmaal* Muamalat (BMM) adalah lembaga pengelolaan zakat resmi yang ditunjuk pemerintah untuk menghimpun serta menyalurkan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Sebagai lembaga nirlaba yang didirikan oleh Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 16 Juni 2000. BMM hadir untuk menjadi penggerak ekonomi umat, menuju terwujudnya tatanan masyarakat yang berkarakter, tumbuh dan peduli. BMM berupaya mengurangi kemiskinan dengan cara menumbuhkan masyarakat yang ingin

---

<sup>89</sup>Laporan keuangan tahun 2015

berusaha dan mandiri secara ekonomi, melalui bantuan dana dan pendampingan usaha.

#### Visi dan Misi *Baitulmaal* Muamalat BMM

Visi: Menjadi motor penggerak program kemandirian ekonomi umat menuju terwujudnya tatanan masyarakat yang berkarakter, tumbuh dan peduli.

- Misi: 1. Melaksanakan program-program pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat secara integral dan komprehensif.
2. Membangun dan mengembangkan jaringan kerja pemberdayaan seluas-luasnya.

#### Tujuan *Baitulmaal* Muamalat (BMM)

1. Memberikan pelayanan zakat, infak, sedekah dan waka secara optimal, bagi para muzaki sehingga dengan tingkat dan mitra dengan tingkat complain di bawah 100%
2. Menyediakan laporan penerimaan dana dan penghimpunan secara berkala melalui medium yang mudah diakses oleh para uzakki dan mitra kerja
3. Membangun reputasi BMM melalui media secara berkala melalui media publikasi seperti koran, majalah, dan radio atau media lainnya
4. Menyalurkan dana penghimpunan kepada para pihak yang membutuhkan melalui program-program pemberdayaan baik pemberdayaan ekonomi maupun pemberdayaan *non-ekonomi*.

Sebagai wujud pelayanan yang optimal kepada donatur BMM meluncurkan produk-produk penghimpunan yang inovatif yaitu ZIS, infaq dua enam satu, wakaf tunai muamalat, dana yatim, dan gerakan infaq seribu. Adapun beberapa program lainnya yakni,<sup>90</sup>

5. Program Pemberdayaan Ekonomi Khususnya Ekonomi Mikro. Merupakan salah satu program yang menjadi komitmen BMM, komitmen tersebut dilaksanakan melalui;
  - a) KUM3 (Komunitas Usaha Mikro Muamalat Berbasis Masjid) merupakan kumpulan mustahiq, jamaah masjid yang bersepakat untuk berkerjasama dengan BMM dalam mengembangkan usaha ekonomi produktif.
  - b) KJKS KUM3 (Koperasi Jasa Keuangan Syariah Komunitas Usaha Muamalat) merupakan lembaga keuangan formal yang didirikan oleh pemberdayaan usaha mikro muamalat berbasis masjid. BMM berkontribusi dalam menumbuhkan dan menguatkan lembaga-lembaga keuangan mikro syariah melalui pemberian modal, pendampingan, pelatihan, dukungan teknologi, dll.
  - c) Pemberdayaan Terpadu Kampung Jamur Ciputih. Kampung jamur ciputih yang terletak di desa Sukajaya Bogor merupakan salah satu binaan BMM. Budidaya jamur tiram, jamur putih dan jamur shitake merupakan pemberdayaan kelompok peserta yang diberi nama komunitas karya muamalat (KKM). BMM menyediakan infrastruktur

---

<sup>90</sup> <http://www.baitulmaalmuamalat.org/what-we-do/program/>

untuk semua bangunan budidaya jamur meliputi ruang glowing, inokulasi, sterilisasi, inkubasi dan ruangan panen.

- d) Sahabat Muamalat. Program ini dimulai di wilayah potensi yang diawali di Provinsi DI Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Lampung dan DKI Jakarta dan akan dikembangkan keseluruhan Indonesia. Program ini merupakan program pendampingan bagi KJKS yang mendapatkan fasilitas dari Bank Muamalat Indonesia Tbk. Untuk memperkuat positioningnya untuk pertumbuhan keuangan mikro syari'ah melalui program pendampingan pembiayaan sahabat muamalat.

6. Program Pendayagunaan Pendidikan. Bertujuan untuk membantu mengembangkan prestasi, potensi dan bahkan positif dari para *mustahiq* sehingga dapat membentuk sumber daya manusia yang berakhlak islami dan berkualitas tinggi. Dana amanah ini di salurkan melalui;

- a) Beasiswa Prestasi, terdiri dari beasiswa yatim, *beshare* dan *besmart*. Beasiswa ini diperuntukan bagi yang anak yatim berprestasi dan idak mampu dengan jenjang pendidikan SMP, SMA dan perguruan tinggi SI.
- b) *Islamic solidarity school*, merupakan sekolah berasrama yang dibangun oleh *Islamic development bank* (IDB). Sebagai wujud solidaritas umat muslim di dunia diperuntukan bagi anak yatim sunami Aceh. Sekolah terpadu yang terletak di jantung Aceh ini

dikelolah oleh BMM sejak tahun 2006 dengan level pendidikan SMP dan SMK.

- c) ORPHAN Khafalah adalah program pemberdayaan masyarakat khususnya anak yatim dan keluarga korban musibah bencana tsunami di Nangro Aceh Darusalam (NAD). Kerjasama antara IDB dan BMM. Program ini berjalan di 18 kecamatan Aceh Widi dan 18 di kecamatan Aceh Utara, dengan total penerima manfaat 3025 anak dan didampingi 33 pengasuh.

7. Program Pendayagunaan Sosial Kemanusiaan, diwujudkan dalam beberapa fokus program antara lain;

- a) Santun (Santunan Tunai), program ini di peruntukkan untuk perorang atau lembaga.
- b) ATM (Aksi Tanggap Muamalat) merupakan salah satu bentuk perhatian BMM terhadap penanganan bencana. Kegiatan yang sudah berjalan selama ini meliputi tanggap darurat, rehabilitasi dan rekavering.
- c) ASM (Aksi Sehat Muamalat) merupakan bentuk layanan pengobatan kesehatan dari BMM untuk masyarakat yang tidak mampu
- d) KSM (Komunitas Sehat Muamalat), membangun komunitas yang berparadikma sehat, berbasiskan upaya pencegahan, peningkatan dan pengobatan.

- e) LAJU (Layanan Jenazah Terpadu) melayani masyarakat prasejahtera yang membutuhkan jasa ambulans untuk mengantar jenazah ke pemakaman atau pasien ke rumah sakit secara cuma-cuma.
- f) Berbagi Cahaya Ramadan. Program yang dijalankan dibulan Ramadan dalam rangka membantu meringankan beban para *mustahiq* agar kebutuhan hidup mereka selama satu bulan dapat terpenuhi meliputi sahur, berbuka dan lebaran.
- g) Berbagi Cahaya Qurban. Program qurban yang dilaksanakan setiap tahunnya dengan menyalurkan hewan qurban kepada masyarakat yang tidak mampu diseluruh wilayah indonesia.

