

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
(STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH)**



Disusun Oleh:

**SYALAWATI
NIM. 170603269**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syalawati
NIM : 170603269
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini. Maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 5 Juli 2019
Yang Menyatakan,


Syalawati

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan judul :

**Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Meningkatkan Citra
Perusahaan (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah)**

Disusun oleh:

Syalawati

NIM. 170603269

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc. ; T. Syifa F Nanda, SE., M. Acc., Ak
NIP. 197209072000031001 NIDN. 2022118501

A R - Mengetahui R Y
Ketua Program Studi Perbankan Syariah, *RA*

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP. 197209072000031001

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

SKRIPSI

Syalawati
NIM. 170603269

Dengan Judul:
**Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Citra
Perusahaan (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah)**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan
Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal = Jum'at, 19 Juli 2019 M
16 Dzulqa'dah 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

Sekretaris,


Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP. 197209072000031001

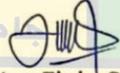

T. Syifa F Nanda, SE., M. Acc., Ak
NIDN. 2022118501

Penguji I

Penguji II


Eliana SE., M.Si
NIDN. 1310047601

AR - RAN


Ana Fitria SE., M.Sc
NIP. 199009052019032019

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh




Dr. Zaki Fuad M. Ag H
NIP. 19640314 199203 1 00



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syalawati
NIM : 170603269
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan
Syariah
E-mail : Syala.wati@yahoo.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 5 Juli 2019

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Syalawati

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP. 197209072000031001

T. Syifa F Nanda, SE., M. Acc., Ak
NIDN. 2022118501

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

Q.S Al-Insyirah : 6

اللَّهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ عِلْمًا نَافِعًا وَرِزْقًا طَيِّبًا وَعَمَلًا
مُتَقَبَّلًا

“Ya Allah, sungguh aku memohon kepada-Mu ilmu yang bermanfaat (bagi diriku dan orang lain), rizki yang halal dan amal yang diterima (di sisi-Mu dan mendapatkan ganjaran yang baik)”

HR. Ibnu Majah, no. 925 dan Ahmad 6: 305

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT..

Karya ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua. kasih sayang kalian sepanjang masa dan tiada duanya, terimakasih untuk kiriman do'a-do'a, dan tetesan keringat Ayah dan Ibu sebagai tanda perjuangan dan pertanggungjawaban, semoga Ayah dan Ibu selalu berada dalam lindungan Allah SWT..

~Terimakasih~

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan nikmat yang tidak mampu dihitung oleh hamba-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah)”**. dan tak lupa pula penulis sanjungkan shalawat dan salam kepada kepangkuan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tauladan kepada umat manusia dalam membedakan antara hak dan bathil untuk mencapai jalan yang benar.

Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses Penyelesaian Skripsi, Penulis menyadari tidak mungkin menyelesaikan tanpa adanya do'a, usaha, dukungan, bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga terutama kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku ketua prodi sekaligus pembimbing I dan juga sebagai Penasehat Akademik selama perkuliahan dan Ayumiati S.E., M.Si selaku Sekretaris serta Mukhlis, S.HI., SE.,MH., selaku operator Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboraturium dan Akmal Riza, M.si selaku Sekretaris Laboraturium.
4. T. Syifa Fadrizha Nanda, SE., M. Acc., Ak Selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Eliana, SE., M.Si sebagai penguji I dan Ana Fitria, SE., M.Sc sebagai penguji II dalam sidang munaqasyah skripsi.
6. Bapak/Ibu dosen program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama penulis mengikuti perkuliahan. Serta seluruh staf dan pegawai FEBI yang sudah banyak memberikan bantuan dan kemudahan selama mengikuti perkuliahan.
7. Kepada pihak-pihak yang terkait meliputi PT. Bank Aceh Syariah, Masjid Raya Baiturrahman dan Masjid Jamik Baitussalihin Ulee Kareng serta akademisi FEBI UIN Ar-Raniry yang telah bersedia dan sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan membantu memberikan data yang diperlukan untuk mendukung skripsi ini.
8. Yang paling spesial teruntuk ayahku tercinta Taufik dan ibuku tersayang Siti Aisyah yang selalu mengirimkan do'a,

memberikan cinta, semangat, motivasi dan arahan yang tiada habisnya kepada penulis. Tak lupa pula dorongan dari abangku Andi Shalihah, kakakku Risqa Ramadhani, adikku Mustakim, Abang Frisky, Kakak Erlina, Sintya, Nia, Faris dan keluarga terbesarku tanpa terkecuali.

9. Teman-teman dari D-III Perbankan Syariah yang berjuang sampai dengan S1 Perbankan Syariah yang tak mungkin satu persatu disebutkan nama, penulis ucapkan terimakasih untuk waktu, tenaga, pikiran, maupun motivasi yang diberikan sehingga penulis mendapatkan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini serta bersama-sama melalui suka dan duka selama kuliah.

Semoga segala bantuan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik serta diberikan balasan oleh Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin agar menjadi sempurna. Namun penulis juga menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, dan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi banyak pihak.

Banda Aceh, 5 Juli 2019
Penulis,

Syalawati

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor:158 Tahun1987–Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	a
◌ِ	<i>Kasrah</i>	i
◌ُ	<i>Dammah</i>	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

c. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

d. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua, yaitu:

a. *Ta Marbutah* (ة) hidup

Ta Marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah *t*.

b. *Ta Marbutah* (ة) mati

Ta Marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan

kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rau dah al-atfāl/ rau datulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-MadīnatulMunawwarah

طَلْحَةُ : *Ṭal ḥah*

Catatan:

Modifikasi

- Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
- Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Syalawati
NIM : 170603269
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (studi pada PT. Bank Aceh Syariah)
Tanggal Sidang : 19 Juli 2019
Tebal Skripsi : 144 Halaman
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
Pembimbing II : T. Syifa Fadrizha Nanda, SE., M. Acc., Ak

CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam membangun ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, komunitas, maupun masyarakat pada umumnya. Pelaksanaan CSR dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan citra yang baik dan kuat yang diperlukan perusahaan untuk keuntungan bisnis dalam jangka panjang. Pertanyaan penelitian dalam skripsi ini adalah bagaimana Implementasi CSR PT. Bank Aceh Syariah dan dalam meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan jenis data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa CSR yang disalurkan PT. Bank Aceh Syariah mampu memberikan manfaat besar sehingga program ini dapat meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari terpenuhinya indikator pembentuk citra perusahaan yaitu *Advertising, Public Relation, Physical image, dan Actual experience*. Bagi perusahaan selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis dengan topik implementasi CSR bisa meneliti dari segi I-CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, PT. Bank Aceh Syariah

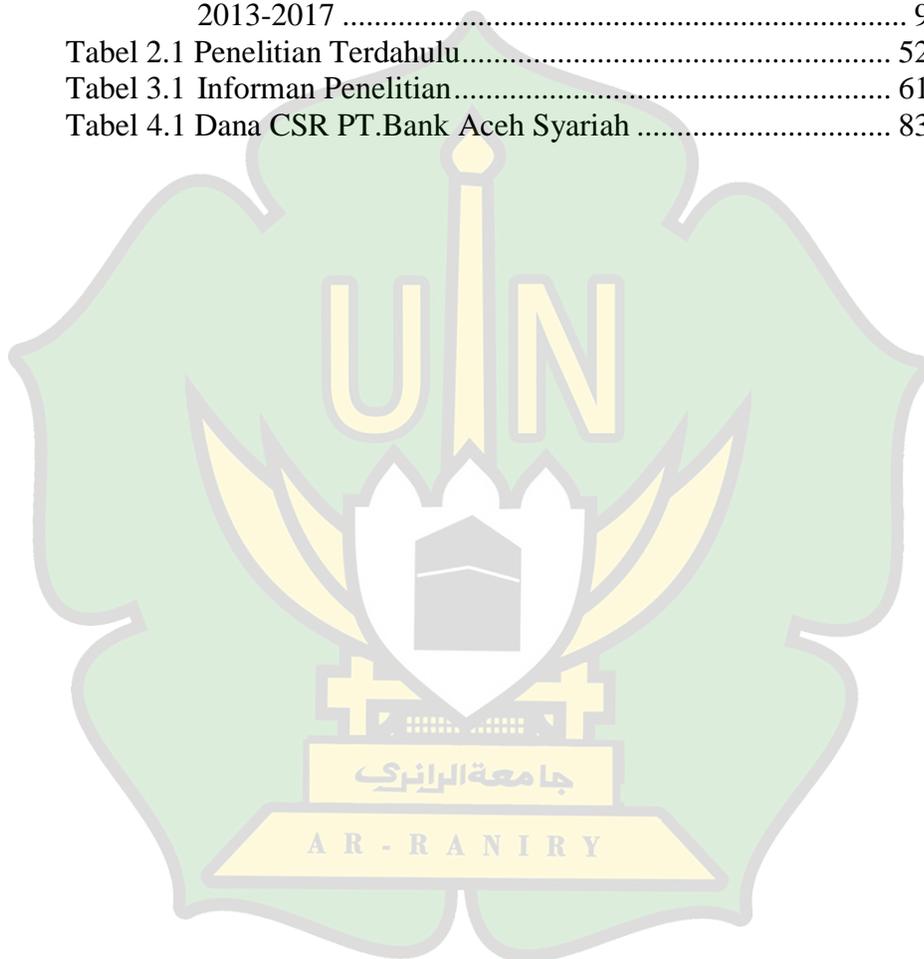
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	15
2.1.1 Sejarah Konsep CSR	15
2.1.2 Pengertian CSR	17
2.1.3 CSR Menurut Pandangan Barat dan Pandangan Islam	22
2.1.4 Manfaat dan Fungsi CSR	30
2.1.5 Dasar Hukum CSR	35
2.1.6 Sistematika Tahapan CSR	40
2.1.7 CSR dan Kesejahteraan Masyarakat	41
2.2 Citra Perusahaan	43
2.2.1 Pengertian Citra Perusahaan	43
2.2.2 Pentingnya Citra Perusahaan	44

2.2.3 Faktor-Faktor Pembentukan Citra Perusahaan .	45
2.2.4 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	45
2.2.5 Hubungan Antara Penerapan Program CSR terhadap Citra Perusahaan	47
2.3 Temuan Penelitian Terkait	48
2.4 Kerangka Berfikir	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	57
3.1 Jenis Penelitian.....	57
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	58
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5 Informan Penelitian.....	61
3.6 Instrumen Penelitian	61
3.7 Fokus Penelitian.....	63
3.8 Metode Analisis Data.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah	67
4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah	67
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah.....	70
4.1.3 Profil Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah.....	71
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah ...	71
4.1.5 CSR pada PT. Bank Aceh Syariah	74
4.2 Implementasi CSR PT. Bank Aceh Syariah.....	75
4.3 Implementasi CSR dalam meningkatkan Citra Perusahaan PT. Bank Aceh Syariah.....	85
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	100
5.3 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data CSR yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah 2013-2017	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	52
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	61
Tabel 4.1 Dana CSR PT.Bank Aceh Syariah	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Realisasi dana CSR oleh PT. Bank Aceh Syariah (2013-2017)	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	56
Gambar 4.1 Struktur PT. Bank Aceh Syariah	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Pembimbing.....	108
Lampiran 2	Surat Permohonan Kesediaan Memberi Data dan Wawancara.....	109
Lampiran 3	Daftar Wawancara kepada Bankir.....	111
Lampiran 4	Daftar Wawancara kepada Akademisi	114
Lampiran 5	Daftar Wawancara kepada Masyarakat Penerima CSR (Masjid Raya Baiturrahman)	117
Lampiran 6	Daftar Wawancara kepada Masyarakat Penerima CSR (Masjid Baitussalihin Ulee Kareng)	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang sangat penting bagi kelancaran perekonomian suatu negara. Pada Tahun 1992 Indonesia memperkenalkan *dual banking system* (sistem perbankan ganda) yang dapat beroperasi secara bersama antara bank konvensional dan bank syariah, hal ini bertujuan untuk melengkapi jasa perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat sekaligus menunjukkan bahwa bank syariah juga memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara (Bank Indonesia, 2013).

Perkembangan aset perbankan syariah pada tahun 2016 meningkat sebesar Rp61,6 triliun, atau tumbuh 20,28% setelah 3 tahun terakhir mengalami perlambatan pertumbuhan. Pertumbuhan ini diawali dengan adanya bank syariah, pada September 2016 terjadi konversi BPD Aceh menjadi Bank Aceh Syariah. Aset BPD Aceh mencapai Rp18,95 triliun atau sebesar 5,18% dari total aset perbankan syariah secara keseluruhan. Konversi Bank Aceh berdampak pada meningkatnya *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional sebesar 5%. Per Desember 2016 *market share* perbankan syariah mencapai 5,33% atau meningkat sebesar 0,46% dari 4,87% pada tahun 2015 (OJK). Aset perbankan

syariah pada akhir tahun 2017 terus meningkat sebesar Rp435,02 triliun (OJK, 2018: 16).

Semakin berkembangnya perbankan syariah banyak persaingan dari sesama bank syariah maupun bank konvensional. Persaingan antar sesama bank yang semakin ketat menuntut bank syariah untuk menjadi lebih unggul, juga berlomba-lomba untuk bersaing agar mendapatkan penilaian terbaik dari masyarakat. Bank sebagai salah satu perusahaan yang bergantung pada keuntungan (*profit*) untuk melangsungkan usahanya. Semakin besar keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan maka semakin terjamin pula keberlangsungan hidup perusahaan tersebut. Untuk dapat tetap bertahan dan berkembang maka bank harus mencari strategi yang dapat menarik *stakeholders*. Salah satu strategi untuk menghadapi persaingan adalah dengan membangun citra yang baik bagi perusahaan (Suwandi, 2010).

Pentingnya citra bagi suatu perusahaan agar memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif, citra positif juga menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional juga sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan atas kualitas pelayanan perusahaan. Citra positif juga mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Karena citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap kepuasan perusahaan (Suwandi, 2010). Citra yang positif dapat menimbulkan kepercayaan dari masyarakat dan konsumen

yang menyebabkan bisnis dapat berjalan. Pada bisnis perbankan sangat bergantung kepada kepercayaan masyarakat sebagai nasabahnya. Apabila bank mendapatkan citra atau *image* negatif, kepercayaan nasabah atau masyarakat memudar, yang menyebabkan nasabah bisa melakukan *rush* dalam waktu sekejap (Poerwopoespito, 2010: 84).

Menurut Sutojo dalam Fitriani (2012: 19) Perusahaan yang memiliki citra positif bermanfaat bagi daya saing jangka menengah dan panjang dengan cara perusahaan berusaha memenangkan persaingan pasar dengan menyusun strategi pemasaran praktis, menjadi perisai selama masa krisis karena sebagian besar masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra baik yang menyebabkan mereka mengalami krisis, menjadi daya tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah aset perusahaan, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, dan menghemat biaya operasional karena citranya baik.

Sedangkan menurut Kasali dalam Suwandi (2010) citra perusahaan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan orang-orang yang ada didalamnya terus mengembangkan kemampuan yang lebih berarti bagi orang lain sehingga perusahaan dapat tetap hidup dan bertahan. Handy Irawan menyebutkan bahwa citra yang ada dalam suatu perusahaan dapat memberikan kemampuan berupa mengubah harga yang berkualitas, menikmati penerimaan lebih tinggi dibandingkan pesaingnya dan dapat memberikan

kepercayaan yang timbul dari pelanggan kepada perusahaan. Sedangkan pentingnya Citra perusahaan dalam pandangan David W.Cravens disebutkan bahwa citra atau merek perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Untuk membentuk citra yang baik dan kuat diperlukan adanya strategi terencana yang dikemas dalam kegiatan atau upaya perusahaan dalam menggiring publik mempersepsikan apa yang menjadi tujuan dan harapan perusahaan. Usaha yang dilakukan dalam membentuk citra yang baik yaitu dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 1(3) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam membangun ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, komunitas, maupun masyarakat pada umumnya. Seperti yang dijelaskan dalam Susanto (2007) perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. Penerapan program CSR akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Terdapat beberapa pandangan mengenai CSR, di satu sisi dapat mengurangi keuntungan perusahaan, menaikkan biaya. sedangkan pandangan lainnya mengatakan CSR dapat memberikan

dampak positif berupa keuntungan bisnis dalam jangka panjang. Keberhasilan CSR akan membentuk Citra Perusahaan yang positif dan berdampak pada kinerja karyawan (kebanggaan dalam bekerja), penjualan perusahaan dan kelancaran operasional (Wijayanto, 2012).