Bank muamalat Indonesia dan bmm bersinegri dengan berbagi pihak untuk berbagi peluang, memberikan pendampingan, pembiayaan serta mengadakan kegiatan sosial.<sup>91</sup>

Dana-dana untuk kegiatan itu diperoleh dari penggalangan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS), dana-dana *non-ZIS* (berupa pendapatan denda atas keterlambatan pembayaran pembiayaan dari nasabah) serta dana khusus CSR yang dianggarkan oleh Bank Muamalat Indonesia. Dari dana tersebut disalurkan terlebih dahulu ke *Baitulmaal* Muamalat (BMM), kemudian ketika Bank Muamalat Indonesia KCP akan melakukan atau melaksanakan suatu program CSR, maka Bank Muamalat Indonesia KCP membuat suatu ajuan untuk melakukan suatu program. *Baitulmaal* Muamalat akan mengontrol dan mengevaluasi terlebih dahulu tentang program tersebut, agar dana yang akan

---

<sup>91</sup> <http://www.baitulmaalmuamalat.org/what-we-do/program/>

diberikan tidak disalahgunakan, setelah dinyatakan bahwa program tersebut layak maka BMM akan memberikan dana sesuai yang diminta oleh Bank Muamalat Indonesia KCP. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah melakukan berbagai program-program CSR, baik program bulanan ataupun program tahunan. Namun masih minim sekali program CSR tersebut dikarenakan program-program tersebut dilaksanakan dominan pada even-even tertentu saja seperti program berbagi cahaya ramadhan.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup Berdasarkan Perspektif Syari'ah

*Corporate Social Responsibility* (CSR) secara spesifik menunjukkan pada tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dampak aktifitas bisnis terhadap lingkungan, konsumen, pegawai, komunitas, *stakeholders*, dan semua anggota yang berada dalam ranah publik. Perusahaan secara produktif mempromosikan kepentingan publik dengan mendorong pertumbuhan komunitas, dan secara sukarela meminimalisir praktek-praktek yang mengganggu wilayah publik. Pada prinsinya, CSR merupakan upaya memasukkan faktor kepentingan publik dalam pengambilan keputusan perusahaan.<sup>92</sup>

Ukuran keberhasilan perusahaan bukan lagi berdasarkan dari keuntungan, inovasi dan ekspansi dari perusahaan semata, melainkan juga harus dinilai sejauh mana kepedulian perusahaan tersebut terhadap aspek sosial dan lingkungannya. Dengan kata lain, sesungguhnya semakin perusahaan itu bertambah besar dan mencapai sebuah kemajuan maka sebenarnya semakin besar juga kewajiban tanggung jawab sosial yang dibebankan kepada perusahaan tersebut. Sebuah perusahaan tidak hanya berorientasi mengejar *profit* semata, tetapi bentuk tanggung jawab moral dan hukum, baik kepada

---

<sup>92</sup> M.B Hendrie Anto dan Dewi Retno Astuti, *Persepkif Stakeholders Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah di DIY*, (Yogyakarta: Kajian Bisnis Dan Manajemen, Vol. 10 No. 1, 2008), h. 53

Allah SWT atas anugrah yang diberikan kepada perusahaan tersebut maupun kepada setiap entitas sosial yang mendukung perusahaan tersebut.

Berdasarkan persepektif syari'ah, program CSR merupakan salah satu wujud perbuatan ihsan yang bertujuan untuk membantu orang lain. Dalam islam ihsan dimaknai sebagai perbuatan terpuji, sekalipun karena sesuatu hal orang itu belum pernah berbuat baik pada pelaku ihsan. Sebab sebuah perusahaan bisa melakukan CSR tanpa menunggu partisipasi masyarakat. Terlebih lagi jika masyarakat sudah terlebih dahulu berpartisipasi sebagai *stakeholders*, maka CSR itu dengan sendirinya merupakan sebuah keniscayaan yang seharusnya dilakukan. Itulah sebenarnya yang sangat dianjurkan dalam ajaran islam saling tolong menolong antara satu pihak dengan pihak yang lain dalam urusan kebaikan.<sup>93</sup>

Karena itu islam sangat menekankan ajaran filantropi untuk memberi ruang dan kesempatan kepada seorang muslim yang berkelebihan berbagi rasa dengan orang lain. Zakat adalah contoh ajaran filantropi yang diwajibkan kepada setiap pemeluk islam yang berkemampuan, disamping yang hukumnya sunnah seperti, pemberian wakaf, infak, dan sedekah, dan bentuk kebajikan lainnya. Betapa besar kepedulian islam terhadap orang-orang yang sepatutnya dibantu antara lain sebagaimana Sabda Rasulullah SAW “Tidaklah beriman kepadaku, orang yang tidur kekenyangan dimalam hari, sementara tetangganya sedang tertimpa kelaparan padahal ia tahu”.

---

<sup>93</sup> M Ismail Yusanto dan M Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islam*, (Depok: Gema Insani, 2006), h. 21

Subtansi ajaran ini mengingatkan kepada umat islam agar mempunyai kepekaan terhadap orang lain, karena hal ini merupakan parameter kadar iman seseorang terhadap Allah sebagai pemilik mutlak alam semesta beserta isinya. Bukankah ajaran filantropi seperti ini secara substansi bisa diimplementasikan melalui instansi bisnis yang antara lain dalam bentuk program CSR.

Sebagaimana diamanahkan oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Prseroan Terbatas, dalam pasal 1 ayat 3 menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. CSR merupakan sebuah fenomena strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholders-nya. CSR dimulai sejak dimana kesadaran akan keberlangsungan perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada *sector profitability* perusahaan.

Sebagai Bank pertama yang murni syari'ah, Bank Muamalat Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya mematuhi kaidah syari'ah tetapi juga kompetitif dan *akseptabel* bagi masyarakat. Bank Muamalat Indonesia membentuk unit khusus untuk mengelolah dana CSR, yaitu *Baitulmaal Muamalat* (BMM). *Baitulmaal Muamalat* (BMM) adalah lembaga *non-profit* yang didirikan oleh Bank Muamalat. Bank Muamalat Indonesia bekerjasama dengan *Baitulmaal Muamalat* (BMM) agar penyaluran CSR dapat tepat sasaran dan tepat tujuan.

Implementasi CSR merupakan tahap aplikasi program *Corporate Social Responsibility* yang telah direncanakan sebelumnya. Upaya yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia dalam rangka menjamin ketercapaian tujuan tanggung jawab sosial yang dilakukan dengan berbagai strategi. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup menerapkan CSR pada awal pertama Bank tersebut berdiri. Seperti yang diungkapkan oleh Manager PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup Bapak Sumardiyanto, mengungkapkan:

*“Dalam pelaksanaannya PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup melakukan kegiatan CSR sejak PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup ini berdiri yaitu pada tanggal 3 Juni 2010”.*<sup>94</sup>

Sebagai bagian dari komunitas masyarakat, Bank Muamalat Indonesia menekankan bahwa pertumbuhan bisnisnya tidak hanya bergantung pada pencapaian aspek keuangan saja, namun bagaimana Bank dapat mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan dan operasional yang dilakukannya untuk jangka panjang.

### **1. Program kegiatan CSR**

Program merupakan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Semua program CSR yang ada di *Baitulmaal* Muamalat, adalah untuk diseluruh wilayah Indonesia, seluruh cabang dan cabang pembantu Bank Muamalat Indonesia. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah melakukan beberapa program kegiatan, namun masih minim sekali program kegiatan tersebut. Hanya pada even-even tertentu yaitu melakukan program

---

<sup>94</sup> Sumardiyanto, *Wawancara*, tanggal 05 Juli 2018

kegiatan CSR seperti, berbagi KUM3 (Komunitas Usaha Mikro Muamlat Berbasis Masjid), dan Berbagi Cahaya Ramadan. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Bapak Sumardiyanto selaku Manager PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, memaparkan:

*“Program yang pernah kami laksanakan yaitu kegiatan masjid peduli dan berbagi cahaya Ramadan. Lokasinya ada di Iskandar Ong kelurahan Talang Rimbo Baru lebih mengutamakan untuk kegiatan masjid karena masjid adalah tempat pusat ekonomi, pendidikan, agama dan lain sebagainya. Jadi Bank Muamalat ingin mengembalikan masjid ke posisinya, selama ini orang banyak meninggalkan masjid hanya untuk kepentingan duniawi saja”.*<sup>95</sup>

Masjid menjadi salah satu tempat kebijakan dan kemaslahatan ummat, baik dalam *ukhrawi* maupun *duniawi* dalam segala aspek manajemen masjid. Namun pada masa sekarang, fungsi masjid terlalu berdimensi untuk *duniawi* sehingga peran masjid pada saat ini berbeda dengan masa kebijakan Rasulullah SAW. Jika dahulu masjid memiliki multifungsi, sekarang masjid hanya berperan sebagai tempat ibadah dan ceramah agama saja yang selama ini lazim dilakukan. Kalau bukan waktu sholat, masjid menjadi sepi.