Menurut Wibisono dalam Said (2018) mengatakan bahwa dilihat dari pentingnya pelaksanaan CSR dalam membantu perusahaan menciptakan citra positifnya maka perusahaan seharusnya melihat CSR bukan sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang. Jika CSR di abaikan maka biaya yang dikeluarkan untuk biaya *recovery* bisa jadi lebih besar dibandingkan biaya yang ingin di hemat melalui peniadaan CSR itu sendiri. Hal ini belum termasuk pada risiko *non-finansial* yang berupa memburuknya citra perusahaan di mata publiknya.

Saat ini CSR dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal diperusahaan yang telah menerapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan yang tidak menerapkan CSR. Melalui program CSR dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya (Effendi, 2009).

Dengan demikian, CSR yang diberikan kepada *stakeholders* dan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting dalam mendorong keuntungan dan kelangsungan Bank dalam jangka

panjang. Hal ini dikarenakan *stakeholders* merupakan faktor pendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, *stakeholders* sangat mempengaruhi kelangsungan Bank. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Narisyah (2018: 72) mengatakan bahwa program tanggung jawab sosial yang dilaksanakan dengan baik akan berpengaruh dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar. Hasil penelitian yang sama dilakukan oleh Nurjanah (2017:113) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel CSR atau Tanggung Jawab Sosial dengan Citra Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2012), mengenai implementasi CSR yang dilakukan melalui wawancara dengan masyarakat dan mitra binaan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) di PT. Angkasa Pura 1 adisutjipto Yogyakarta berdampak positif dan juga efektif dalam mempertahankan citra positif. Dalam penelitian Fitriani (2012: 97), menyimpulkan bahwa kegiatan CSR “beasiswa unggulan CIMB Niaga” yang diukur melalui implementasi CSR terbukti memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan. Dimana semakin tinggi nilai yang didapatkan oleh kegiatan CSR menggunakan pengukuran implementasi CSR maka akan semakin tinggi pula citra perusahaan.

Tanggung jawab yang melekat pada perusahaan untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang serta sesuai dengan nilai dan norma budaya masyarakat setempat sangat diperlukan dalam implementasi CSR. Keserasian itu akan memberikan kesan yang kuat bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat di lingkungan

perusahaan. Penelitian Ostrom dalam Yusuf (2017), menyebutkan bahwa pembangunan yang memanfaatkan nilai-nilai budaya masyarakat menunjukkan tingkat keberhasilan yang baik. Nilai budaya yang menjadi modal sosial masyarakat merupakan salah satu prasyarat bagi keberhasilan program pembangunan.

PT. Bank Aceh Syariah merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan Program CSR sebagai perwujudan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Bank ini juga merupakan salah satu Bank Daerah yang melakukan konversi dan mendapatkan dukungan dari berbagai kalangan mulai dari pejabat tinggi sampai dengan masyarakat umum. Dengan adanya konversi PT. Bank Aceh Syariah menandakan patuhnya bank ini terhadap hukum islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. berdasarkan hasil penelitian Sariati (2018: 112) bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *image* produk pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa citra PT. Bank Aceh Syariah semakin baik setelah adanya konversi.

Usaha yang terus dilakukan PT. Bank Aceh Syariah secara terus menerus yaitu ikut serta dalam kegiatan program kemasyarakatan untuk menumbuhkan hubungan baik sampai ke lapisan masyarakat yang membutuhkan dukungan. Kegiatan tanggung jawab sosial PT. Bank Aceh Syariah merupakan refleksi keterlibatan perusahaan di dalam dan bersama masyarakat di mana sebagai sebuah lembaga keuangan yang hidup dari dan untuk masyarakat, hubungan antara bank dengan masyarakat serta

lingkungan operasional bank dapat terbangun secara saling menguntungkan (Bank Aceh, 2012-2018).

Pelaksanaan program CSR PT. Bank Aceh Syariah mengacu pada peraturan perundang-undangan di Indonesia baik yang mengatur secara umum maupun khusus mengenai CSR diantaranya pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan serta UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15, 17 & 34. Sebagai pedoman internal penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Direksi PT. Bank Aceh Syariah telah menerbitkan Surat Keputusan Direksi Nomor 055/DIR/BA/IX/2016 tanggal 16 September 2016 tentang (BPP) Penerapan CSR PT. Bank Aceh Syariah. Program CSR pada PT. Bank Aceh Syariah terbagi menjadi 4 (empat) yaitu tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial terhadap ketenagakerjaan, kesehatan dan kecelakaan kerja serta tanggung jawab sosial terhadap nasabah (Bank Aceh Syariah, 2013-2017).

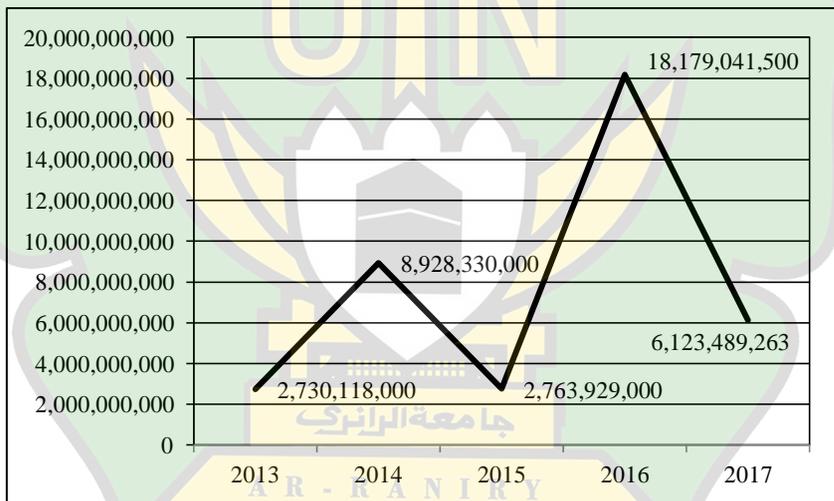
Program-program tanggung jawab sosial (CSR) yang telah dilaksanakan, di antaranya:

Tabel 1.1
Data CSR yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah
2013-2017

No	Tahun	Program	Besar Bantuan
1.	2013	Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp85.000.000
		Bantuan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan	Rp1.444.918.000
		Bantuan penanggulangan musibah bencana alam	Rp970.000.000
		Bantuan fakir miskin	Rp230.200.000
		Total	Rp2.730.118.000
2.	2014	Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp7.181.110.000
		Bantuan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan	Rp1.150.820.000
		Bantuan penanggulangan musibah bencana alam	Rp462.000.000
		Bantuan fakir miskin	Rp134.400.000
		Total	Rp8.928.330.000
3.	2015	Bantuan untuk kegiatan sosial	Rp1.441.905.000
		Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp222.000.000
		Bantuan untuk kesehatan pengobatan massal	Rp469.940.000
		Total	Rp2.763.929.000
4.	2016	Bantuan untuk kegiatan sosial	Rp16.280.736.500
		Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp706.550.000
		Bantuan untuk kesehatan	Rp754.155.000
		Bantuan yayasan	Rp437.600.000
		Total	Rp18.179.041.500
5.	2017	Bantuan untuk kegiatan sosial	Rp4.916.914.263
		Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp505.750.000
		Bantuan untuk kesehatan	Rp62.400.000
		Bantuan yayasan	Rp638.425.000
		Total	Rp6.123.489.263

Sumber : Laporan Tahunan PT. Bank Aceh Syariah (2013-2017).

Dari Laporan Tahunan PT. Bank Aceh Syariah menunjukkan bahwa besar bantuan CSR yang telah disalurkan selama 5 (lima) tahun mulai dari tahun 2013 sampai tahun 2017 yang dipergunakan untuk berbagai kegiatan masyarakat. Dari lima tahun tersebut besar bantuan yang disalurkan berbeda-beda. Tahun 2016 menunjukkan jumlah tertinggi dalam penyaluran dananya dibandingkan dengan tahun lainnya yaitu Rp18.179.041.500 sedangkan tahun 2013 menyalurkan dana sebesar Rp2.730.118.000 lebih sedikit dibandingkan tahun lainnya. Untuk lebih jelas, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Realisasi dana CSR oleh PT. Bank Aceh Syariah (2013-2017).

Apabila dilihat dari hasil grafik 1.1 menunjukkan bahwa adanya penurunan maupun kenaikan besar dana CSR yang disalurkan. Pada tahun 2013 PT. Bank Aceh Syariah masih konvensional sampai dengan tahun 2015, PT. Bank Aceh Syariah memulai untuk melakukan konversi dan terus melakukan persiapan

sampai dengan 6 Agustus 2016. Pada tahun 19 september 2016 Bank Aceh resmi konversi dari sistem konvensional menjadi sistem syariah. dilihat dari grafik bahwa realisasi dana CSR sebelum dan sesudah konversi mengalami peningkatan dan penurunan terutama selama 5 (lima) tahun terakhir. Dari tahun 2013-2014 dana yang disalurkan mengalami peningkatan sebesar Rp6.198.212.000 Pada tahun 2014-2015 pemberian dana CSR mengalami penurunan Rp6.164.401.000 sedangkan pada tahun 2015-2016 pemberian dana CSR mengalami peningkatan sebesar Rp 14.385.377.500 namun pada tahun 2016-2017 dana CSR mengalami penurunan kembali sebesar Rp11.025.817.237.

Dilihat dari penyaluran dana CSR selama lima tahun yang telah dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (STUDI PADA PT. BANK ACEH SYARIAH)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah:

1. Bagaimana Implementasi CSR PT. Bank Aceh Syariah?
2. Bagaimana Implementasi CSR dalam Meningkatkan Citra Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Implementasi CSR PT. Bank Aceh Syariah
2. Untuk mengetahui Implementasi CSR dalam Meningkatkan Citra Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Penulis
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang implementasi CSR dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT. Bank Aceh Syariah.
2. Akademisi dan mahasiswa
Untuk dapat memberikan suatu pengetahuan berdasarkan kenyataan dilapangan yang telah diteliti mengenai implemementasi CSR dalam meningkatkan citra perusahaan serta hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya.
3. PT. Bank Aceh Syariah
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk dapat terus meningkatkan program CSR demi terwujudkan citra perusahaan yang baik.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan memperjelas arah pembahasan maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Membahas kerangka teori yang melandasi penelitian yang dipergunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada, kemudian dilanjutkan dengan kajian kepustakaan, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

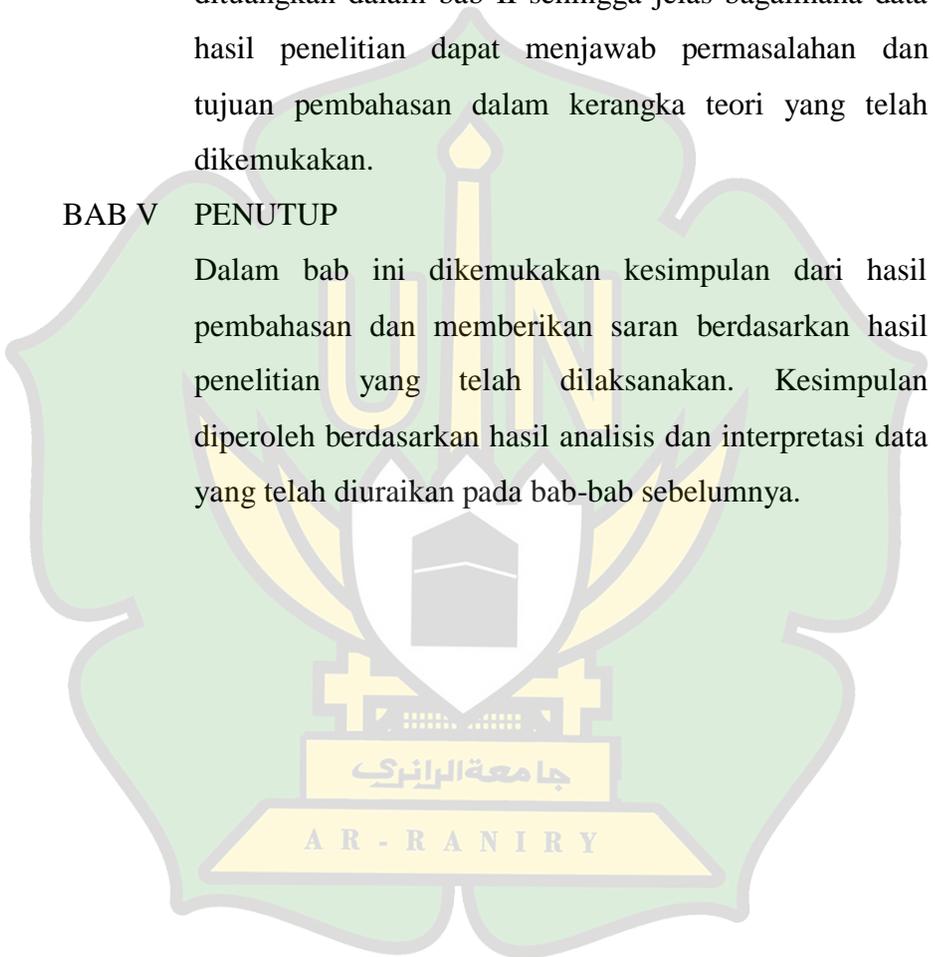
Menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan menguraikan tentang jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, informan penelitian, instrumen penelitian, Fokus Penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian yang diolah, dianalisis, dikaitkan dengan kerangka teori yang dituangkan dalam bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka teori yang telah dikemukakan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.1 Sejarah Konsep CSR

Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih dahulu dikenal di negara-negara maju sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada saat ini telah mulai diterapkan dalam beberapa peraturan yang berlaku di Indonesia, antara lain dalam Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Konsepsi mengenai CSR mulai diperkenalkan oleh Bowen pada tahun 1953 dalam sebuah karya seminarnya mengenai tanggung jawab sosial pengusaha (Untung, 2014: 1-2).

Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh pelaku bisnis sebagai kelanjutan dari pelaksanaan berbagai kegiatan derma (*Charity*) sebagai wujud kecantikan manusia terhadap sesama manusia (*philantrophy*). Setelah itu mengalami pengayaan konsep sejak kurun waktu 1960 sampai saat ini. Perkembangan konsep CSR pada tahun 1960-an hingga 1970-an dipengaruhi oleh konsep *stakeholder management*. Para peneliti di *Stanford Research Institute* memperkenalkan konsep *stakeholder* pada tahun 1963.

Konsep *stakeholder* muncul karena terdapat pengakuan terhadap adanya berbagai *stakeholder* di luar pemegang saham (*shareholders*) yang dapat mempengaruhi efektivitas pencapaian tujuan perusahaan telah mengubah dimensi tanggung jawab ekonomi semata-mata dalam bentuk maksimalisasi laba menjadi tanggung jawab kepada sejumlah *stakeholder* yang lebih luas (George, 2013: 160).

Dalam George (2013: 160) Perkembangan konsep CSR periode 1980-an sampai saat ini menurut Carroll memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Economic responsibilities*

Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. *Legal responsibilities*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3. *Ethical responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etis bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan untuk menilai suatu isu dimana penilaian ini

merupakan penilaian terhadap nilai yang berkembang dalam masyarakat.

4. *Discretionary responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan sapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitan ini perusahaan ingin dipandang sebagai warga negara yang baik (*good citizen*) dimana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai manifestasi *discretionary responsibilities* sering juga disebut *corporate citizenship*. Sedangkan aktivitas *corporate citizenship* yang bertujuan untuk mengembangkan kesejahteraan masyarakat (misalnya melalui pemberian pelatihan usaha dan pemberian pinjam lunak) disebut sebagai *community development*.

2.1.2 Pengertian CSR

Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, setiap warga negara berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Ada tiga golongan yang berperan penting dalam pembangunan sebuah negara yaitu pemerintah (*Government*), masyarakat (*Citizen/People/Community*) dan dunia usaha (*Corporate*). Dunia usaha berperan mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat

dengan pertimbangan masyarakat dan lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*) melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan biasa disebut *triple bottom line*. Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Perusahaan dalam hal ini dibebani tanggung jawab sosial untuk ikut mensejahterakan warga negara yang ada di sekitarnya (Gunawan, 2014).