Salah satu lokasi telah benar-benar diterapkannya program tersebut yaitu Masjid Al-Hidayah di Jl. Iskandar Ong kelurahan Talang Rimbo Baru. Berdasarkan keterangan dari ketua Masjid Al-Hidayah Jl. Iskandar Ong, menerangkan:

*“Ada bantuannya dari bank muamalat yang berupa makanan, sembako dan uang. Bantuan tersebut saya salurkan kepada masyarakat, dan saya lihat masyarakat senang ditambah banget, senang dikasih duit, sembako (beras) karena orang sangat membutuhkan sekali. Kalau bisa program tersebut bisa ditambah lagi, jadi saya itu berjanji dengan masyarakat supaya tidak bohong, jadi tolongla tambah lagi, nah saya menekankan kepada masyarakat bahwa rajin-rajinlah kamu kemasjid mushola kelak ada bantuan dan untuk*

---

<sup>95</sup>*Ibid.*,

*membuat mereka semangat. Ada diantaranya terima kasih la nak mendekati zakat fitrah, jadi senang nian zakat fitrah dapat, masak kue bisa. Kalau dengan pengurusan kami bantuannya dari tahun 2017 sampai sekarang 2018 kalau pengurusan sebelum saya gak tau. Untuk bank muamalat kami sangat berterimakasih dan kami minta kalau bisa untuk dilanjut setiap tahun, agar bukan seorang itu saja yang mendapatkan bantuan bisa digilir ke yang lain”<sup>96</sup>*

Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah melakukan program kegiatan ke masjid Al-Hidayah. Walaupun program tersebut terbilang baru dilaksanakan tetapi masyarakat sangat terbantu dengan adanya program tersebut. Program tersebut dilaksanakan bertepatan pada bulan Ramadan tahun 2017 sampai sekarang tahun 2018. Bantuannya berupa uang dan sembako. Dan masyarakat sangat berharap apabila program kegiatan tersebut bisa dilakukan setiap tahun agar yang mendapatkan bantuan tidak hanya orang satu saja tetapi bisa diganti-ganti yang mendapatkannya. Supaya adil terhadap yang lain karena masih banyak yang sangat membutuhkan bantuan tersebut.

Berdasarkan konsep CSR seperti itulah, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia yang menekankan pada pentingnya dampak yang bisa diterima oleh sosial dan lingkungan dalam berbagai aktifitas yang dilakukan. Komitmen untuk memberikan layanan yang terbaik kepada masyarakat juga menyertai nilai-nilai dalam CSR yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia.

Sepak terjang pelaksanaan CSR pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup belum pesat seperti pelaksanaan pada bank lain. Hal tersebut karena kegiatan CSR yang dikelola dan dilaksanakan oleh lembaga khusus sehingga setiap cabang dan cabang pembantu hanya fokus kepada bisnis. Cabang atau

---

<sup>96</sup> Z Abidun, *Wawancara*, tanggal 20 Juli 2018

cabang pembantu tidak diberikan kewenangan untuk merancang kegiatan sendiri. Adapun cabang dan cabang pembantu yang akan melaksanakan CSR harus dengan pengajuan kepada lembaga khusus pengelolah CSR yaitu BMM, dan kemudian BMM yang akan mengevaluasi layak atau tidak program yang akan dilaksanakan oleh cabang atau cabang pembantu.

## **2. Penanggung jawab kegiatan CSR yang dilakukan**

Corporate *Social Responsibility* (CSR) sudah diterapkan oleh pihak PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup. Mereka tidak memiliki bagian-bagian khusus yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan CSR di kantor cabang pembantu. Hanya ketika akan melakukan suatu program tertentu manajer dan berbagai karyawan tertentu terjun langsung kelapangan untuk menerapkan program kegiatan tertentu. Seperti yang dijelaskan oleh Manager PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup yaitu Bapak Sumardiyanto, yaitu:

*“Untuk penanggung jawab nanti kami atur ketika akan melaksanakan program tersebut dan hanya beberapa orang yang ikut melaksanakannya”.*<sup>97</sup>

PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup tidak memiliki bagian-bagian khusus untuk melaksanakan program kegiatan untuk melaksanakan program CSR. Program kegiatan CSR dilakukan oleh partisipasi aktif antar karyawan.

## **3. Sumber dana**

Kualitas praktek CSR selain ditentukan dengan ketepatan strategi dan kapasitas sumber daya manusia yang melaksanakan tugas, tetapi juga ditentukan

---

<sup>97</sup> Sumardiyanto, *Wawancara*, tanggal 05 Juli 2018

oleh ketersediaan dana agar dapat berjalan secara efektif. Menurut Manager Bank Muamalat Indonesia KCP Curup yaitu Bapak Sumardiyanto, bahwa:

*“Berdasarkan laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia sumber dana CSR berasal dari penggalangan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS), dari karyawan Bank Muamalat Indonesia, dana-dana non-ZIS serta dana khusus CSR yang dianggarkan setiap tahun oleh Bank Muamalat Indonesia. Dana khusus CSR yang dianggarkan setiap tahun oleh Bank Muamalat Indonesia adalah dana yang sesuai dengan kepatutan berdasarkan keuntungan yang diperoleh perusahaan”*.<sup>98</sup>

Dana tersebut akan di salurkan ke lembaga khusus pengelola CSR Bank Muamalat Indonesia. BMM yang akan mengelolah dana tersebut kemudian menyalurkan lagi ke pihak yang berhak menerima atau kepada pihak yang membutuhkan. Apabila PT Bank Muamalat Indonesia Cabang atau Cabang Pembantu akan melakukan atau melaksanakan salah satu dari program kegiatan CSR. Maka PT Bank Muamalat Indonesia Cabang atau Cabang Pembantu membuat pengajuan kegiatan CSR kepada BMM, yang nantinya BMM akan mengontrol kegiatan CSR. Setelah melaksanakan kegiatan CSR PT Bank Muamalat Indonesia Cabang atau Cabang Pembantu membuat laporan kegiatan yang nantinya di laporkan ke BMM. Dilakukan seperti itu supaya sumber dana untuk program kegiatan benar-benar dilaksanakan dengan tepat sasaran.

#### **4. Bentuk-bentuk CSR PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup**

Berdasarkan teori bahwa ada dua bentuk pengimplementasian CSR yang dilakukan perusahaan yaitu *charity principle* dan *stewardship principle*. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah menerapkan teori tersebut,

---

<sup>98</sup>*Ibid.*,



terutama pada teori *charity principle* yaitu dimana perusahaan tidak menempatkan kegiatan CSR sebagai inti dari bisnis, artinya bahwa perusahaan melakukan CSR diluar dari inti bisnis. Karena PT Bank Muamalat Indonesia membedakan antara bisnis dan kegiatan CSR. Buktinya bahwa PT Bank Muamalat Indonesia memiliki lembaga khusus untuk mengimplementasikan CSR yaitu *Baitulmaal* Muamalat.

## 5. Kriteria Penerima CSR

PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan siapa yang akan menerima CSR tersebut yang didasarkan pada masing-masing program CSR. Seperti pada program KUM3 (komunitas usaha mikro berbasis masjid), kriterianya yaitu mustahik (fakir miskin) dan tinggal disekitar masjid yang menjadi mitra KUM3<sup>99</sup>. Hal tersebut karena sumber dana yang digunakan untuk program ini adalah dana zakat. Kriteria fakir dan miskin merujuk pada ketentuan sebagai berikut:

- a. Fakir, seseorang yang memiliki harta atau usaha, namun mampu mencukupi kebutuhan dasar (50% atau kurang).
- b. Miskin, seseorang yang memiliki harta atau usaha, namun hanya mampu mencukupi kebutuhan dasar (60% atau lebih).

Program berbagi cahaya ramadhan merupakan proram pendayagunaan sosial yang dilakukan di bulan Ramadhan dalam rangka membantu meringankan beban para mustahik agar kebutuhan hidup mereka selama satu

---

<sup>99</sup><http://www.baitulmaalmuamalat.org/what-we-do/program/program-pemberdayaan-ekonomi/kums/>

bulan dapat terpenuhi. Pemberian bantuan meliputi kebutuhan pokok sehari-hari baik ketika sahur maupun berbuka serta kebutuhan dasar lebaran. Pada program ini memiliki kriteria yang sama dengan KUM3 (komunitas usaha mikro berbasis masjid) yaitu ditujukan untuk para mustahik (fakir miskin), yang membedakan adalah jika KUM3 (komunitas usaha mikro berbasis masjid) untuk mustahik yang memiliki usaha, namun tidak dengan berbagi cahaya ramadhan.

## 6. Dampak yang dirasakan setelah menjalankan CSR

Adanya pengimplementasian kegiatan CSR tersebut, adalah suatu proses yang secara terus-menerus akan berkelanjutan. Dari pengimplementasian program tersebut akan berdampak tersendiri bagi perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sumardiyanto selaku Manger PT Bank Muamalat KCP Curup, bahwa:

*“Alhamdulillah nambah berkah, dampak dari perusahaan itu sendiri tidak berdampak langsung, seperti ibarat kamu yang bersedekah ke masjid pasti dampaknya itu secara tidak langsung. Gak mungkin kami bilang perusahaan kami nambah kaya, keuntungan makin banyak. Kalau beribadah membantu sesama itu tidak mengharapkan imbalan dari manusia namun berharap dari yang maha kuasa. Mangkanya kami setiap memberikan bantuan tidak pernah memasukkan atau memberitakan dalam koran, kami tidak mengundang para wartawan untuk memberitakan tapi malah kadang wartawan sendiri yang memberitakan hal tersebut. Dokumentasi yang kami lakukan hanya untuk kewajiban laporan saja dan itu bersifat internal”.*<sup>100</sup>

Kegiatan yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup tidak berdampak secara langsung. Tidak ada dampak yang dapat diukur seperti

---

<sup>100</sup> Sumardiyanto, *Wawancara*, tanggal 05 Juli 2018

dengan melakukan program CSR perusahaan menjadi bertambah nasabah atau meningkatnya keuntungan. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup tidak bisa mengatakan bahwa dengan melakukan program kegiatan CSR akan meningkatkan jumlah nasabah atau bahkan akan meningkatkan keuntungan perusahaan, karena ketika melaksanakan program CSR benar-benar hanya untuk membantu dan tidak mengharapkan apapun dari manusia hanya berharap kepada yang maha kuasa.

Secara teori bahwa dampak yang dirasakan perusahaan adalah berdampak positif. Yaitu dengan meningkat jumlah nasabah dan keuntungan, walaupun hal tersebut tidak hanya dampak dari program kegiatan CSR saja tetapi CSR memiliki sebagian peran dalam hal tersebut. Sedangkan dalam masyarakat juga berdampak positif yaitu masyarakat merasa terbantu atas program kegiatan yang dilaksanakan oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup.

## **7. CSR berdasarkan perspektif syariah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup**

CSR ditinjau dalam persepektif syariah sejalan dengan konsep pertanggungjawaban terhadap tiga stakeholder yaitu *habluminallah* (Allah) *habluminannas* (manusia), dan *hablum fill ard* (alam), yang secara teori dikenal dengan istilah *Shariah Enterprise Theory* (SET). CSR dalam perspektif syariah berasal dari prinsip-prinsip inti dalam Al-quran. Ada tiga prinsip utama daam Al-quran yaitu menjadi dasar dalam CSR, yaitu kekhelifaan manusia

dimuka bumi, pertanggungjawaban, dan kewajiban manusia untuk mencegah kejahatan dan memerintahkan kebaikan.

*a. Hablumanallah (Allah)*

Hubungan manusia dengan Allah erat kaitannya dengan prinsip kekhalifaaan manusia yang menjelaskan bahwa manusia adalah wakil Allah dimuka bumi, sehingga segala isi bumi ini adalah milik Allah dan manusia hanya dititipi sebagai penjaga amanah. Dengan prinsip tersebut maka manusia diwajibkan bertanggung jawab atas apa yang telah diamanahkan kepadanya. Manusia diwajibkan mencegah kejahatan dan melaksanakan kebaikan dikarenakan manusia sebagai wakil Allah yang harus mempertanggungjawabkan seluruh amanah yang diberi.

Kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh BMM melalui PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sudah bisa dikatakan sudah sesuai dengan konsep dalam perspektif syariah. Karena visi dalam pelaksanaan CSR yaitu menjadi motor penggerak program kemandirian ekonomi umat menuju terwujudnya tatanan masyarakat yang berkarakter, tumbuh dan peduli.

Artinya, BMM melalui PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah agen pembangunan atau suatu organisasi pemberdayaan masyarakat. Proses pembangunan dimana masyarakat berinisiatif untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Dengan partisipasi dari masyarakat untuk melakukan perubahan pada situasi dan kondisi hidupnya, maka akan terwujud masyarakat yang mandiri ekonomi, berkarakter, tumbuh dan peduli.

Mandiri ekonomi artinya masyarakat dapat bereproduksi atau dapat menghasilkan sesuatu untuk mensejahterakan kebutuhan pribadi, tidak membutuhkan dan bergantung pada orang lain dalam menjalankan persoalan ekonomi. Ketika kemandirian ekonomi masyarakat telah dicapai, maka akan menciptakan masyarakat yang berkatekter, berbeda-beda tetapi tetap menyatu dalam ikatan kerjasama.

Mematuhi peraturan yang telah disepakati bersama, dimana dalam upaya perwujudan tersebut disertai dengan penanaman karakteristik yang mencakup nilai-nilai kebudayaan, spiritual, sosial dan nilai-nilai yang menunjang dalam upaya perwujudan cita-cita masyarakat. Intinya masyarakat berkarakter adalah masyarakat yang mampu menerapkan pengetahuan yang didapat menjadi solusi untuk memecahkan permasalahan yang ada di masyarakat.

Ketika terciptanya masyarakat yang berkarakter maka akan tumbuh juga masyarakat yang peduli. Merupakan masyarakat yang ikut keberpihakan untuk melibatkan diri dalam perusahaan, keadaan atau kondisi yang terjadi disekitar. Orang-orang yang terpanggil untuk membantu mereka yang lemah, miskin, mengatasi penderitaan dan kesulitan yang dihadapi orang lain.

Tujuan pelaksanaannya yaitu;

- a. Memberikan pelayanan zakat, infak, sedekah dan waka secara optimal, bagi para muzaki sehingga dengan tingkat complain di bawah 100%

- b. Menyediakan laporan penerimaan dana dan penghimpunan secara berkala melalui medium yang mudah diakses oleh para muzakki dan mitra kerja
- c. Membangun reputasi BMM melalui media secara berkala melalui media publikasi seperti koran, majalah, dan radio atau media lainnya
- d. Menyalurkan dana penghimpunan kepada para pihak yang membutuhkan melalui program-program pemberdayaan baik pemberdayaan ekonomi maupun pemberdayaan *non-ekonomi*.