CSR merupakan suatu komitmen berkeanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2014: 3). Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR menurut *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*on Sustainable economic development*). Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas (Effendi, 2009).

Menurut Undang-Undang RI No. 40 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 (3) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan CSR adalah “komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam membangun ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas

kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan, komunitas, maupun masyarakat pada umumnya”.

Menurut Wibosono (2007), CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Definisi lain menyatakan bahwa CSR adalah suatu mekanisme perusahaan untuk secara sadar mengintegrasikan sebuah perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholder*, melalui tanggung jawab sosial di bidang hukum. Secara sederhana CSR merupakan suatu konsep serta tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap *social* serta lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri. Pada dasarnya CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholders* atau pemangku kepentingan, dimana lebih jauh dari pada itu para ahli menyatakan bahwa CSR memiliki tiga definisi yaitu melakukan tindakan sosial, termasuk di dalamnya adalah kepedulian terhadap lingkungan hidup yang lebih dari batas-batas yang di tuntutan atau di haruskan dalam peraturan perundang-undangan, komitmen usaha yang dilakukan secara etis, beroperasi secara legal, serta berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi yang diiringi dengan peningkatan kualitas hidup karyawan termasuk keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat banyak. Komitmen bisnis untuk serta

berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas setempat, serta masyarakat umum secara keseluruhan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas hidup bersama (Ekonomi, 2016).

Pandangan lain tentang CSR yang lebih luas disampaikan dalam *Prince of Wales International Business Forum*. Menurut Suprianto Pelaksanaan CSR berdasarkan forum tersebut menyangkut lima pilar yaitu: pertama *Building human* menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan (eksternal) masyarakat. Perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*, Kedua *Strengthening economies* memberdayakan ekonomi komunitas, ketiga *Assessing social cohesion* maksudnya perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik, Keempat *Encouraging good governance* perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik dan kelima *Protecting the environment* perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan (Prasiska, 2017: 45).

CSR merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial/ lingkungan sekitar perusahaan berada. Contoh dari bentuk tanggung jawab bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan, pemberian

beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era saat kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekadar profitability (Rachman, Efendi, & Wicaksana, 2011).

Menurut lingkaran studi CSR Indonesia yakni upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Secara implisit, berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. meminimalkan dampak negatif adalah bagian dari usaha memberikan manfaat di masa yang akan datang (Rachman, Efendi, & Wicaksana, 2011).

CSR diartikan sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. CSR adalah kewajiban perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari ekspansi bisnisnya yang dimungkinkan telah mengganggu keseimbangan dan lingkungan serta sosial

kemasyarakatan dimana mereka menjalankan aktivitasnya. Dalam implementasi dan penerapan CSR tergantung pada konsep perusahaan di wilayah atau daerah tersebut (Said, 2018: 4).

Jenis-jenis Tanggung Jawab Perusahaan yaitu tanggung jawab kepada pemegang saham, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan tanggung jawab atas kelestarian lingkungan hidup (*Sustainable environment responsibility*) (Yusuf, 2017).

2.1.3 CSR Menurut Pandangan Barat dan Pandangan Islam

2.1.3.1 CSR Menurut Pandangan Barat

Berdasarkan teori Elkingston, CSR adalah sebuah konsep bagi organisasi khususnya perusahaan, mempunyai kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, pekerja, pemegang saham, masyarakat, lingkungan sekitar dalam seluruh aspek operasionalnya. Kewajiban ini berlaku secara luas di luar kewajiban yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang. Menurut ISO 26000 CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Yusuf, 2017: 28).

Menurut Widjaja dalam Santoso (2016) CSR adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku secara etis

dan berkontribusi kepada pengembangan ekonomi dengan tetap meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarga mereka, begitu juga halnya dengan masyarakat sekitar perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Yusuf (2017: 29) ada berbagai dimensi bagi perusahaan dalam melaksanakan aktivitas CSR yang telah dikemukakan oleh para ahli. Carroll mengungkapkan bahwa pelaksanaan CSR berlaku dalam empat dimensi, yaitu dimensi ekonomi, undang-undang, etika, dan kepedulian sosial. Tanggung jawab sosial menurut Carroll dirangkai dalam bentuk piramida, yaitu tanggung jawab ekonomi merupakan tanggung jawab utama kepada suatu perusahaan, diikuti dengan tanggung jawab terhadap Undang-Undang, etika, dan responsif terhadap persoalan sosial masyarakat sekitar.

Perspektif yang dibangun Carroll dijelaskan menjadi lebih detail yaitu pertama *Economic responsibilities* tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan. Kedua *Legal responsibilities* masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif. Ketiga *Ethical responsibilities* masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun

secara kelembagaan untuk menilai suatu isu dimana penilaian ini merupakan penilaian terhadap nilai yang berkembang dalam masyarakat. Keempat *Discretionary responsibilities* masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitan ini perusahaan ingin dipandang sebagai warga negara yang baik (*good citizen*) dimana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai manifestasi *discretionary responsibilities* sering juga disebut *corporate citizenship*. (George, 2013: 160) .

Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa CSR adalah komitmen dunia untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.

2.1.3.2 CSR Menurut Pandangan Islam

Konsep pembangunan perspektif Islam adalah bersifat komprehensif dan menyatu. Pembangunan perspektif Islam mengoptimalkan faktor kesejahteraan manusia, akhlak dan kebendaan, fisik dan mental, ekonomi dan sosial. Islam menentang kekufuran dan kezaliman, sebaliknya mengajukan kesyukuran dan keadilan. Berlandaskan konsep tersebut, Islam memandang bahwa sebuah perusahaan harus menjalankan aktivitasnya tidak saja dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi yang

terpenting adalah untuk kesejahteraan dan kemakmuran bersama. Hal itu perlu dijalankan melalui praktek-praktek tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan moral dan semangat Islam. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan persfektif Islam berbeda dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan persfektif barat. Pada masa lampau fokus pendekatan perusahaan persfektif barat adalah pada faham kebendaan, persaingan, pemaksimalan keuntungan, dan kedudukan utama pemegang saham. Pada masa sekarang telah berubah mengarah pada model yang mengakui bahwa persoalan bisnis adalah juga berkolerasi dengan tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan (Santoso, 2011).

Menurut Siwar dalam Cahya (2016: 6-7) Konsep tanggung jawab perusahaan tidak hanya berkembang pada ekonomi konvensional, tetapi juga merambah ekonomi Islam. Dalam ekonomi Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami. Nilai-nilai islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW dapat digunakan sebagai landasan tanggung jawab sosial perusahaan sama seperti halnya pada perusahaan konvensional (Konsep ini dalam Islam lebih menekankan bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah SWT dalam dimensi perusahaan).

Menurut Farook tanggung jawab sosial perusahaan secara islam adalah sama dengan tanggung jawab sosial dari setiap

individu muslim, yaitu menjalankan yang benar dan melarang atau menentang yang salah. Pengertian benar (*Al-Haq*) dan salah (*Al-Bathil*) dapat diartikan sebagai dua hal yang tumpang tindih. Secara hukumnya. Benar (*haq*) mengacu pada semua yang diperbolehkan atau dianjurkan (halal), sedangkan salah (*bathil*) mengacu pada semua yang tidak diperbolehkan atau tidak dianjurkan (haram). Dari perspektif islam, “benar” mengacu pada apa yang seharusnya sedangkan “salah” mengacu pada apa yang tidak adil (Kharisma, 2014: 42).

CSR dalam pandangan Islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung jawab sosial sudah mulai ada dan dipraktikkan sejak 14 abad yang silam. Pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis. Sesuai dengan firman Allah SWT:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Dan sempurnakanlah timbangan apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (QS. Al-Isra [17]: 35).

Salah satu hal yang berkaitan dengan hak pemberian harta adalah menakar dengan sempurna, ayat ini menyatakan bahwa dan sempurnakanlah secara bersungguh-sungguh takaran apabila kamu manakar untuk pihak lain dan timbanglah dengan neraca yang

lurus, yakni yang benar dan adil. Itulah yang baik bagi kamu dan orang lain karena dengan demikian orang akan percaya kepada kamu sehingga semakin banyak yang berinteraksi dengan kamu dan melakukan hal itu juga lebih bagus akibatnya bagi kamu di akhirat nanti dan bagi seluruh masyarakat dalam kehidupan didunia ini (Shihab, 2002: 460).

Perhatian islam terhadap keuntungan bisnis tidak mengabaikan aspek-aspek moral dalam mencapai keuntungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dalam islam terdapat hubungan yang sangat erat antara ekonomi dan moral, keduanya sesuatu yang tidak boleh dipisahkan. Selain itu islam juga turut memperhatikan lingkungan alam sekitarnya, Allah SWT berfirman:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ
الْفُسَادَ

Artinya: *“Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak. Dan Allah SWT tidak menyukai kebinasaan.”* (QS Al-Baqarah, [2]: 205)

Maksudnya ia giat menebarkan isu negatif dan kebohongan serta melakukan aktivitas yang berakibat pada kehancuran dan kebinasaan masyarakat. Sungguh Allah akan menjatuhkan siksa kepada mereka karena Allah tidak menyukai pengrusakan (Shihab, 2002:446). Ayat ini menggambarkan secara nyata bagaimana islam

memberikan perhatian lebih untuk kelestarian alam sekitar. Segala usaha, baik bisnis atau bukan harus menjaga kelestarian alam sekitar selamanya. Selain itu hadist Rasulullah SAW yang berbunyi:

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَنْهُ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ: إِلَّا مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُوهُ.

“Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara, sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat, dan anak shaleh yang selalu mendoakannya.” (Muslim, 2012: 1631).

Berdasarkan beberapa kenyataan menunjukkan bahwa konsep tanggung jawab sosial dan konsep keadilan telah lama ada dalam Islam, seiring dengan kehadiran Islam yang dibawa oleh Rasulullah SAW. Rasulullah SAW melaksanakan tanggung jawab sosial dan keadilan dalam masyarakat, menjadi sumber rujukan bagi generasi setelah wafatnya Rasulullah SAW, ia berfungsi sebagai as-sunnah Rasulullah. Kedua-dua konsep Al-Qur'an dan as-sunnah berjalan dengan harmoni dan menciptakan keadilan yang seutuhnya (Yusuf, 2017: 45).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan persfektif Islam mempunyai persamaan dengan *Stakeholder theory* yaitu makna tanggung jawab merupakan aktivitas perusahaan yang tidak dapat dipisahkan dengan nilai-nilai moral. Ini menunjukkan bahwa perusahaan harus menjalankan aktivitas bisnisnya dengan baik

supaya tidak menimbulkan dampak negatif kepada sosial dan lingkungan alam sekitar, tetapi sebaliknya diharapkan dapat membantu mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan sejahtera. Dalam konsep tanggung jawab sosial perusahaan perspektif Islam, terdapat satu etos keagamaan yang tidak saja berfungsi sebagai alat perbaikan sosial, namun juga sebagai pantulan nilai moral dan spiritual yang menuju kepada pencapaian kesejahteraan individu (perusahaan) dan masyarakat secara menyeluruh. Perusahaan tidak secara mutlak bebas untuk melakukan apa saja untuk memaksimalkan keuntungannya, namun ia diharapkan untuk menggunakan sumber yang terbatas dengan sebaik-baiknya dan memelihara lingkungan alam sekitar sedemikian rupa agar tercapai kesejahteraan bersama (*mutual welfare*) (Santoso, 2011).

Konsep CSR yang dikembangkan di Barat tidak sama dengan konsep CSR dalam Islam. Menurut Yusuf dan Bahari dalam Kharisma (2014) menyebutkan dua perbedaannya yaitu pertama perkembangannya nilai-nilai dan budaya. Kedua adalah dasar atau prinsip-prinsip nilai dan budaya. CSR dalam Islam dibangun atas dasar (*tasawur*) pandangan dunia dan epistemologi Islam yang berbeda dari CSR yang dikembangkan di Barat (Kharisma, 2014: 42).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan perspektif Islam dan konsep tanggung jawab sosial perusahaan perspektif barat terdapat perbedaan. Dalam paradigma tanggung jawab sosial sosial perusahaan perspektif Islam, harta bukanlah tujuan utama, harta

hanya alat untuk mencapai kebaikan. Seluruh harta kekayaan adalah milik Allah SWT, maka dari itu pada hakikatnya apa yang dipunyai oleh individu atau perusahaan hanyalah satu amanah. Nilai amanah itulah yang menuntut perusahaan untuk menyikapinya dengan benar. Sedangkan dari perspektif barat, harta merupakan kekayaan yang menjadi hak milik pribadi individu atau perusahaan. Islam cenderung melihat harta berdasarkan *flow concept*, yang sebaiknya mengalir. Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan perspektif barat cenderung memandangnya berdasarkan *stock concept*, yang mendorong perilaku penumpukan dan penimbunan harta. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan perspektif barat 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. Sedangkan pandangan Islam memperlihatkan suatu pendekatan yang lebih holistik. Berdasarkan ajaran Qur'an dan sunnah yang menyediakan sebuah kerangka falsafah tambahan yang lebih baik untuk interaksi sesama manusia dan juga manusia dengan alam (Santoso, 2011).

2.1.4 Manfaat dan Fungsi CSR

Menurut Effendi (2009) Manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan CSR adalah sebagai berikut:

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.

- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (modal).
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk manajemen*).

Pada saat ini CSR dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal di perusahaan yang telah menerapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan yang tidak menerapkan CSR. Melalui program CSR dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya.

Secara umum fungsi dari CSR adalah sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai pihak yang terlibat maupun terdampak baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas perusahaan dengan memberi perhatian yang lebih baik kepada pihak-pihak tersebut. CSR memiliki manfaat atau fungsi bagi perusahaan (Ekonomi, 2016) :

1. Sosial *Licence to Operate* (izin sosial untuk beroperasi)

Bagi perusahaan, masyarakat adalah salah satu faktor yang membuat perusahaan bergerak atau malah sebaliknya. Dengan adanya CSR, masyarakat sekitar akan mendapatkan

manfaat dari adanya perusahaan dilingkungan mereka dengan sendirinya masyarakat akan merasa diuntungkan dan lama kelamaan akan merasa memiliki perusahaan.

2. Mereduksi risiko bisnis perusahaan

CSR akan membuat hubungan antara perusahaan dengan pihak-pihak yang terlibat menjadi semakin baik, sehingga risiko-risiko bisnis seperti adanya kerusakan menentang berdirinya perusahaan dapat berkurang.

3. Melebarkan akses sumber daya

CSR jika dikelola dengan baik akan menjadi sebuah keunggulan bersaing bagi perusahaan yang nantinya dapat membantu perusahaan dalam memuluskan jalan untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan perusahaan.

4. Melebarkan akses menuju market

Seluruh investasi serta biaya yang dikeluarkan untuk program CSR sebenarnya dapat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan market yang lebih besar. termasuk juga di dalamnya dapat membangun loyalitas konsumen serta menembus pangsa pasar baru.

5. Mereduksi data

Program CSR juga dapat menghemat biaya perusahaan seperti misalnya melakukan program CSR yang berkaitan dengan lingkungan dengan menerapkan konsep daur ulang dalam perusahaan, sehingga limbah perusahaan akan berkurang dan biaya untuk produksi juga akan lebih berkurang.

6. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*

Pelaksanaan program CSR dapat membantu komunikasi dengan stakeholder menjadi lebih sering dan erat, dimana hal tersebut akan menambah kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan.

7. Memperbaiki hubungan dengan regulator

Perusahaan yang melakukan CSR pada umumnya akan turut meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Dimana pemerintah yang sebenarnya mempunyai bertanggung jawab yang besar terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakatnya.

8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Reputasi perusahaan yang baik dan kontribusi besar yang diberikan perusahaan kepada stakeholders, masyarakat dan lingkungan, akan menambah kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja di perusahaan dimana hal tersebut dapat berdampak pada peningkatan motivasi dan produktivitas kerja karyawan.

9. Peluang mendapatkan penghargaan

Perusahaan yang memberikan kontribusi yang besar bagi masyarakat dan lingkungan melalui program CSR akan berpeluang untuk mendapatkan kesempatan mendapatkan penghargaan.

Alasan lain pentingnya suatu perusahaan melakukan kegiatan CSR (Gunawan, 2014: 5) :

- a. Perusahaan memerlukan suasana yang kondusif untuk bisa melakukan kegiatan produksi yang berkelanjutan. Mengetahui sosial budaya masyarakat lokal akan sangat mampu membantu adaptasi dan hidup berdampingan secara damai dan saling menguntungkan.
- b. Adanya pergeseran kepemilikan dunia usaha, dari kepemilikan pribadi menjadi kepemilikan publik. secara tidak langsung hal ini bermakna perusahaan tidak lagi hanya sebatas institusi bisnis, tetapi telah bergeser menjadi institusi sosial. Dunia usaha tidak hanya bertugas mencari keuntungan, tetapi juga harus berperan menjadi institusi yang memiliki tanggung jawab sosial.
- c. Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang disahkan DPR tanggal 20 juli 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di negeri ini. keempat ayat dalam pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- d. CSR menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar ISO sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program CSR dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut.
- e. Kesadaran tentang pentingnya megimplementasikan CSR ini, menjadi trend global seiring dengan semakin maraknya

kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan produksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak azasi manusia (HAM).

- f. Bank-bank di Eropa menerapkan kebijakan dalam pemberian pinjaman hanya kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik.
- g. Trend global lainnya dalam pelaksanaan CSR di bidang pasar modal adalah penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempratikkan CSR.

2.1.5 Dasar Hukum CSR

2.1.5.1 CSR dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007

Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan materi yang baru diatur dalam ketentuan Undang-Undang perseroan Terbatas. Adanya Undang-Undang ini sebagai pertanggung jawaban sosial perseroan terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat di sekitar tempat usaha perseroan. Ketentuan ini bertujuan untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajiban. Jika perseroan tidak melaksanakan

kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini, maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang terkait pasal 74, yaitu:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang melaksanakannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 74 ini memuat limitasi terhadap perusahaan yang harus menerapkan, yaitu perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam atau perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam. Tanggung jawab CSR ini tidak hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, tetapi juga sektor keuangan atau finansial, seperti lembaga keuangan bank dan bukan bank. Hal ini akan berpengaruh terhadap *brand image* masyarakat untuk lebih

memilih perusahaan yang lebih banyak berperan aktif/berkepedulian terhadap lingkungan (Untung, 2014: 13-14).

2.1.5.2 CSR dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007

Penanaman modal di Indonesia tidak terlepas dari sumber daya alam yang ada di Indonesia, di samping sumber daya manusia yang menjadi target pertimbangan dalam melaksanakan investasi, baik oleh pihak asing maupun lokal dalam berinvestasi. Untuk menjaga kesinambungan lingkungan dan keamanan dalam berinvestasi, pemerintah telah mewajibkan bagi para investor untuk memperhatikan lingkungan dan sosial masyarakat disekitar dengan bertanggung jawab menjaga lingkungan dan taraf hidup masyarakat sekitar di tempat perusahaan melaksanakan kegiatan dan melakukan aktivitasnya (Untung, 2014: 17).

Menurut Nurlina dalam Narisyah (2018: 24) Keberadaan Undang-undang Nomor 25 tahun 2007 akan lebih memperkuat undang-undang terdahulu, dengan harapan dapat menarik lebih banyak investor asing. Namun hal tersebut tentunya akan tercipta apabila terdapat kepastian hukum dan jaminan keselamatan serta kenyamanan terhadap modal yang diinvestasikan terjamin.

Pasal 15 UU. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyebutkan “setiap penanam modal berkewajiban:

- a. Menetapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan

- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada badan koordinasi penanaman modal
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal, dan
- e. Mematuhi peraturan perundang-undangan.

Pasal 14 UU No. 25 Tahun 2007 ini menegaskan bahwa dalam melaksanakan penanaman modal, baik terhadap pihak penanam modal asing maupun lokal, berkewajiban memerhatikan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dan juga harus melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). prinsip GCG dan CSR dalam penanaman modal bukan merupakan suatu *responsibility* (tanggung jawab moral), tetapi sudah merupakan *liability* (kewajiban hukum). Jika hal ini tidak dilaksanakana dengan baik akan diberikan sanksi yang sudah diatur dalam pasal 34 UU. No. 25 Tahun 2007, yaitu:

1. Badan usaha atau usaha perseroan dalam pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam pasal 15 dapat dikenai sanksi administrasi berupa:
 - a. Peringatan tertulis
 - b. Pembatasan kegiatan usaha
 - c. Pembekuan kegiatan
 - d. Pencabutan kegiatan usaha dan penanaman modal.

2. Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Selain dikenal sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseroan dapat dikenal sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Pasal 15 menjelaskan setiap penanam modal berkewajiban menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal, menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal dan mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan (Untung, 2014: 20-21).

Dalam pasal 17 UU. 25 Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mengantisipasi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan penanaman modal.

Selanjutnya dalam pasal 34 UU. 25 menjelaskan *pertama* Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana

ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa: peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha atau fasilitas penanaman modal dan pencabutan kegiatan usaha atau fasilitas penanaman modal. *kedua* Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. *ketiga* Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.1.6 Sistematika Tahapan CSR

Langkah-langkah yang ditempuh untuk CSR yang sistematis dan kompleks adalah dengan melihat dan menilai kebutuhan (*need assessment*) masyarakat sekitar. Yaitu dengan cara mengidentifikasi masalah atau problem yang terjadi di masyarakat dan lingkungan, setelah itu diberikan solusi yang terbaik menurut kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini perusahaan tidak perlu melakukannya sendiri, melainkan dapat menggunakan sumber daya di luar perusahaan, misalnya merujuk perusahaan atau lembaga lain melakukan riset dasar atau base line study. Selanjutnya membuat rencana aksi, lengkap dengan anggaran, jadwal waktu, indikator untuk mengevaluasi dan sumber daya manusia yang ditunjuk untuk melakukannya. Dalam hal ini, perusahaan dapat membagi program dalam bentuk kegiatan jangka pendek, jangka menengah hingga jangka panjang. Hingga

masyarakat menjadi mandiri dalam arti yang sesungguhnya. Selain itu, monitoring juga dilakukan melalui survei maupun kunjungan langsung. Evaluasi dilakukan secara reguler dan dilaporkan, agar menjadi panduan untuk strategi atau pengembangan program selanjutnya. Selain itu evaluasi juga dilakukan dengan mencocokkan hasil evaluasi internal perusahaan dengan pihak eksternal. Di samping itu, perlu dilakukan audit sosial (*social audit*) secara objektif terhadap pelaksanaan program, untuk melihat apakah program telah tepat sasaran, serta dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, sesuai tujuan pelaksanaannya (Ambadar, 2008: 39-40).

2.1.7 CSR dan Kesejahteraan Masyarakat

Ada dua dimensi CSR, yaitu dari perspektif perusahaan dan dari perspektif masyarakat sekitar. Program CSR yang berhasil akan menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat. Kebijakan melibatkan masyarakat sekitar dalam rantai pasok, yaitu memosisikan masyarakat sebagai sumber tenaga kerja dan mitra bisnis dapat meningkatkan ketahanan dan efisiensi usaha. Adapun perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, akan diapresiasi positif oleh konsumen, pemegang saham dan masyarakat umum. Output nya bukan hanya raihan laba yang naik, namun nilai perusahaan juga mengalami peningkatan. Perusahaan yang mengabaikan aspek konversi lingkungan, bisa jadi akan dicitrakan negatif oleh masyarakat umum. Implikasinya, bisa berwujud pemboikotan terhadap produk perusahaan tersebut. Kesadaran bahwa tujuan didirikannya suatu

entitas bisnis adalah bukan semata-mata untuk mencari keuntungan. Dunia usaha juga dituntut perannya untuk ikut meningkatkan *value creation* yang dijabarkan menjadi konsep *triple bottom line* sebagaimana yang digagas oleh John Elkington (Ghani, 2016: 52-53).

Istilah *Triple Bottom Line* di populerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya *Cannibals With Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memerhatikan 3P (*Profit, people, and planet*). Selain mengejar *profit*, perusahaan mesti memerhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memerhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Laporan suatu perusahaan yang menggunakan *triple bottom line*, selain melaporkan aspek keuangan juga melaporkan aspek kepedulian sosial dan upaya pelestarian lingkungan hidup (Effendi, 2009).

2.2 Citra Perusahaan

2.2.1 Pengertian Citra Perusahaan

Kotler dan Fox menjelaskan Citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek (Sopiah, 2013). Menurut PR Smith menerangkan bahwa *Corporate Image* atau citra perusahaan adalah persepsi yang mencakup keseluruhan dari impresi visual logo sampai ke pengamatan dan pengalaman dari produk, jasa dan perilaku perusahaan secara umum. Dengan kata lain bahwa citra perusahaan adalah apa yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pendapat PR Smith mengenai citra perusahaan memberikan pengertian yang cukup luas namun fokus tertuju pada perilaku perusahaan yang nampak atau dapat dirasakan oleh masyarakat khususnya pelanggan, mulai dari gambaran logo perusahaan, sampai pada pengamatan dan penggunaan produk baik barang atau pun jasa yang ditawarkan perusahaan (Adriza, 2015).

Jefkins dalam Sudarso (2016: 51) menjelaskan citra perusahaan adalah citra yang dimiliki perusahaan atau lembaga secara keseluruhan. Citra ini terbentuk oleh riwayat keberhasilan, stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industry yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset. Definisi citra perusahaan yang diterangkan jefkins bukan hanya menyangkut prestasi dan reputasi yang diusahakan oleh perusahaan, melainkan juga termasuk

kebijakan dan komitmen perusahaan untuk terus melakukan perbaikan yang berkelanjutan.

Melalui fungsi dari ekuitas merek, dimana ekuitas merek tersebut akan semakin tinggi seiring dengan semakin tingginya dimensi-dimensi dari citra perusahaan itu sendiri, dimensi-dimensi citra perusahaan menurut Kotler dan Keller dalam Sudarso (2016: 51), diantaranya :

1. Kesadaran akan citra perusahaan (*company recognition*)
2. Kesan kualitas (*afinity*)
3. Pengenalan pada citra perusahaan (*company reputation*)
4. Kesetiaan pada perusahaan (*comapny loyalty*)
5. Asosiasi-asosiasi merek (*domain*)
6. Asset lainnya

2.2.2 Pentingnya Citra Perusahaan

Pentingnya Citra Perusahaan dikemukakan Gronroos yaitu Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal. Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya, Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Citra positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut, Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan, dan Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Citra perusahaan yang krang

jelas dan nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan (Suwandi, 2010).

2.2.3 Faktor-Faktor Pembentukan Citra Perusahaan

Andreassen dalam Sudarso (2016: 54). menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk citra perusahaan adalah:

1. *Advertising* adalah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyampaian iklan.
2. *Public Relation* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relation* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi.
3. *Physical image* adalah bukti fisik yang dapat memberikan citra diri bagi perusahaan di mata konsumennya.
4. *Actual experience* adalah pengalaman langsung dirasakan oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

2.2.4 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan

Proses terbentuknya citra perusahaan berlangsung pada beberapa tahapan. Pertama obyek mengetahui (melihat dan mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan. Kedua, memperhatikan upaya perusahaan tersebut.

Ketiga setelah adanya perhatian obyek mencoba memahami semua yang ada pada upaya perusahaan. Keempat, terbentuknya citra perusahaan pada obyek yang kemudian tahap kelima citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku obyek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan (Suwandi, 2010).

Upaya perusahaan sebagai sumber informasi terbentuknya citra perusahaan memerlukan keberadaan secara lengkap. Informasi yang lengkap dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan obyek sasaran. Reinald kasali mengemukakan pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna. Menurut Sherly Harrison 1995 informasi yang lengkap mengenai Citra Perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality*, Keseluruhan kareakteristik yang dipahami publik seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
2. *Reputation*, Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
3. *Value*, Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4. *Corporate identity*, Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan (Suwandi, 2010).

2.2.5 Hubungan Antara Penerapan Program CSR terhadap Citra Perusahaan

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. Penerapan program CSR akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan. Selama ini yang menjadi tujuan suatu perusahaan didirikan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan meningkatkan citra perusahaan yang akan menjamin pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*) bila perusahaan memberi perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar. Masyarakat juga sudah pintar dalam menilai bagaimana kontribusi suatu perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Selama ini, CSR diidentikkan dengan seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan (Susanto, 2007)

Menurut Untung dalam Prasiska (2017) CSR tidak hanya dilihat dari besarnya uang yang telah diberikan perusahaan, nilai *intangibile* juga sangat penting terkait dengan sejauh mana perusahaan aktif dan proaktif dengan lingkungan. Berdasarkan pada hal tersebut saat ini beberapa perusahaan telah melaksanakan

program CSR sebagai suatu komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam berkontribusi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dan diharapkan memperoleh dukungan dari masyarakat luas dan berdampak positif terhadap citra perusahaan.

2.3 Temuan Penelitian Terkait

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk kepada beberapa penelitian-penelitian terdahulu. Berikut ini adalah beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan Citra Perusahaan dapat diuraikan sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Fathia (2018), yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* dan bagaimana tinjauan hukum islam terhadap implementasi program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh. Penulisan skripsi ini menggunakan metode deskriptif analisis dan data-data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dinda Fathia dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang *Corporate Social Responsibility*. Perbedaannya yaitu Dinda Fathia meneliti tentang Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Dalam Perspektif Hukum Islam sedangkan penulis meneliti tentang analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra

perusahaan. Selain itu, perbedaan juga terlihat dari lokasi penelitian yaitu pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh dan Pada PT. Bank Aceh Syariah.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Narisyah (2018) bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan CSR Bank Indonesia Provinsi Aceh terhadap UMKM serta meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan data primer berupa wawancara dengan pihak Bank Indonesia Provinsi Aceh dan lembaga UMKM. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Cut Leni Narisyah dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah Cut Leni Narisyah meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Indonesia Provinsi Aceh Terhadap Program UMKM untuk Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat sedangkan penulis meneliti tentang Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan Citra Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2014) bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* yang ditinjau dari perspektif syariah pada Bank Syariah dan dampaknya terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabahnya. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan teknik wawancara kepada pihak PT. Bank BNI Syariah Cabang Makasar, Nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang

Makasar, dan beberapa data sekunder pendukung lainnya dari situs resmi entitas yang kemudian diinterpretasikan dengan prosedur *Shari'ah Enterprise Theory* dalam meningkatkan validitas dan reabilitas data.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rahmayanti (2014), yang bertujuan untuk mengetahui implementasi program CSR oleh PT. KAI (persero) Daop 6 Yogyakarta tahun 2011. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dian Rhesa Rahmayanti dengan penulis yaitu meneliti tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian, yaitu pada PT. KAI (persero) dan pada PT. Bank Aceh Syariah.

Penelitian selanjutnya George (2013) yang meneliti tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. Unit Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penentuan ini dilakukan secara *purposive sampling* dan dilanjutkan dengan *snowball sampling* yang meliputi informan yang berada di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik, khususnya bagian dari CSR dan juga informan yang berasal dari Pemerintah Provinsi

Jawa Timur, khususnya dari Biro Perekonomian, Biro Kerjasama, dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda).

Penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah (2017) bertujuan untuk menganalisis Kualitas Pelayanan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) BNI Syariah terhadap *Image* perusahaan di PT BNI Syaria Pusat, Jakarta. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *convenience sampling*, kemudian data diproses dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Persamaan penelitian Risna Nurjanah dengan penulis yaitu meneliti tentang *Corporate Social Responsibility*. Perbedaan terletak pada jenis penelitian, Risna Nurjanah menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya lainnya dilihat dari tempat penelitian, Risna Nurnajah meneliti di PT BNI Syariah pusat Jakarta sedangkan penulis di Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah. Berikut adalah tabel ringkasan dari penelitian terkait yang telah dikemukakan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Responsibility</i> Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)	data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif	CSR dalam wujud PKBL (Program Kemintraan dan Program Bina Lingkungan). Pelaksanaan PKBL berpedoman pada beberapa prinsip, yakni <i>accountability</i> (sasaran yang akan dicapai jelas), <i>Independent</i> (pengelolaan secara profesional), <i>fairness</i> (memberikan perlakuan yang sama), <i>transparancy</i> (semua proses dilakukan secara terbuka), dan <i>responsibility</i> (bertanggungjawab) Prinsip tersebut sejalan dengan pelaksanaan CSR menurut perspektif Hukum Islam yang memenuhi unsur <i>al-‘Adl</i> , <i>al-Ihsan</i> , manfaat dan amanah. Hal tersebut menunjukkan bahwa implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh sudah dapat dikatakan sesuai dengan pelaksanaan CSR dalam perspektif Hukum Islam.
2.	Narisyah (2018), Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bank Indonesia Provinsi Aceh Terhadap Program UMKM untuk Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat	Metode Kualitatif dan menggunakan data primer berupa wawancara	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa BI telah melaksanakan program tanggung jawab sosial dengan baik serta berpengaruh terhadap program UMKM untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Nama dan judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Ramadhani H. US (2014), Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah ditinjau dari perspektif syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Makasar).	Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Bank BNI Syariah Cabang Makassar telah mengimplementasikan program-program CSR yang sesuai perspektif syariah dengan mengedepankan nilai-nilai ibadah yang melingkupi beberapa aspek <i>habluminnallah</i> , <i>hablumminannas</i> , dan <i>hablum fil ardh</i> . Bentuk implementasi CSR yang sesuai dengan perspektif syariah menarik perhatian nasabah untuk tetap loyal dengan PT Bank BNI Syariah Cabang Makassar.
4.	Rahmayanti (2014), Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Membangun Reputasi Perusahaan	Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. KAI (Persero) Daop 6 Yogyakarta bervariasi dan responsif terutama untuk menanggapi kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Namun, pelaksanaan program ini masih berada dalam ranah amal dan pelayanan, bukan perwujudan dari investasi sosial.
5.	George (2013), Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif	Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah penerapan CSR PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik tidak diterapkan dengan benar. Ini disebabkan oleh beberapa kendala. Ada kurangnya komunikasi antara perusahaan internal dan eksternal bahwa pemerintah dalam hal menyediakan data yang diperlukan dalam penyusunan

Tabel 2.1-Lanjutan

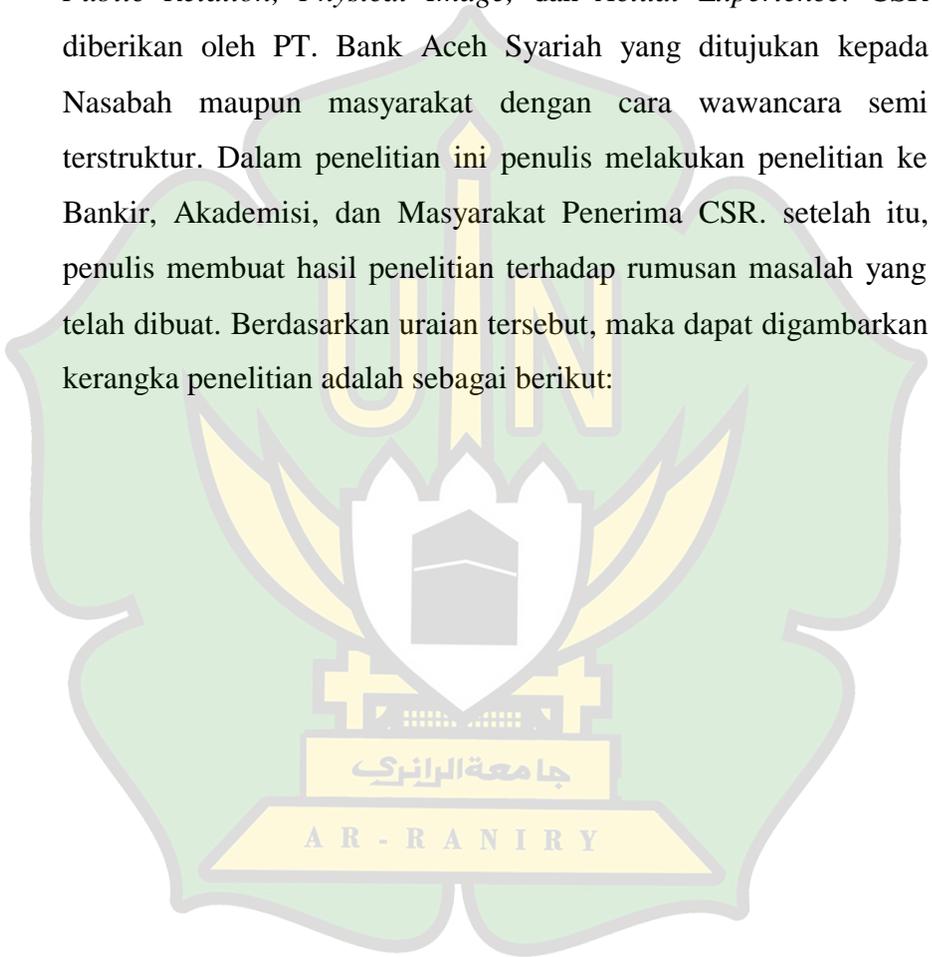
No	Nama dan judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			program CSR, kurangnya sumber daya manusia yang menerapkan program CSR, kurangnya koordinasi dan pemahaman antara pelaksana untuk menafsirkan apa arti sebenarnya CSR, terutama koordinasi dengan tingkat pemerintahan yang lebih rendah. Sehingga, diharapkan koordinasi antara PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik dan pemerintah harus ditingkatkan agar program CSR dilaksanakan dengan baik.
6.	Nurjanah (2017), Pengaruh kualitas layanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Image Company</i> di PT BNI Syariah Pusat Jakarta	Penelitian Kuantitatif dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap image perusahaan dan simultan variabel kualitas pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap image perusahaan.

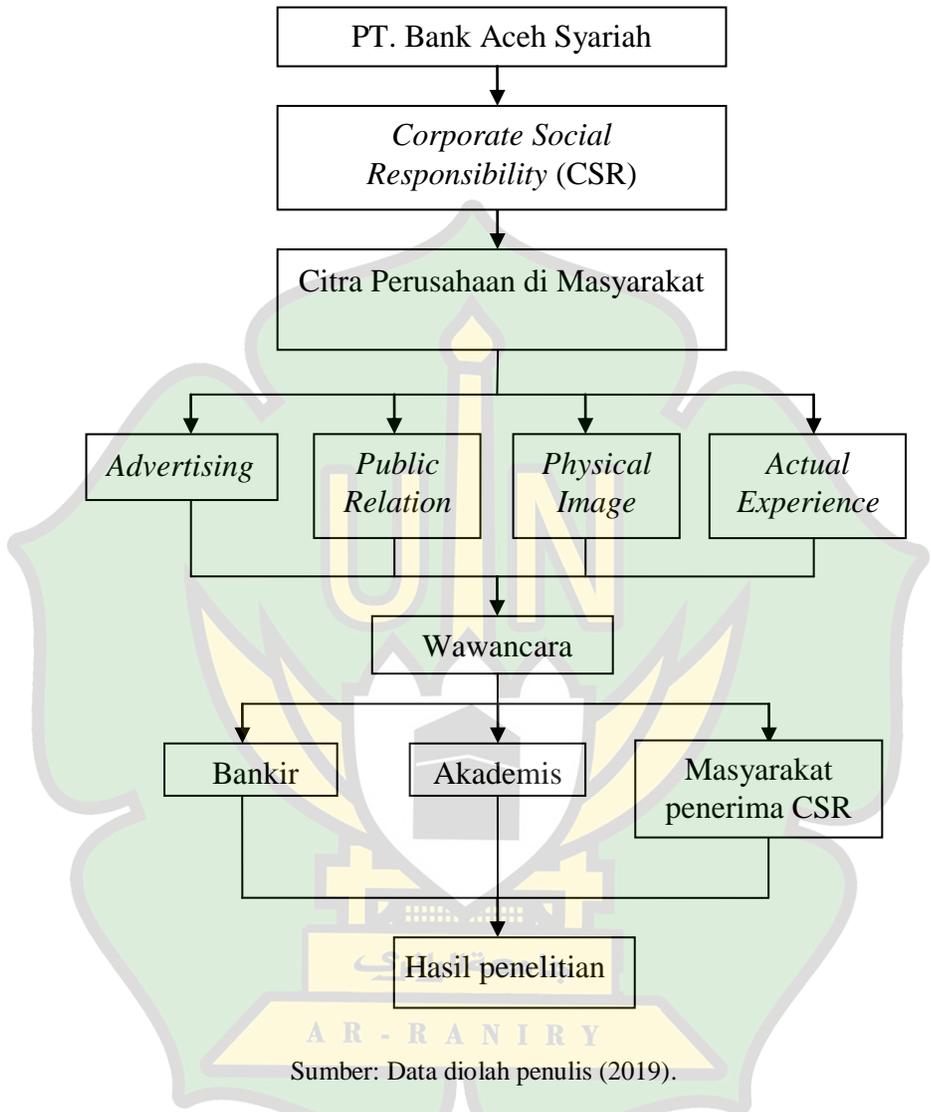
Sumber: Data diolah penulis (2019).

2.4 Kerangka Berfikir

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Aceh Syariah yang berada di Jl. Mr. Mohd. Hasan No.89, Batoh, Banda Aceh. Bank ini merupakan salah satu Bank yang ada di Aceh yang menyalurkan dana CSR untuk berbagai jenis kegiatan.

Alur pemikiran dalam penelitian ini akan melihat implementasi CSR dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Bank Aceh Syariah dengan menggunakan indikator *Advertising*, *Public Relation*, *Physical Image*, dan *Actual Experience*. CSR diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah yang ditujukan kepada Nasabah maupun masyarakat dengan cara wawancara semi terstruktur. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian ke Bankir, Akademisi, dan Masyarakat Penerima CSR. setelah itu, penulis membuat hasil penelitian terhadap rumusan masalah yang telah dibuat. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat digambarkan kerangka penelitian adalah sebagai berikut:





Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

2.5 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Pewawancara dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang telah disiapkan, dengan wawancara semi terstruktur ini setiap narasumber diberi pertanyaan yang berbeda-beda dan pengumpul data yang mencatatnya. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pihak yang ingin diwawancarai.

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk menggambarkan dan melaporkan secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai segala sesuatu yang berkaitan CSR pada PT. Bank Aceh Syariah. Tujuan Utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami pentingnya citra bagi suatu perusahaan. harapannya ialah diperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena untuk selanjutnya dihasilkan sebuah teori. Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang Analisis Implementasi CSR dalam meningkatkan citra perusahaan.

2.6 Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah apa yang akan diselidiki selama kegiatan penelitian (Fitrah & Luthfiyah, 2017: 156). Istilah objek dalam penelitian ditunjukkan pada apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapaun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah PT. Bank Aceh Syariah yang melaksanakan program CSR.

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang melakukan penelitian (peneliti), sedangkan penelitian adalah orang atau sesuatu yang diteliti (Fitrah & Luthfiyah, 2017: 152). Subjek dalam penelitian ini menunjukkan pada orang atau individu atau kelompok yang dijadikan unit atau sasaran kasus yang diteliti. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah:

1. Narasumber, Narasumber merupakan orang mengetahui secara jelas suatu informasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah:
 - a. Divisi penanggung jawab CSR di PT. Bank Aceh Syariah
 - b. Akademisi
 - c. Masyarakat penerima dana CSR
2. Dokumen, yaitu sumber data berupa tulisan yang mempunyai kaitannya dengan CSR yaitu laporan

tahunan PT. Bank Aceh Syariah, web resmi PT. Bank Aceh Syariah, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

2.7 Jenis Data dan Sumber Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara kepada pihak PT. Bank Aceh Syariah, Akademisi, dan masyarakat yang menerima dana CSR, wawancara ini berkaitan dengan topik permasalahan yang diteliti. Penulis menggunakan teknik wawancara semiterstruktur dengan daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan yang pelaksanaannya lebih bebas daripada wawancara terstruktur.
2. Data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Suliyanto, 2009). Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan data sekunder melalui buku-buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data

adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan (Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan langsung kepada objek penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data. Metode yang digunakan adalah:
 - a. wawancara, wawancara atau *interview* adalah suatu bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi (Nasution, 2008). Wawancara dalam penelitian ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang telah disiapkan oleh penulis dan diajukan kepada pihak yang menjadi objek penelitian. Jenis wawancara yang penulis lakukan yaitu wawancara semi terstruktur yang dikumpulkan melalui *interview* kepada informan.
 - b. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data berdasarkan laporan yang didapat dari perusahaan dan lembaga yang diteliti atau laporan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.
2. Penelitian kepustakaan (*library research*) yang digunakan untuk mendukung data primer, dalam penelitian ini penulis mengadakan penelitian terhadap literatur yang ada kaitannya dengan penulisan skripsi ini, berupa buku, jurnal, internet dan lainnya.

2.9 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang bisa memberikan informasi terkait dengan situasi dan kondisi latar belakang penelitian atau orang yang benar-benar mengetahui masalah yang akan diteliti (Moleong, 2000). Dalam penelitian ini, terdapat 4 instansi yang akan menjadi informan penelitian, yaitu Bankir PT. Bank Aceh Syariah, Akademisi UIN Ar-Raniry, dan Masyarakat pengguna CSR. Adapun informasi mengenai informan penelitian antara lain:

Tabel 0.1
Informan Penelitian

No	Instansi Asal Informan	Jumlah
1.	Bankir PT. Bank Aceh Syariah (Bapak Riza Syahputra selaku kabid humas)	1 orang
2.	Akademisi UIN Ar-Raniry (Bapak Muhammad Yasir Yusuf selaku dosen di FEBI)	1 orang
3.	Masyarakat Pengguna CSR (Masjid Raya Baiturrahman dan masjid Baitussalihin Ulee kareng)	2 orang

Sumber: Data diolah penulis (2019).

2.10 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah orang atau manusia yakni peneliti itu sendiri. menurut Nasution 1988 dalam (Sugiyono, 2016) menyatakan dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Pengamat atau peneliti dalam penelitian kualitatif

sangat berperan dalam proses pengumpulan data (Setiawan, 2018). Alat bantu yang digunakan dalam penelitian kualitatif berupa buku catatan, alat rekam suara (*handphone*), dan kamera (*handphone*).

Buku catatan, alat rekam suara (*handphone*), dan kamera (*handphone*) digunakan sebagai alat bantu dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, sebagai instrumen penelitian, peneliti melakukan pemahaman makna data yang peneliti peroleh di lapangan. Sebagai instrumen penelitian, maka peneliti:

1. Telah mempersiapkan rancangan penelitian, menentukan lokasi penelitian, menentukan informan, dan menyiapkan perlengkapan penelitian.
2. Terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data informasi melalui wawancara serta studi dokumentasi. Menurut Sugiyono (2016) Supaya hasil wawancara dapat terekam dengan baik, dan peneliti memiliki bukti telah melakukan wawancara kepada informan atau sumber data, maka diperlukan alat-alat sebagai berikut:
 - a. Buku Catatan, yang berfungsi untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data.
 - b. alat rekam suara (*handphone*), berfungsi untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan.
 - c. kamera (*handphone*), untuk memotret peneliti yang sedang sedang melakukan pembicaraan dengan informan/ sumber data.

3. Setelah data terkumpul peneliti melakukan *editing*, *reduksi* dan *klasifikasi* data, sekaligus melakukan perumusan kategori, memberikan *interpretasi* dan memberikan *eksplanasi* untuk menjawab masalah penelitian.

2.11 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu melihat kesesuaian antara teori dan praktik yang dijalankan oleh PT. Bank Aceh Syariah yaitu mengenai citra perusahaan dari kegiatan CSR. Adapun faktor-faktor pembentuk citra perusahaan menurut Sudarso (2016), yaitu:

1. *Advertising* adalah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyampaian iklan.
2. *Public Relation* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relation* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi.
3. *Physical image* adalah bukti fisik yang dapat memberikan citra diri bagi perusahaan di mata konsumennya.
4. *Actual experience* adalah pengalaman langsung dirasakan oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

2.12 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam suatu kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Saebani, 2008). Analisis data dalam metode kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini nasution menyatakan “analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang *grounded*”. Analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data (Sugiyono, 2016).