Walaupun pada poin C yaitu membangun reputasi BMM melalui media secara berkala melalui media publikasi seperti koran, majalah, dan radio atau media lainnya. Pada poin ini tidak menjadi acuan untuk melaksanakan kegiatan CSR bagi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup. Hal tersebut karena menurut penjelasan Bapak Sumardiyanto selaku Manager PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, yaitu:

*“CSR itu seperti ibadah membantu sesama, kalau beribadah membantu sesama itu tidak mengharapkan imbalan dari manusia namun berharap dari yang maha kuasa. Mangkanya kami setiap memberikan bantuan tidak pernah memasukkan atau memberitakan dalam koran, kami tidak mengundang para wartawan untuk memberitakan tapi malah kadang wartawan sendiri yang memberitakan hal tersebut. Dokumentasi yang kami lakukan hanya untuk kewajiban laporan saja dan it bersifat internal”.*

Pengimplementasian CSR yang dilakukan PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah untuk beribadah melakukan kewajiban untuk membantu sesama dan tidak mengharapkan imbalan apapun dari manusia melainkan mengharapkan imbalan dari yang maha kuasa. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup tidak pernah dengan sengaja mengundang

wartawan atau media publikasi lainnya untuk mempublikasikan program kegiatan yang telah dilakukan hanya untuk meningkatkan reputasi PT Bnak Muamalat Indonesia KCP Curup. Hal tersebut kembali pada ajaran filantropi berdasarkan perspektif syari'ah yang mengharuskan untuk berbuat kebaikan.

*b. Habluminannas*

Hubungan manusia dengan manusia dalam hal ini yang dimaksud adalah hubungan perusahaan dengan *stakeholders*. Jika dikaitkan dengan CSR, maka yang dapat dilihat adalah kegiatan kemanusiaan. Seperti program kegiatan yang telah dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup yaitu KUM3 dan berbagi bulan Ramadhan. Dan pada kegiatan terbaru yang dilakukan oleh BMM melalui PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup yaitu bantuan kepada masyarakat korban gempa dilombok pada tahun 2018.<sup>101</sup>

*c. Hablu fill ard*

Hubungan manusia dengan alam, yang dimaksud disini adalah apakah pihak *entitas* memperhatikan aspek lingkungannya. Sebagai *entitas* usaha dengan kegiatan produksi yang menyentuh sumber daya alam, Bank berkomitmen untuk menerapkan prinsip kehati-hatian dan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

CSR dalam bidang lingkungan dilaksanakan setiap tahun oleh BMM sebagai bukti keseriusan bank dalam menjaga dan melindungi alam.

---

<sup>101</sup> *Ibid.*,

Beberapa kegiatan yang dilakukan seperti melakukan sosialisasi *Green Campaign* yang ditujukan untuk *internal* Bank Muamlat Indonesia, dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* karyawan tentang pentingnya berkontribusi untuk lingkungan, khususnya keseimbangan antara operasional bank dengan keberlangsungan lingkungan hidup. Kampanye dilakukan saat *event corporate culture* di Muamalat tower.

Bank menggalakkan program kegiatan *Green Campaign* yang ditujukan untuk karyawan *internal* Bank Muamalat Indonesia, dengan tujuan peningkatan *awareness* karyawan tentang pentingnya membuat perubahan dan memberkikan kontribusi positif untuk lingkungan sekitar dimana mereka menjalankan operasional kegiatan kantor sehari-hari. Materi *Green Campaign* diantaranya memberikan *edukasi* agar bijak dalam penggunaan kertas, hemat energi, dan sebagainya yang disosialisasikan melalui portal *internal* Bank Muamalat Indonesia yaitu Muamalat *human power* (MHP).<sup>102</sup>

Untuk pelaksanaan kegiatan yang bersentuhan langsung dengan alam, Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, belum pernah melakukan program kegiatan CSR pada bidang lingkungan langsung. Karena PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup berada di wilayah yang keadaan geografisnya bersuhu sejuk dan masih banyak sekali pohon. Seperti keterangan informan yaitu Bapak Sumardiyanto selaku Manager PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, menyatakan:

---

<sup>102</sup> Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia 2017



*“Di Bank Muamalat Indonesia ini jarang sekali melakukan kegiatan yang berkaitan langsung dengan lingkungan, biasanya yang melakukan kegiatan yang berhubungan langsung dengan lingkungan itu perusahaan yang merusak lingkungan contohnya Pertamina, kalau di bank muamalat melihat lagi keadaan disekitar apakah yang lebih banyak peduli lingkungan atau ke kebutuhan masyarakat, bank muamalat lebih ke bantuan pada UMKM, duafa, masjid dll”<sup>103</sup>.*

PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup belum pernah melaksanakan program kegiatan CSR yang berkaitan langsung dengan lingkungan alam. Karena bertempat di daerah yang merupakan lingkungan yang masih terbelah sejuk dan masih banyak pohon-pohon rindang yang terjaga. Oleh karena itu belum tepat jika PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup melaksanakan program kegiatan CSR dibidang lingkungan alam.

## **B. Pengaruh CSR Berdasarkan Perspektif Syari’ah Terhadap Reputasi PT Bank Muamalat KCP Curup**

Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. Sebab baik buruk dalam reputasi perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan memang suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik maka akan sangat berharga. Reputasi menentukan sosok institusional dalam pikiran publik dengan mengetahui secara pasti sikap masyarakat terhadap sebuah perusahaan, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau tidak mereka sukai dari perusahaan tersebut. Hal ini digunakan untuk mengetahui sebuah perusahaan dikenal baik reputasinya.

---

<sup>103</sup> Sumardiyanto, *Wawancara*, tanggal 05 Juli 2018

Pengertian reputasi itu sendiri abstrak, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian baik melalui tanda respek dan rasa hormat dari pihak sekelilingnya terhadap perusahaan. Untuk pengelolaan reputasi tersebut merupakan tanggung jawab bersama masing-masing pihak di dalam perusahaan. Pentingnya reputasi seperti yang disampaikan oleh Bapak Sumardiyanto selaku Manager di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, menerangkan:

*“Reputasi itu penting tetapi bukan melalui ini, untuk mengangkat reputasi itu tidak dengan menyumbang atau melakukan CSR, kalau dimuamalat lebih melakukan yang terbaik, pelayanan yang baik kepada nasabah, respon yang baik kepada nasabah yang komplain dan sebagainya, minimal memiliki akhlak yang baik, itu yang merupakan meningkatkan reputasi sebenarnya, karena reputasi itu mengiringi dengan tingkah laku”<sup>104</sup>*

Pengukuran reputasi yang dilaksanakan oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dapat dilihat dari segi pelayanan terhadap nasabah dimana komitmen pelayanan yang dilakukan haruslah yang terbaik. seperti yang diungkapkan oleh manager PT Bank Muamalat indonesia KCP Curup Bapak Sumardiyanto, mengatakan:

*“Bank Muamalat lebih mengedepankan tatakrama dan adab dalam pelayanan. Selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah merupakan komitmen kami. Bermula dari satpam yang menyambut awal nasabah datang, hingga CS dan teller. Karena apa yang kita berikan itulah yang akan menjadi nilai bagi nasabah. Reputasi yang baik bagaimana cara kita memberikan yang terbaik bagi nasabah”<sup>105</sup>*

Pelaksanaan CSR pada perusahaan erat kaitanya dengan nasabah. Ketika perusahaan melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial akan membawa dampak

---

<sup>104</sup> *Ibid.*,

<sup>105</sup> Sumardiyanto, *Wawancara*, tanggal 05 Juli 2018

positif terhadap reputasi perusahaan dimata masyarakat khususnya nasabah, seperti yang diungkapkan oleh salah satu nasabah yaitu Bapak Z Abidun selaku ketua Masjid Al-Hidayah, mengungkapkan;

*“Masyarakat disini khususnya saya sangat berterima kasih atas bantuan yang diberikan, bantuan itu sangat membantu masyarakat yang benar-benar membutuhkan bantuan”.*<sup>106</sup>

Dengan bantuan tersebut maka akan tumbuh kepercayaan masyarakat untuk menjadi mitra di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, seperti yang diterangkan oleh Bapak Z Abidun selaku ketua Masjid Al-Hidayah, mengungkapkan;

*“Sejak adanya bantuan yang diberikan oleh bank muamlat, saya berinisiatif untuk memiliki rekening di bank muamlat dan sekarang saya sudah punya rekening tersebut”.*<sup>107</sup>

Secara tidak langsung dengan adanya program kegiatan CSR yang benar-benar dilakukan dengan baik atau benar-benar disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga jumlah nasabah atau jumlah mitra Bank Muamalat Indonesia khususnya PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup menjadi meningkat itu artinya bahwa reputasi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dimata masyarakat bernilai baik, sudah berkemampuan untuk bersaing dengan perusahaan lain, dikenal luas dan mudah untuk diakses. Berdasarkan data yang didapat yang menjadi salah satu bukti bahwa CSR mempengaruhi reputasi perusahaan adalah dengan meningkatnya jumlah nasabah 2017 yaitu sebanyak 6.045 orang nasabah dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu hanya 5.542 orang nasabah dan jumlah

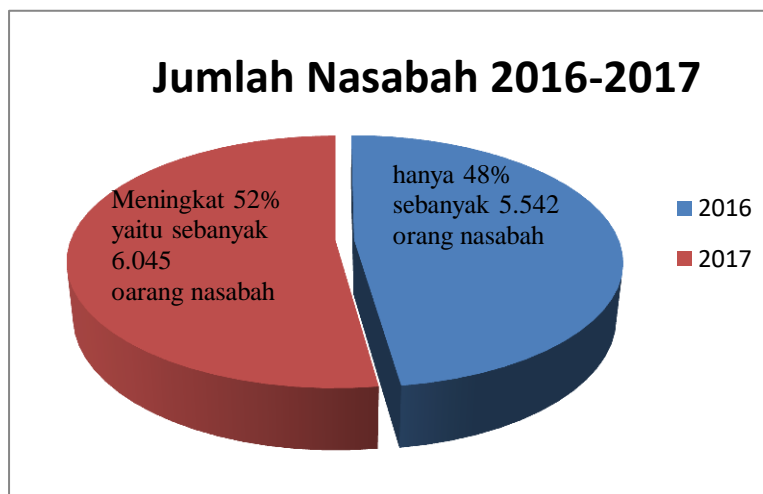
---

<sup>106</sup> Z Abidun, *Wawancara*, tanggal 20 juli 2018

<sup>107</sup> *Ibid.*,

nasabah baru pada tahun 2017 yaitu 214 nasabah sedangkan pada 2016 jumlah nasabah baru hanya berjumlah 182 orang nasabah.

#### 4.1 Jumlah Nasabah



Meningkatnya jumlah nasabah itu berarti reputasi perusahaan baik di mata masyarakat. Meskipun meningkatnya reputasi dengan cara meningkat pula nasabah tidak sepenuhnya efek dari CSR namun CSR memiliki peran untuk mempertahankan reputasi perusahaan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka implementasi CSR di PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dalam mempertahankan reputasi perusahaan berdasarkan perspektif syariah yaitu untuk pengimplementasian CSR PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup telah mengalokasikan dana dari laba keuntungan perusahaan yang penyaluran dananya dilakukan melalui *Baiulmaal* Muamalat (BMM). BMM merupakan lembaga nirlaba yang didirikan oleh Bank Muamlat Indonesia yang khusus menjalankan menjalankan program kegiatan CSR. Agar pelaksanaan lebih tepat dan benar-benar digunakan atau

disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Sedangkan untuk Bank Muamalat Indonesia cabang atau cabang pembantu apabila akan melakukan program kegiatan CSR maka memberikan ajuan kepada BMM, dan membuat laporan setelah melakukan program kegiatan tersebut. Karena cabang atau cabang pembantu Bank Muamalat Indonesia hanya difokuskan kepada bisnis saja. Oleh karena itu program kegiatan CSR yang dilakukan khususnya PT Bank Muamalat KCP Curup hanya sedikit melakukan program kegiatan yaitu hanya pada even-even tertentu seperti pada bulan Ramadhan.

Implementasi CSR yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia masih belum sesuai dengan konsep syariah. Karena melihat dari misi penerapan CSR tersebut yaitu membangun reputasi melalui media massa secara berkala. Artinya bahwa ketika melakukan program kegiatan CSR maka akan dipublikasikan melalui media massa. Sehingga akan membuat opini-opini atau penilaian-penilaian yang baik di mata publik. Adanya harapan timbal balik dari program kegiatan yang telah dilakukan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dalam tulisan ini dan dengan melihat hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi CSR yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia sudah sesuai dengan konsep syariah. Tetapi program yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup masih minim dan dilaksanakan pada even-even tertentu. Dikarenakan PT Bank Muamlat Indonesia KCP Curup mempunyai lembaga khusus pelaksanaan CSR se-Indonesia yaitu BMM. Sehingga Kantor Cabang atau Kantor Cabang Pembantu hanya fokus pada bisnis sedangkan untuk pelaksanaan CSR khusus dilakukan oleh BMM.
2. Salah satu bukti dari berpengaruhnya implementasi CSR yaitu meningkatnya jumlah nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sebanyak 6.045 orang nasabah pada tahun 2017 dibanding dengan tahun 2016 sebanyak 5.542 orang nasabah. Sedangkan nasabah baru pada tahun 2017 yaitu 214 orang. Meskipun meningkatnya reputasi dengan cara meningkatnya jumlah nasabah tidak sepenuhnya efek dari CSR namun CSR memiliki peran untuk mempertahankan reputasi perusahaan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diuraikan diatas, maka penulis mencoba untuk mengajukan beberapa saran yang nanti kiranya dapat digunakan sebagai pedoman dan masukan bagi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup dan pihak-pihak yang berkepentingan, sebagai berikut:

1. Bagi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup, penulis menyarankan agar Bank Muamalat Indonesia dapat menciptakan keseimbangan informasi guna meningkatkan kesejahteraan seluruh *stakeholders*. Keseimbangan informasi tersebut dapat dilakukan dengan mengaplikasikan konsep syari'ah untuk melalukan kegiatan CSR. Agar program CSR lebih tersalurkan menyeluruh se-Indonesia hendaknya lembaga khusus pengelola CSR di Bank Muamalat Indonesia yaitu *Baitulmaal* Muamalat berada disetiap cabang se-Indonesia. Jika *Baitulmaal* Muamalat hanya di pusat maka penyaluran program CSR tersebut tidak akan optimal.
2. Bagi IAIN Curup terkhusus untuk lingkup akademik diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan literature pustaka atau referensi bagi penelitian lanjutan sehingga memperoleh hasil yang lebih baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menggunkan cakupan yang lebih luas dengan menmbah jumlah objek penelitian sehingga mampu menemukan hal-hal yang baru berkaitan dengan implementasi *corporate social responsibility*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aditya, Dodiet, *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*”, Surakarta: Politeknik Kesehatan, 2013
- Agusta, Ivanovich, *Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif*”, Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 2012
- Budi, Untung Hendri, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009
- Creswell dalam Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UN Malang Press, 2007
- Ghani, Mohammad Abdul, *Model CSR Berbasis Komunitas-Integrasi Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bogor: IPB Press, 2016
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pustaka Phoenix: Jakarta 2007
- Kartini, Dwi, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi di Indonesia*, Bandung: PT Refika Aditama, 2009
- M Rachman, Nurdizal, et al, *Panduan Lengkap Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Penebar Swadaya, 2011
- Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility pada Lembaga Keuangan*, Depok: Kencana, 2017
- Priansah, Buchari Alma Donni, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009
- Said, Achmad Lamo, *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*, Yogyakarta: Deepublish, 2015
- Santoso, Budi, *Wakaf Untuk Perusahaan “Model CSR Islam Untuk Pembangunan Berkelanjutan”*, Malang, Universitas Brawijaya Press, 2011
- Sutojo, Siswanto, *Membangun Citra Perusahaan*, Jakarta: PT. Dinar Mulya Pustaka, 200