Setelah semua kegiatan penelitian selesai dilakukan maka langkah selanjutnya ialah melakukan analisis terhadap semua data yang diperoleh selama penelitian. Menurut Miles dan Huberman dalam Kurniawan (2014) menyatakan bahwa ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasi data kasar

dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian. Pada awal penelitian penulis melakukan kerangka konseptual, permasalahan, dan pendekatan pengumpulan data yang diperoleh. Selama pengumpulan data, penulis membuat ringkasan, kode, mencari tema-tema, menulis memo, dan lain-lain. Reduksi data merupakan bagian dari analisis, yang tidak terpisah fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan sehingga interpretasi bisa ditarik kesimpulan. Dalam proses reduksi ini peneliti benar-benar mencari data yang valid. Ketika peneliti menyaksikan keberadaan data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informasi lain yang dirasa peneliti lebih mengetahui. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dari hasil wawancara dengan devisa yang mengurus CSR pada PT. Bank Aceh Syariah, akademisi dan masyarakat yang menerima dana CSR.

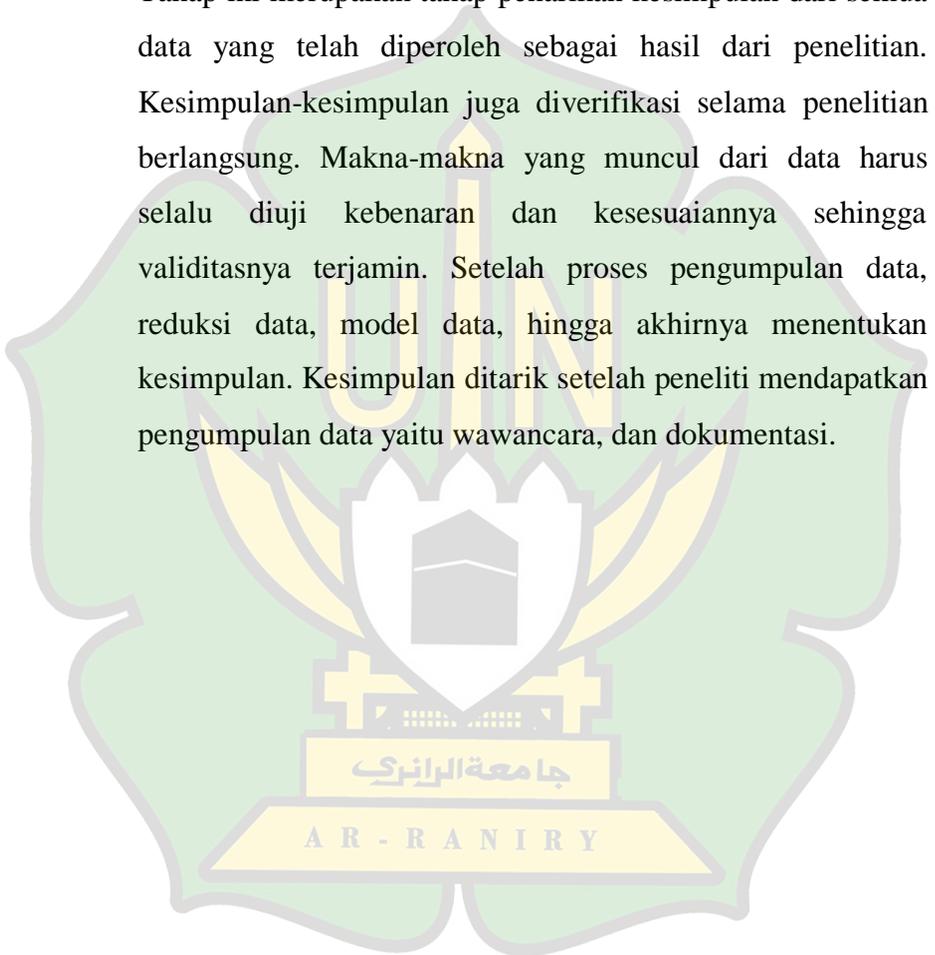
2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasi,

tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi Data

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin. Setelah proses pengumpulan data, reduksi data, model data, hingga akhirnya menentukan kesimpulan. Kesimpulan ditarik setelah peneliti mendapatkan pengumpulan data yaitu wawancara, dan dokumentasi.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah

3.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah

PT. Bank Aceh awal mulanya didirikan pada tahun 1957, dari Gagasan Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nangroe Aceh Darussalam). dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957.

Pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No.J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut. Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah

dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana. Pada tanggal 7 April 1973 Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh menetapkan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah mengadakan enam kali perubahan Peraturan Daerah (Perda), Peraturan Daerah Provinsi Daerah yang keenam tersebut tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri pada tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi berupa peningkatan permodalan bank pada tanggal 8 Februari 1999 serta menindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Pada tanggal 19 Oktober 2004 Bank memulai aktivitas perbankan syariahnya setelah menerima surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh.

Riwayat dan Perubahan Nama Serta Badan Hukum

- 19 Nopember 1958 : NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
- 6 Agustus 1973 : Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh
(BPD IA)
- 5 Februari 1993 : PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa
Aceh (PD. BPD IA)
- 7 Mei 1999 : PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa
Aceh, disingkat menjadi: PT. Bank BPD
Aceh
- 29 September 2010 : PT. Bank Aceh
- 19 September 2016 : PT. Bank Aceh Syariah (Aceh, 2012-2018).

3.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah

Bank Aceh Syariah memiliki Visi dan Misi yang menjadi pedoman dalam melaksanakan kegiatan perusahaan. Adapun visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut.

a. Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”.

b. Misi

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.

3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh (Bank Aceh, 2012-2018).

3.1.3 Profil Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah

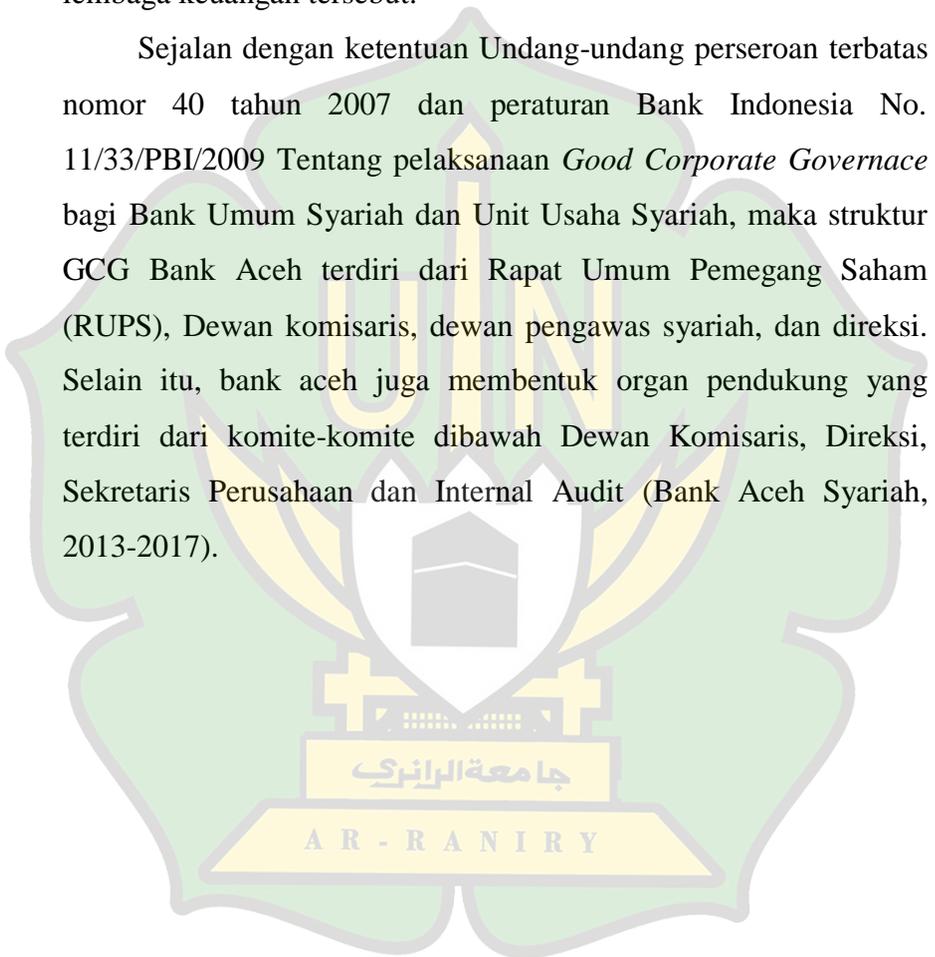
Nama	: Kantor Pusat PT. Bank Aceh Syariah.
Alamat	: Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT. Bank Aceh Syariah yang berada di Jl. Mr. Mohd. Hasan No. 89 Batoh, Lamcot, Darul Imarah, Kota Banda Aceh
Telepon	: (0651) 22966
Kode Pos	: 23245
Situs Web	: http://www.bankaceh.co.id

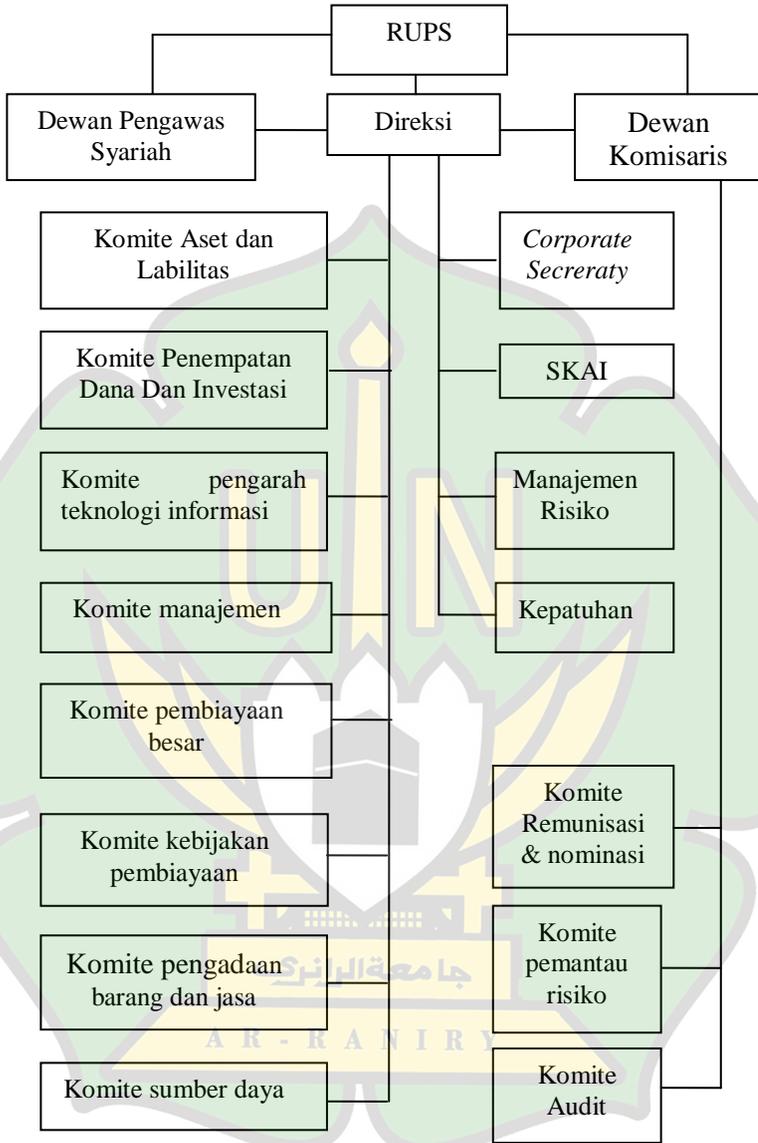
3.1.4 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah

Struktur organisasi dibangun untuk dapat mempermudah dalam melaksanakan koordinasi karena adanya keterkaitan atau hubungan antara karyawan satu dengan yang lainnya. struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan hubungan antara fungsi, posisi, maupun kedudukan, tugas dan wewenang yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. tujuan dibentuknya struktur organisasi yaitu untuk menciptakan serta meningkatkan efisiensi dan

efektivitas dari tiap karyawan serta bidang pekerjaan melalui program kerja dan kegiatan operasional yang terperinci serta jelas agar sukses demi tercapainya visi dan misi perusahaan atau lembaga keuangan tersebut.

Sejalan dengan ketentuan Undang-undang perseroan terbatas nomor 40 tahun 2007 dan peraturan Bank Indonesia No. 11/33/PBI/2009 Tentang pelaksanaan *Good Corporate Governace* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, maka struktur GCG Bank Aceh terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan komisaris, dewan pengawas syariah, dan direksi. Selain itu, bank aceh juga membentuk organ pendukung yang terdiri dari komite-komite dibawah Dewan Komisaris, Direksi, Sekretaris Perusahaan dan Internal Audit (Bank Aceh Syariah, 2013-2017).





Sumber: PT. Bank Aceh Syariah (2013-2017).

Gambar 3.1
Struktur PT. Bank Aceh Syariah

3.1.5 CSR pada PT. Bank Aceh Syariah

3.1.5.1 Struktur Organisasi Pengelola CSR

Tanggung jawab pengelolaan dan pelaksanaan kegiatan CSR Bank Aceh berada di bawah fungsi sekretaris perusahaan.

1. Penanggung jawab program CSR
 - a. Direktur utama atau pejabat direktur utama adalah sebagai penanggung jawab dalam pengelolaan dan pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR).
 - b. Dalam hal ini direktur utama tidak berada ditempat karena tugas/cuti/sakit berhalangan maka penanggung jawab pengelolaan dan pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilaksanakan secara bersama-sama oleh dua orang anggota direksi yang lain.
 - c. Divisi pembiayaan merupakan unit kerja yang membidangi pengelolaan serta pemanfaatan dan CSR Bantuan Program Kemitraan (PK)
 - d. Divisi *Corporate Secretary* merupakan unit kerja yang membidangi pelaksanaan dan pemanfaatan CSR bidang bantuan program Bina Lingkungan (BL)
2. Tugas dan Tanggung Jawab Penanggung Jawab Program CSR
 - a. Direksi mengusulkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) rencana alokasi dari penyisihan laba usaha tahunan perusahaan.

- b. Divisi mengusulkan rencana penggunaan dana dan alokasi program CSR kepada Direksi untuk mendapat persetujuan setiap tahun.
 - c. Divisi dan pelaksanaan program CSR memeriksa dan meneliti kembali permohonan kelengkapan data atau dokumen calon penerima bantuan dana program CSR yang diajukan untuk proses lebih lanjut.
 - d. Disisi dan pelaksanaan program membuat laporan dan pertanggung jawaban rencana dan realisasi secara berkala.
3. Wewenang memutuskan program CSR
- a. Kewenangan memutuskan pemberian CSR Program Kemitraan (PK) merupakan kewenangan pejabat yang ditunjuk oleh direksi
 - b. Kewenangan memutuskan pemberian CSR Program Bina Lingkungan (BL) merupakan wewenang Direksi PT. Bank Aceh Syariah, dan atau pejabat yang ditunjuk oleh direksi (Bank Aceh Syariah, 2013-2017)

3.2 Implementasi CSR PT. Bank Aceh Syariah

Pelaksanaan CSR pada PT. Bank Aceh Syariah sudah ada jauh sebelum konversinya Bank Aceh yaitu pada tahun 2008 dan terus berjalan sampai dengan saat ini. kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah sebelum dan sesudah konversi tidak mengalami perubahan karena CSR yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah tidak mengambil laba keuntungan melainkan dana

CSR berasal dari selisih laba bank yang sebelumnya dan dana CSR tidak diputar untuk mendapatkan keuntungan¹. Menurut Effendi, (2009) Manfaat dari tanggung jawab sosial yaitu perusahaan dapat tumbuh di lingkungan masyarakat, mendapatkan citra positif dari masyarakat luas, perusahaan juga dapat memperoleh akses terhadap kapital (modal), dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas, dan lainnya. hal ini sependapat dengan hasil wawancara kepada akademisi Muhammad Yasir Yusuf bahwa tujuan adanya CSR itu sendiri yaitu mendapatkan keuntungan untuk jangka panjang bagi suatu perusahaan, mendapatkan keamanan dari lingkungan masyarakatnya. Kemudian mendapatkan penghargaan dari masyarakat, pemerintah, dan nama baik atau disebut dengan citra. Tetapi pada hakekatnya, dalam islam CSR bukan hanya melaksanakan kewajiban membantu masyarakat tetapi juga bagian dari tanggung jawab kepada Allah SWT.