Syarnubi, Sukarman, 2011, Metodologi *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Curup: LP2 SATIN Curup

Widjajakusuma, M Ismail Yusanto dan M Karebet, *Mengagas Bisnis Islam*, Depok: Gema Insani, 2006

### **Jurnal & Skripsi**

Afanda, Hindama, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Bank Pada Apt Bank Riau Kepri.*” Laporan Akhir, Fak. Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Suska Riau Pekanbaru, 2013

Agussalim, Rio, *Implementasi CSR PT.Regunas Agri Utama di Indragiri Hulu Ditinjau Dari Undang-Undang No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.*” Skripsi, Fak. Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Sayarif Kasim, Riau 2014

Akma, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru.*” Skripsi, Fak. Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Sayarif Kasim Riau 2013

Astuti, M.B Hendrie Anto dan Dewi Retno, *Persepkif Stakholders Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah di DIY*”, Yogyakarta: Kajian Bisnis Dan Manajemen, Vol. 10 No. 1, 2008

Fajrina, Rani Sherly, *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja*, Jurnal (Jakarta: Universitas Indonesia, Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi, 2012

Fauziah Hadiat, Afifah, *Tinjauan Islam Terhadap Corporate Social Responsibility Usaha Perhotelan Di Yogyakarta,*” Skripsi, Fak Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016

Fauziah, Khusnul & Prabowo Yudho, *Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting.*” Semarang: Jurnal Dinamika Akuntansi, Vol.5, No.1, Semarang, Jawa Tengah, 2013

Fitrian, Putri, *Pengaruh Kegiatan CSR Terhadap Citra Perusahaan.*” Skripsi. Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Jakarta, 2012

Irmalinda Astir Debby, *Konsep Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Strategi Perusahaan untuk Meningkatkan Reputasi Perusahaan.*” Skripsi. Fak. Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2013

- Meita Oktaviani, Rachmawatis, *Fenomenologi Implementasi Corporate Social Responsibility Sebagai Realita Strategi Perusahaan*”, Semarang: Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan, Vol.3 No.2 Semarang, Jawa Tengah, November 2011
- Mulyadi, *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Perkebunan Nusantara V Terhadap Masyarakat Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.*” Skripsi, Fak. Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Sayarif Kasim Riau 2013
- Nurapriyanti, Tia, *Implementasi Csr Dalam Membentuk Brand Equity*”,(Tanggerang: Jurnal Convergence ISSN:2528-648X) Vol. 1 No. 2, januari 2016
- Puspita, Ang Swat Lin Lindawati Marsella Eka, *Corporate Social Responsibility Implikasi stakeholder dan Legitimacy GAP dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*”, Malang: Akuntansi Multiparadigma, Malang, Vol.6, No.1, 2015
- Rahmayanti, Dian Rhesa, *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi.*” Surakarta: Ilmu Komunikasi, Surakarta, Vol.11 No.1 Juni 2014
- Sawito, *Konsep Implementasi.*”Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014
- Setyaningsih, Lanjari, *Hubungan Implementasi CSR Hotel Puri Asri dengan Citra Perusahaan.*” Skripsi. Fak.Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012
- Syukron, Ali, *CSR Dalam Persepektif Islam Dan Perbankan Syari'ah.*” Banyuwangi: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, Vol.5 No.1
- Tarigan, Roy Martin, *Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan*, Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, 2014
- Trimanah, *Reputasi dalam Kerangka Kerja Public Relations*”, Semarang: Makna Vol.3, No.1, 2012
- Widowati, Endah, *Strategi dan Impelemantasi Kegiatan Corporate Social Responsibility Melalui Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan*”, Skripsi Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013
- Wulansari, Mulyana Dian Ayuk, *Implementasi CSR Sebgai Pembentuk Citra Perusahaan dan Loyalitas.*” Skripsi, Semarang, Ekobis, Vol.14, No.2, 2013

## Sumber lainnya

Brosur Produk Giro Bank Muamalat

Brosur Produk Jasa Bank Muamalat

Brosur Produk Pendanaan Bank Muamalat

Brosur Produk Tabungan Bank Muamalat

Djajendra, *Manajemen Implementasi*, diakses dari <https://www.kompasiana.com/djajendra.com/manajemen-implementasi>, pada tanggal 24 Juni 2015 pukul 22:56

Harnoviansah, *Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Pusat Bahan Ajar dan Elearning, Universitas Mercu Buana), <http://www.mercubuana.ac.id>, 12 Februari 2018

[http://www.baitulmaalmuamalat.org/salam\\_muamalat/](http://www.baitulmaalmuamalat.org/salam_muamalat/)

<http://www.baitulmaalmuamalat.org/what-we-do/program/>

<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2015, [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id), Juni 2016

Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia 2017

*Pengertian Implementasi Menurut Para Ahli*”, Sumberpengertian.co, diakses dari <http://www.sumberpengertian.co/pengertian-implementasi-menurut-para-ahli>, pada tanggal 30 Maret 2017

Siregar, Fitri Fitriani, *Sejarah Bank Muamalat*, diakses dari <http://finifitrianisiregar.blogspot.com/2010/12/sejarah-bank-muamalat-indonesia.html>, pada tanggal 20 Maret 2018

Sumardiyanto, *Wawancara*, tanggal 05 Juli 2018

Yusdi, Milman, *Metodologi Penelitian*”, [milmanyusdi.blogspot.co.id](http://milmanyusdi.blogspot.co.id), November 2009

Z Abidun, *Wawancara*, tanggal 20 Juli 2018

# LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) CURUP  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. A.K. Gani No. 1 KotakPos108 Telp/Hp. 082186121778 KodePos 39119 Face Book Grup: Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Stain Curup

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 027/St.02/Sy&Ekis/PP.00.9/02/2018

Pada hari ini Kamis Tanggal 08 Bulan Februari Tahun 2018 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas

Nama Ram. Liliam  
Prodi/ Jurusan Perbankan Syariah  
Judul Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mempertanggungjawabkan Keputusan Perusahaan Studi Kasus Bank Muamalat KIP Curup.

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator Ade Oke Saleha Amgrosani  
Calon Pembimbing I Dr. Yusfery, M. Ag  
Calon Pembimbing II Muslita Asman, M. A

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing, serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Rumusan masalah cukup 2 saja dan terdapat Rumusan masalah yg Pertama seperti menjadi Bagaimana cara implementasi CSR di dalam mempertanggungjawabkan Keputusan Perusahaan Muamalat, yg kedua apakah dg implementasi itu dapat mempertanggungjawabkan Keputusan Muamalat
2. Ruli Perincian judul, kelas Ruli judul saja. Sifat. Lulu jelaskan implementasi
3. Ruli Perincian Permasalahan CSR yg berfungsi mempertanggungjawabkan Keputusan
4. Ruli Perincian Penelitian (sangat banyak membahas 2 Rumusan Masalah yg
5. Ruli Perincian Penelitian yg membahas Penelitian ini dg Pendekatan yg terdapat dalam
6. Ruli Perincian Penelitian yg membahas Penelitian ini dg Pendekatan yg terdapat dalam

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka pengantar penelitian skripsi. Kepada saudara/presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 22 bulan Februari tahun 2018, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 08 Februari 2018

Moderator  
Ade Oke Saleha A.

Calon Pembimbing I

DR. YUSFERY, M. Ag

Calon Pembimbing II

MUSLITA ASMAN  
NIP. ....

NB :  
1. Berita acara yang telah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing akan dibacakan sebagai unsur peserta dan yang akan dibacakan ke Arisan  
2. Berita acara yang telah ditandatangani oleh Calon Pembimbing I dan Calon Pembimbing II akan dibacakan sebagai unsur peserta dan yang akan dibacakan ke Arisan  
3. Berita acara yang telah ditandatangani oleh Calon Pembimbing I dan Calon Pembimbing II akan dibacakan sebagai unsur peserta dan yang akan dibacakan ke Arisan



**SURAT KEPUTUSAN**  
**KETUA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) CURUP**  
Nomor : 205 /Stl.021/PP.00.9/02/2018

Tentang  
**PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II**  
**PENULISAN SKRIPSI**

**KETUA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

- Menimbang : 1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1974 tentang UU Pokok Kepegawaian;
2. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah RI Nomor: 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan Tinggi;
5. Kepres Nomor: 11 Tahun 1997 Tentang pendirian STAIN Curup;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 289 Tahun 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja STAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 175 Tahun 2008 tentang STATUTA STAIN Curup;
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/08207, tanggal 10 Mei 2016 tentang Pengangkatan Ketua STAIN Curup Periode 2016 - 2020.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan  
Pertama : Menunjuk saudara:  
1. Dr. Yusefri, M. Ag NIP. 197002201998031007  
2. Musda Asmara, MA NIP. -

Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Reni Erliani  
NIM : 14631085  
PRODI/JURUSAN : Perbankan Syariah /Syariah dan Ekonomi Islam  
JUDUL SKRIPSI : Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus PT. Bank Muamalat KCP Curup)

- Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh STAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : CURUP  
Pada tanggal : 26 Februari 2018



- Tembusan :
1. Pembimbing I dan II
  2. Bendahara STAIN Curup
  3. Kasubag AK STAIN Curup
  4. Kepala Perpustakaan di Curup
  5. Arsip/Jurusan Syariah STAIN Curup dan yang bersangkutan





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

Nomor : ~~04~~/In.34/I/PP.00.9/05/2018 Curup, 24 Mei 2018  
Lamp : Proposal dan Instrumen  
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Pimpinan Bank Mu'amalat Indonesia KCP Curup  
Di-  
Tempat.

*Assalamu 'alaikum Warahmatullohi Wabarakatuh*

Dalam rangka penyusunan skripsi SI pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Reni Erliani  
NIM : 14631085  
Prodi : Perbankan Syariah  
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam  
Judul : *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)*  
Waktu penelitian : 24 Mei sampai dengan 24 Juli 2018  
Tempat Penelitian : Bank Mu'amalat Indonesia KCP Curup

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullohi Wabarakatuh.*



Benny Gustawan, S. Ag, M.Pd  
NIP. 196808 1991 03 1 004

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
002/BMI-CRP/VIII/2017

Yang bertanda tangan di bawah ini, Sub Branch Manager PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Curup, menerangkan bahwa :

Nama : Reni Erliani  
NIM : 14631085  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Implementasi CSR dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan berdasarkan Syariah Islam

Telah selesai melaksanakan penelitian di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup ~~terhitung~~ ~~tanggal~~ 01 Juli s.d 19 Juli 2018.

Demikian ~~surat keterangan~~ ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 19 Juli 2018  
Sub Branch Manager



BANK MUAMALAT  
CAPEM BRUBU

Sumardiyanto  
Sub Branch Manager

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk  
Kantor Cabang Curup  
Jl. Merdeka No. 732 Paser Baru Kota Curup,  
Kabupaten Rejang Lebong

T. 0732 - 22290  
F. 0732 - 23900  
E. info@muamalatbank.com

www.muamalatbank.com



## **PERTANYAAN WAWANCARA**

1. Bagaimana pandangan atau pendapat Bapak terhadap CSR di KCP Curup.?
2. Dari semua program CSR yang ada di Baitulmaal Muamalat, program apa saja yang telah dilaksanakan.?
3. Menurut Bapak kendala apa yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan CSR.?
4. Apa saja dampak yang dirasakan perusahaan setelah menjalankan CSR.?
5. Darimana sajakah dana CSR.?
6. Sejauhmana perusahaan memandang perlunya manajemen reputasi.?

## **KETERANGAN TELAH WAWANCARA**

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama :

Jabatan :

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Reni Erliani

Nim : 14631085

Jurusan : Perbankan Syari'ah

Telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul  
**“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan  
Reputasi Perusahaan Berdasarkan Perspektif Syari'ah (Studi Kasus PT Bank  
Muamalat Indonesia KCP Curup)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan  
sebagaimana mestinya.

Pewawancara

Air Sengak, Juli 2018  
Mengetahui

Reni Erliani

## DOKUMENTASI

Wawancara dengan Manajer PT Bank Muamalat Indonesia  
05 Juli 2018  
Bapak : Sumardiyanto



Wawancara dengan Ketua Masjid di Iskandar Ong  
20 Juli 2018  
Bapak : Z Abidun





KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Rani Erlani  
 NIM : 4631038  
 JURUSAN/PRODI : Sastra dan Program Iktim / Perbancom Sastra  
 PEMBIMBING I : Dr. Yagga M Ag  
 PEMBIMBING II : Manda Asmara, MA  
 JUDUL SKRIPSI : Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam meningkatkan Reputasi perusahaan Berdampak Positif Sastra (Studi Kasus PT Bawa Nusantara Indonesia Kcp Camp)

- \* Kartu konsultasi ini harus dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;
- \* Diwajibkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak minimal dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;
- \* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum dimajukan di hadapan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing di lakukan paling lambat sebelum ujian skripsi



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Rani Erlani  
 NIM : 4631038  
 JURUSAN/PRODI : Sastra dan Program Iktim / Perbancom Sastra  
 PEMBIMBING I : Dr. Yagga M Ag  
 PEMBIMBING II : Manda Asmara, MA  
 JUDUL SKRIPSI : Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam meningkatkan Reputasi perusahaan Berdampak Positif Sastra (Studi Kasus PT Bawa Nusantara Indonesia Kcp Camp)

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi STAIN Caturap.

Pembimbing I,  
 D. Yagga, MA  
 NIP. 19740220 199803 1007

Pembimbing II,  
 Manda Asmara, MA  
 NIP.





No.	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1.	7/08/08	ACC babaku proposal		
2.	14/08/08	ACC bab I - III		
3.	19/08/08	Perbaikan Bab IV		
4.	24/08/08	ACC Bab IV Perbaikan bab V		
5.	26/08/08	ACC Bab V Perbaikan Abstrak		
6.	31/08/08	ACC bab I sampai V dan Abstrak		
7.				
8.				



No.	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1.	30/08/08	Perbaikan bab VI		
2.	02/09/08	ACC bab VI - VII		
3.	20/08/08	Perbaikan Bab IV		
4.	27/08/08	Perbaikan Bab V		
5.	30/08/08	Perbaikan Abstrak		
6.	30/08/08	ACC bab I sampai IV dan disusutkan ke pembimbing I		
7.				
8.				

## BIODATA PENULIS

### Data Pribadi (*Personal identities*)

Nama	Reni Erliani
Jenis Kelamin	Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir	Lebak Budi/02 Desember 1996
Kebangsaan	Indonesia
Agama	Islam
Golongan Darah	B
Nama Orang Tua	Abu Bakar Sidik - Nurhaidah
Alamat	Jl. Jendral Sudirman Talang Jawa Atas
No. Handphone	+62822 2409 5081
Email	Renierliani96@gmail.com



### Riwayat Pendidikan (*Academic Record*)

SD	SD Negeri 10 Muara Enim [2002-2008]
SMP	SMP Negeri 04 Muara Enim [2008-2011]
SMA	MA Muara Enim [2011-2014]
Perguruan Tinggi	Institut Agama Islam Negeri [2014-2018]

### Organisasi (*Organization*)

PMII (Persatuan Mahasiswa Islam Indonesia)