Pelaksanaan CSR terus dikembangkan dalam berbagai bentuk program yaitu:

1. Tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, komitmen yang dilakukan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat diwujudkan melalui program kegiatan Bina Lingkungan (BL) berupa bantuan untuk kegiatan sosial (penyediaan sarana umum kepentingan masyarakat, pembelian bahan pokok

¹ Wawancara dengan bapak Riza Syahputra selaku kabid humas PT. Bank Aceh Syariah 2 Juli 2019

makanan untuk masyarakat, korban musibah, pembangunan sarana ibadah, pelestarian lingkungan hidup, kegiatan sosial masyarakat), bantuan pendidikan, olah raga, seni budaya dan pariwisata (biaya pendidikan bea siswa pelajar/ mahasiswa s/d S1, sarana pembangunan sekolah, kegiatan akademis pelajar, kegiatan olah raga), kesehatan (pengobatan massal, penyediaan pengembangan sarana sanitasi umum, sarana prasarana kesehatan posyandu dan penyuluhan kesehatan masyarakat) dan bantuan yayasan (yayasan kesejahteraan karyawan / koperasi pegawai, kegiatan sosial HUT Bank diberikan kepada para pensiun pegawai dan bantuan bea siswa khusus untuk anak yatim/ piatu/ kurang mampu dari pensiunan pegawai/ karyawan) serta bantuan penanggulangan bencana alam dan konflik sosial.

2. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, bank aceh berkomitmen untuk menjaga kelestarian lingkungan di wilayah kerja operasional perusahaan dan meningkatkan kualitas kehidupan bumi yang berkelanjutan. Komitmen tersebut diwujudkan melalui program pelestarian dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.
3. Tanggung jawab sosial terhadap ketenagakerjaan, kesehatan, dan kecelakaan kerja. Sumber daya insani

memiliki peran penting dalam menunjang keberlanjutan kegiatan bisnis dan operasional perusahaan. Untuk melaksanakan tanggung jawab terhadap SDI, bank aceh melaksanakan komitmen mengenai aspek-aspek kesetaraan dan kesempatan kerja yang adil, pelatihan dan pengembangan pegawai, peningkatan kesejahteraan pegawai, serta upaya peningkatan pelaksanaan kesehatan dan keselamatan kerja dalam menjalankan setiap kegiatan.

4. Tanggung jawab sosial terhadap nasabah, Bank Aceh menyadari kepercayaan dan loyalitas nasabah merupakan kunci utama untuk menjadi perusahaan yang berkelanjutan di tengah ketatnya persaingan industri perbankan. Oleh karena itu, bank aceh senantiasa melakukan tanggung jawab sosial terhadap nasabah dengan melakukan penyediaan produk-produk yang andal dan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, menyediakan informasi yang jelas tentang produk dan kualitas produk, menyediakan layanan pelanggan yang mudah diakses oleh konsumen, serta melindungi privasi data/ informasi para nasabahnya. Selain itu sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap nasabah, bank aceh juga melakukan kegiatan program penanganan keluhan nasabah. Berikut tahapan penyelesaian pengaduan nasabah:

- a. Penerimaan keluhan nasabah
- b. Analisa permasalahan yang dikeluhkan oleh nasabah yang ditindak lanjut oleh bagian unit penyelesaian pengaduan nasabah (UPPN)
- c. Identifikasi alternatif solusi
- d. Penentuan solusi
- e. Implementasi solusi
- f. Penyamaan penyelesaian keluhan kepada nasabah
- g. Dokumentasi dan evaluasi seluruh keluhan yang masuk untuk kemudian ditindaklanjuti dalam bentuk perbaikan dan inovasi proses kerja sehingga mampu menghasilkan produk dan layanan yang memenuhi tuntutan bisnis dan harapan nasabah (Bank Aceh Syariah, 2013-2017).

Program tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat dalam berbagai bentuk kegiatan selain itu pelaksanaan CSR merupakan bentuk perwujudan tanggung jawab kepada masyarakat juga menumbuhkan hubungan baik sampai kelapisan masyarakat yang membutuhkan dukungan. Kegiatan tanggung jawab sosial PT. Bank Aceh Syariah merupakan refleksi keterlibatan perusahaan di dalam dan bersama masyarakat serta lingkungan operasional bank yang dapat saling menguntungkan. Oleh karena itu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan satu kesatuan dalam perwujudan kinerja bank serta bagian yang tidak terpisahkan dari

pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Bank Aceh Syariah, 2013-2017).

Berdasarkan data berupa laporan tahunan yang diperoleh dari web resmi PT. Bank Aceh Syariah bahwa bank ini memiliki kewajiban untuk menyelenggarakan CSR pada berbagai program. Kewajiban tersebut didasari oleh perusahaan dengan mengeluarkan kewajiban CSR setiap tahunnya. Pelaksanaan program CSR Bank Aceh mengacu pada peraturan perundang-undangan di Indonesia baik yang mengatur secara umum maupun khusus mengenai CSR diantaranya pasal 74 Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU PT) dan peraturan pemerintah nomor 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan serta UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal pasal 15,17 dan 34.

Pelaksanaan CSR atau tanggung jawab sosial PT. Bank Aceh Syariah disalurkan baik dalam bentuk barang dan maupun dana kemudian diserahkan secara langsung kepada penerima bantuan. Jumlah bantuan CSR yang disalurkan kepada masing-masing penerima bervariasi, untuk kantor pusat jumlah bantuan yang diberikan yaitu Rp.100 juta, Diputuskan oleh direktur utama Bila direktur utama berhalangan, maka kewenangan memutuskan diberikan kepada pejabat pengganti direktur utama bersama 1 (satu) orang anggota direksi yang lainnya. 100 juta sampai dengan 1 milyar Diputuskan oleh direktur utama bersama-sama minimal dengan 1 (satu) orang anggota direksi yang lainnya. Bila direktur utama berhalangan, maka kewenangan memutuskan diberikan

kepada pejabat pengganti direktur utama bersama-sama dengan minimal 2 (dua) orang anggota direksi yang lainnya dan diatas 1 milyar Diputuskan oleh direktur utama dengan sepengetahuan dan persetujuan seluruh anggota direksi. Untuk kantor cabang bantuan yang diberikan sampai dengan jumlah 5 juta Diputuskan oleh pimpinan cabang bersama salah satu staf (kabid umum atau kasie umum), 5 sampai dengan 15 juta Diputuskan oleh pimpinan Cabang bersama 2 (dua) orang staf kabid atau kasie (umum dan pembiayaan), dan diatas 5 juta Diajukan kepada kantor pusat untuk mendapatkan persetujuan direksi (Bank Aceh Syariah, 2013-2017). Untuk pemberian dana CSR secara minimum tidak diatur namun selama ini yang terendah berkisar 1 juta rupiah. PT. Bank Aceh Syariah sebelumnya melihat dan menganalisa berapa kebutuhan yang harus dikeluarkan dan juga berdasarkan kemampuan bank yang bersangkutan².

Pelaksanaan CSR atau tanggung jawab sosial PT. Bank Aceh Syariah diberikan kepada perorangan maupun kelompok, mulai untuk lembaga, masjid, pesantren, dayah, pelestarian lingkungan serta olah raga dan lainnya. pelaksanaan CSR untuk masjid sudah disalurkan baik ke-provinsi maupun kabupaten kota, untuk provinsi bank aceh memberikan CSR kepada Masjid Raya Baiturrahman sedangkan untuk kabupaten kota diberikan kepada masjid Agung Al-makmur, masjid Baitussalihin Ulee kareng dan

² Wawancara dengan bapak Riza Syahputra selaku kabid humas PT. Bank Aceh Syariah pada tanggal 2 Juli 2019

masjid lainnya yang ada dikabupaten dimana PT. Bank Aceh Syariah berada karena bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Untuk masjid Raya Baiturrahman bantuan yang diberikan yaitu mobil pembersih lantai pada tahun 2017 dan pada tahun 2019 PT. Bank Aceh Syariah memberikan bantuan dana sebesar 40 juta. Sedangkan untuk masjid Agung Al-makmur diberikan alat penyedot ambal dan bantuan untuk ramadhan yang biasanya dilakukan dalam bulan ramadhan berbentuk qiyamul lail, dan buka puasa bersama. Untuk masjid Baitussalihin diberikan uang pada saat bulan ramadhan yang digunakan untuk kegiatan sosial masyarakat di masjid. Selain itu jam waktu shalat juga diberikan kepada beberapa masjid³.

Kemudian dalam pelaksanaan CSR PT. Bank Aceh Syariah memiliki tata cara pengusulan dalam pemberian atau penyaluran bantuan sosial. Pertama partisipatif yaitu dengan memberdayakan potensi daerah yang ada agar dapat meningkatkan kemampuan, penghasilan dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Bank aceh juga melakukan evaluasi dan monitoring atas program-program CSR yang telah dilakukan agar program-program CSR tersebut dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Bank Aceh Syariah, 2013-2017). Kedua pihak luar melakukan permohonan kepada PT. Bank Aceh Syariah untuk memberikan bantuan,

³ Wawancara dengan bapak Riza Syahputra selaku kabid humas PT. Bank Aceh Syariah pada tanggal 2 Juli 2019

permohonan tersebut diterima dan ditindak lanjuti untuk diteliti dan dianalisa⁴.

Implementasi CSR Bank Aceh melalui pelaksanaan program pelibatan dan pengembangan masyarakat (*Community Involvement & Development*) CID yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri dan berkembang secara berkelanjutan. Total dana CSR dari tahun 2013-2017 yang telah disalurkan sebagai berikut :

Tabel 4.1
Dana CSR PT.Bank Aceh Syariah

No	Tahun	Program	Besar Bantuan
1.	2013	Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp85.000.000
		Bantuan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan	Rp1.444.918.000
		Bantuan penanggulangan musibah bencana alam	Rp970.000.000
		Bantuan fakir miskin	Rp230.200.000
		Total	Rp2.730.118.000
2.	2014	Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp7.181.110.000
		Bantuan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan	Rp1.150.820.000
		Bantuan penanggulangan musibah bencana alam	Rp462.000.000
		Bantuan fakir miskin	Rp134.400.000
		Total	Rp8.928.330.000
3.	2015	Bantuan untuk kegiatan sosial	Rp1.441.905.000
		Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp222.000.000

⁴ Wawancara dengan bapak Riza Syahputra selaku kabid humas PT. Bank Aceh Syariah pada tanggal 2 Juli 2019

Tabel 4.1-Lanjutan

No	Tahun	Program	Besar Bantuan
		Bantuan untuk kesehatan pengobatan massal	Rp469.940.000
		Total	Rp2.763.929.000
4.	2016	Bantuan untuk kegiatan sosial	Rp16.280.736.500
		Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp706.550.000
		Bantuan untuk kesehatan	Rp754.155.000
		Bantuan yayasan	Rp437.600.000
		Total	Rp18.179.041.500
5.	2017	Bantuan untuk kegiatan sosial	Rp4.916.914.263
		Bantuan untuk kegiatan pendidikan	Rp505.750.000
		Bantuan untuk kesehatan	Rp62.400.000
		Bantuan yayasan	Rp638.425.000
		Total	Rp6.123.489.263

Sumber: Laporan Tahunan PT. Bank Aceh Syariah (2013-2017).

Dalam penyaluran bantuan dana *corporate social responsibility* (CSR) PT. Bank Aceh Syariah tidak dibenarkan diberikan kepada kegiatan yang dilarang oleh pemerintah yaitu:

1. Partai politik dana atau kegiatan yang bersifat politik untuk kepentingan partai dan atau golongan politik tertentu.
2. Kegiatan-kegiatan yang bertentangan dengan ideologi dan dasar Negara Republik Indonesia
3. Kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh pemerintah
4. Kegiatan-kegiatan yang bertentangan dengan ketentuan hukum dan syariat islam
5. Lembaga/institusi, kelompok/ organisasi masyarakat dan atau individu yang berdasarkan penilaian bank tidak kooperatif

terhadap visi dan misi perusahaan (Bank Aceh Syariah, 2013-2017).

Oleh karena itu, dengan beberapa pelaksanaan yang telah diatur oleh PT. Bank Aceh Syariah menjadi suatu proses yang terarah dalam menyalurkan bantuan kepada masyarakat dengan berbagai kepentingan dan kebutuhan. Dan dengan adanya CSR dalam suatu perusahaan khususnya PT. Bank Aceh Syariah dapat memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan, karena secara tidak langsung masyarakat akan mempromosikan Bank Aceh dan ini lebih efektif dari pada pasang baliho⁵.

3.3 Implementasi CSR dalam meningkatkan Citra Perusahaan PT. Bank Aceh Syariah

Menurut Undang-Undang RI No. 40 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 (3) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan CSR adalah “komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam membangun ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan, komunitas, maupun masyarakat pada umumnya”. Pandangan terhadap CSR ada dua yaitu CSR berdasarkan padangan Islam dan CSR berdasarkan pandangan Barat.

CSR Berdasarkan padangan Barat, menurut Elkingston menyebutkan bahwa CSR adalah sebuah konsep bagi organisasi

⁵ Wawancara dengan bapak Riza Syahputra selaku kabid humas PT. Bank Aceh Syariah pada tanggal 2 Juli 2019

khususnya perusahaan, mempunyai kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, pekerja, pemegang saham, masyarakat, lingkungan sekitar dalam seluruh aspek operasionalnya. Kewajiban ini berlaku secara luas di luar kewajiban yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang. Sedangkan Konsep pembangunan perspektif islam adalah bersifat komprehensif dan menyatu. Pembangunan persektif islam mengoptimalkan faktor kesejahteraan manusia, akhlak dan kebendaan, fisik dan mental, ekonomi dan sosial. Islam menentang kekufuran dan kezaliman, sebaliknya mengajukan kesyukuran dan keadilan. Berlandaskan konsep tersebut, islam memandang bahwa sebuah perusahaan harus menjalankan aktivitasnya tidak saja dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi yang terpenting adalah untuk kesejahteraan dan kemakmuran bersama. (Yusuf, 2017).

Dalam pengimplementasian CSR, PT. Bank Aceh Syariah terus melakukan program-program sosial untuk penguatan ekonomi masyarakat. Banyak kegiatan sosial yang telah dan akan terus dilakukan oleh bank aceh (Bank Aceh Syariah, Seuramoe Edisi 6). Pada penelitian ini peneliti memilih dua masjid yang telah mendapatkan bantuan CSR dari PT. Bank Aceh Syariah. dua masjid tersebut yaitu masjid Raya Baiturrahman dan masjid Jamik Baitusshalihin Ulee kareng.

1. Masjid Raya Baiturrahman

Masjid Raya Baiturrahman merupakan masjid yang berada di Pusat kota Banda Aceh, masjid ini merupakan masjid kebanggaan masyarakat Aceh. Keindahan masjid ini menjadikan tujuan bagi wisata baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Aceh. Masjid ini dibangun oleh Sultan Iskandar Muda Mahkota Alam pada tahun 1612 M. Masjid Raya Baiturrahman merupakan sebagai simbol perjuangan masyarakat Aceh, di zaman perang masjid ini pernah dibakar oleh penjajah Belanda. Setelah mengalami beberapa kali kerusakan akibat pembakaran oleh penjajah Belanda dan bencana tsunami setinggi 21 meter penghantam pesisir Banda Aceh pada 26 desember 2004, masjid ini merupakan bangunan yang selamat meskipun terjadi kerusakan di beberapa bagian masjid. Masjid Raya Baiturrahman terus mengalami perbaikan dan renovasi hingga saat ini.

Gubernur Aceh Zaini Abdulah meresmikan dimulainya proyek perluasan Masjid Raya Baiturrahman, Banda Aceh, renovasi yang dibangun 12 unit payung elektrik, *basement* tempat parkir kendaraan roda 2 dan roda 4, tempat wudhu dan perbaikan beberapa interior bangunan. Selain itu juga dibangun basement areal parkir bawah tanah dengan luas $8.600 m^2$. Area ini dapat menampung 254 unit mobil dan 347 sepeda motor. Di lantai dasar, dibangun tempat wudhu dan toilet ramah difabel. Disekeliling masjid ditanam 32 pohon kurma yang menyerupai Masjid Rasul di Madinah. Masjid Raya Baiturrahman juga menjadi kompleks pusat

beragam aktivitas yang mendukung fungsi masjid sebagai sentral kegiatan umat dalam pengembangan ilmu agama Islam (Nizar, 2017).

Untuk menjaga kebersihan Masjid Raya Baiturrahman dengan lahan yang luas perlu dilakukan pembersihan secara ekstra, karena mengingat pengunjung yang terus berdatangan. Masjid ini harus tetap bersih. Dengan lahan yang begitu luas pembersihan harus dilakukan secara efektif. Pada tahun 2017 PT. Bank Aceh Syariah memberikan bantuan mobil pembersih lantai dari dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk menjaga kebersihan Masjid Raya Baiturrahman. Pak Hamdan Syamruri mengatakan dampak dari adanya bantuan yang diberikan terutama mobil pembersih lantai membantu pekerja dalam membersihkan lingkungan Masjid Raya Baiturrahman mulai dari dalam masjid, luar masjid, dan lantai dasar. Pak Hamdan Syamsuri menganggap dengan adanya bantuan ini pekerjaan yang dilakukan bisa lebih merata dan lebih efektif dibandingkan bekerja secara manual. Dengan demikian, bertambahnya jumlah pengunjung Masjid Raya Baiturrahman tidak menghalangi pekerja untuk melakukan pembersihan sehingga kebersihan tetap terjaga hal ini berpengaruh pada kenyamanan pengunjung yang dapat meningkatkan jumlah pengunjungnya. PT. Bank Aceh Syariah juga mendatangkan teknisi untuk melatih petugas Masjid Raya Baiturrahman tentang cara penggunaan dan perawatan mobil pembersih lantai (Bank Aceh Syariah, Seuramoe Edisi 21).

PT. Bank Aceh Syariah sebelumnya juga pernah memberikan bantuan berupa uang kepada masjid ini tepatnya pada tahun 2016. Untuk tahun ini PT. Bank Aceh Syariah juga memberikan bantuan berupa dana sejumlah 40 juta untuk keperluan masjid. Sebelumnya pengurus Masjid Raya Baiturrahman mengajukan surat permohonan yang ditanggapi dengan proposal yang berisi mengenai berapa jumlah dana yang diperlukan setelah diproses selanjutnya pihak PT. Bank Aceh Syariah datang ke Masjid Raya Baiturrahman untuk menyerahkan bantuan berupa dana secara langsung kepada pengurus. Hal ini ditandai apabila bantuan yang diberikan berupa barang, maka barang tersebut akan diberikan logo PT. Bank Aceh Syariah, jika bantuan yang diberikan berupa dana atau uang maka saat penyerahan ada simbol yang bertuliskan jumlah dana yang diterima dan dilanjutkan dengan foto bersama. Selain itu ada nota dan kuitansi yang dilengkapi dengan bukti-bukti dan dokumen lengkap⁶.

2. Masjid Jamik Baitusshalihin

Masjid Jamik Baitusshalihin dibangun pada tahun 1980 oleh masyarakat dalam wilayah kecamatan Ulee Kareng kota Banda Aceh dan sekitarnya. Masjid ini berdiri di atas tanah wakaf masyarakat dengan luas tanah $9.815 m^2$, dan masjid direkonstruksi

⁶ Wawancara dengan Drs. H. Hamdan Syamsuri selaku kepala Sekretariat Masjid Raya Baiturrahman pada tanggal 5 Juli 2019

ulang pada tahun 2007 dengan luas bangunan masjid sekarang $2.700 m^2$. Bangunan masjid yang terdiri dari dua lantai ini sanggup menampung jamaah sebanyak ± 2.500 orang.

Di masjid ini banyak diadakan kegiatan-kegiatan kemakmuran masjid, diantaranya pendidikan formal dan pendidikan non-formal. Adapaun pendidikan formal yang bernaung di bawah masjid yaitu TKIT Baitussalihin, sedangkan pendidikan non-formal yaitu TPA Baitussalihin dan lembaga Tahfidz Al-Qur'an majlis ta'lim bagi ustazah TPA dan remaja putri serta ibu-ibu dalam kecamatan Ulee Kareng dan sekitarnya. Selain itu juga ada penyuluhan kesehatan, pemeriksaan kesehatan gratis yang bersifat tentatif dan kegiatan pernikahan serta kegiatan operasi oleh BULOG dan bazar.

Disamping itu juga ada berbagai kegiatan ta'mir masjid seperti pengajian umum sesudah magrib yang diadakan tiga kali dalam sepekan pada malam Selasa ada pengajian *tasawuf/* akhlaq, pada malam Rabu pengajian tafsir dan pada malam Kamis pengajian fiqh serta ada kajian rutin setiap subuh *ahad*. Kegiatan rutin lainnya adalah kegiatan penyembelihan qurban dan penyaluran daging qurban untuk jamaah masjid dan warga berdomisili di sekitar Masjid Baitussalihin.

Pada tahun 2017 masjid ini pertama kali mendapatkan bantuan CSR berupa dana sebesar 2 juta yang dipergunakan untuk membuat kegiatan subuh dengan jamuan besar. ditahun 2018 juga diberikan dana melalui proposal yang diajukan oleh pihak Masjid

Baitussalihin, pada saat itu masjid ini diberikan dana melalui proposal yang digunakan untuk kegiatan safari subuh gabungan sebesar 30 juta, kemudian di tahun 2019 juga diberikan bantuan dalam bentuk uang sebesar 30 juta cash. Dan sudah dipergunakan untuk kegiatan sosial yang bertepatan pada bulan ramadhan. Di masjid diadakan buka puasa bersama dengan jama'ah masjid para musafir, jadi dipergunakan untuk acara buka puasa bersama dengan masyarakat dan jamaah tetap masjid⁷.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, Sekretaris Masjid Baitussalihin mengatakan PT. Bank Aceh Syariah telah memberikan bantuan yang dipergunakan untuk berbagai kepentingan masyarakat terutama untuk kegiatan sosial. dari bantuan yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah sangat besar manfaatnya dan sangat membantu kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Masjid sehingga berdampak bagi jamaah. Seperti bantuan yang digunakan untuk berbuka puasa dampaknya jamaah bisa dapat merasakan dan menikmati buka puasa bersama.

Bantuan yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah dari tahun 2017 sampai dengan 2019 semua berbentuk dana, bantuan ini hanya digunakan khusus untuk kegiatan sosial dan untuk kemakmuran masjid. Muhammad Daniala mengatakan dana ini tidak di gunakan untuk pembangunan karena untuk pembangunan ada dana khusus dari anggaran APBA, jadi pembangunan masjid

⁷ Wawancara dengan Muhammad Daniala selaku sekretaris umum masjid Baitussalihin pada tanggal 6 Juli 2019

khusus dari dana pembangunan dan dana dari CSR khusus untuk kegiatan sosial.

Muhammad Yasir Yusuf selaku akademisi mengatakan Bantuan yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah kepada penerima jika dilihat dari alat ukur CSR Barat maka dana yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah sudah tepat, karena Bank aceh sudah melaksanakan kewajibannya sesuai dengan Undang-undang yang tertera, akan tetapi jika dilihat dari segi I-CSR maka belum bisa dikatakan tepat, karena I-CSR bukan hanya sekedar bantu-bantu dan bahkan memiliki maksud dan tujuan serta mengharapkan imbalan dari orang lain karena kewajiban dalam islam tidak hanya sebatas itu bukan *take and give* “saya kasih saya akan dapat” yang selama ini dia ingin dikatakan banknya bagus, Bank mempunyai kepedulian. Dana CSR yang ada di bank syariah bukan juga disebut dana zakat. Konsep barat memenuhi kewajiban terhadap undang-undang dan itu sudah dilakukan, Bank sudah memberikan uangnya. Akan tetapi ini belum bisa menyelesaikan masalah kaum muslimin. perusahaan tidak mau tahu bagaimana cara mendapatkan uang yang terpenting bagi perusahaan ialah mendapatkan keuntungan. Tetapi dalam konsep islam tidak, perlu adanya tanggung jawab untuk menjaga apa yang telah Allah titipkan. Jadi perusahaan yang bergerak atas dasar islam itu tidak tepat. Karena pertanggung jawabannya tidak hanya kepada manusia saja melainkan kepada Allah SWT, dan ini tidak ada dalam konsep CSR tuturnya.

Bantuan yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah sudah dikatakan tepat karena mengacu pada Undang-Undang. PT. Bank Aceh Syariah sudah menyalurkan dana sosialnya sesuai dengan undang-undang yang berlaku dan bantuan ini sangat membantu masyarakat yang menerima dana CSR terutama pada Masjid Raya Baiturrahman dan Masjid Baitussalihin yang langsung menerima dan merasakan manfaatnya. Bantuan CSR dari PT. Bank Aceh Syariah ini juga dapat diketahui bahwasannya mampu mengembangkan kegiatan masjid lebih baik. Hal ini ditandai dengan adanya kegiatan tambahan yang dilakukan dari bantuan yang diberikan.

Selain itu berdasarkan dimensi CSR, yaitu dari perspektif perusahaan dan dari perspektif masyarakat sekitar. Program CSR yang berhasil akan menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat. Kebijakan melibatkan masyarakat sekitar dalam rantai pasok, yaitu memposisikan masyarakat sebagai sumber tenaga kerja dan mitra bisnis dapat meningkatkan ketahanan dan efisiensi usaha. Adapun perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, akan diapresiasi positif oleh konsumen, pemegang saham dan masyarakat umum. Outputnya bukan hanya raihan laba yang naik, namun nilai perusahaan juga mengalami peningkatan (Ghani, 2016).

Hal ini dibuktikan dari pemberian CSR yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah mendapatkan pujian dari gubernur Aceh

pada tahun 2017, Irwandi Yusuf mengatakan perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Aceh untuk meniru PT. Bank Aceh Syariah dalam penyaluran dana CSR. Selama ini PT. Bank Aceh Syariah rutin dalam menyalurkan dana CSR ke berbagai sektor. Gubernur Irwandi Yusuf juga menyampaikan apresiasi kepada direktur utama PT. Bank Aceh Syariah dan seluruh jajaran yang peduli dengan dana CSR (Bank Aceh Syariah, Seuramoe Edisi 21). Selain itu apresiasi juga didapatkan dari Pemkab Aceh Tamiang mengenai kepedulian PT. Bank Aceh Syariah untuk membangun daerah melalui penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) Untuk berbagai fasilitas umum (Bank Aceh Syariah, Seuramoe Edisi 24). Bantuan berbentuk khitanan bagi 400 anak yatim dan fakir miskin pada tahun 2015 di taman sari Banda Aceh yang merupakan salah satu rangkaian kegiatan HUT PT. Bank Aceh Syariah bantuan ini merupakan program yang didanai melalui dana CSRnya. Dengan adanya bantuan ini orang tua atau wali peserta khitan merasa sangat terbantu. Murniati yang merupakan salah satu orang tua peserta khitanan mengatakan “tidak mudah bagi orang tua untuk mengkhitankan anaknya karena butuh biaya, jangankan untuk khitanan anak-anak, untuk makan sehari-hari saja susah. Dengan cara ini telah mempermudah kami untuk menjalankan syariat mengkhitankan anak kami. Semoga acara ini diberkati dan kebaikan bank aceh dibalas oleh Allah SWT” tuturnya (Bank Aceh Syariah, Seuramoe Edisi 6).

Hal ini menyebabkan timbulnya citra perusahaan, seperti yang dijelaskan Suwandi (2010) Proses terbentuknya citra perusahaan berlangsung pada beberapa tahapan. Pertama obyek mengetahui (melihat dan mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan. Kedua, memperhatikan upaya perusahaan tersebut. Ketiga setelah adanya perhatian obyek mencoba memahami semua yang ada pada upaya perusahaan. Keempat, terbentuknya citra perusahaan pada obyek yang kemudian tahap kelima citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku obyek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan.

Adapun faktor-faktor pembentuk citra perusahaan menurut Sudarso (2016), yaitu:

1. *Advertising* adalah keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyampaian iklan. Dapat dilihat dari pengajuan proposal yang di ajukan pihak luar untuk mendapatkan CSR. Artinya pihak luar mengetahui program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah.
2. *Public Relation* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relation* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihal luar

organisasi. CSR yang disalurkan PT. Bank Aceh Syariah sudah terealisasi selama 11 tahun yaitu dari tahun 2008 sampai dengan sekarang yang bertujuan untuk membantu masyarakat sekitar.

3. *Physical Image* adalah bukti fisik yang dapat memberikan citra diri bagi perusahaan di mata konsumennya. Bukti fisik penyaluran CSR dalam penelitian ini yaitu mesin pembersih lantai yang ada pada Masjid Raya Baiturrahman yang berfungsi membersihkan lingkungan area Masjid Raya Baiturrahman.
4. *Actual Experience* adalah pengalaman langsung dirasakan oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Masjid Raya Baiturrahman dan Masjid Baitussalihin merupakan salah satu penerima dana CSR dari PT. Bank Aceh Syariah yang merasa terbantu dengan adanya CSR yang diberikan dapat menunjang efektifitas pekerjaan yang berdampak bagi para jamaahnya.

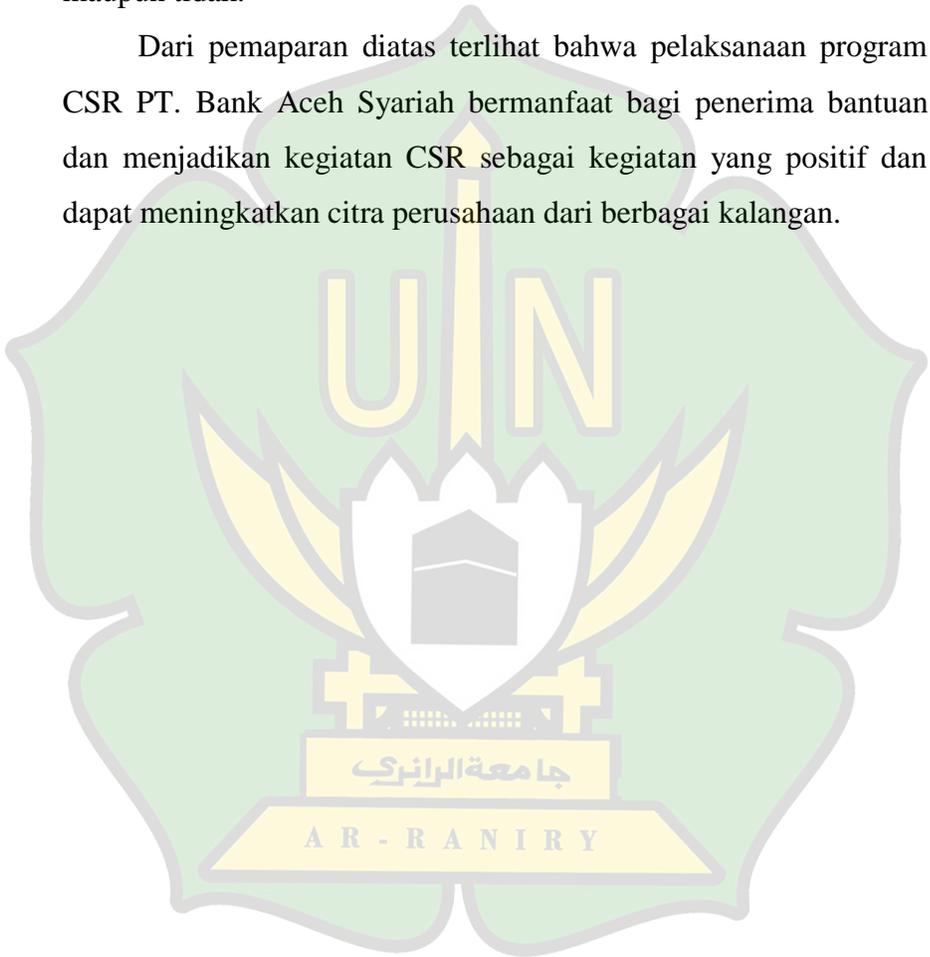
Dilihat dari beberapa hasil penelitian yang meneliti mengenai CSR dalam berbagai pandangan. Seperti Fathia (2018) yang meneliti mengenai Implementasi Program CSR Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh) Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh sudah dapat dikatakan sesuai dengan pelaksanaan CSR dalam perspektif Hukum Islam. Narisyah (2018)

yang meneliti tentang Pengaruh CSR Bank Indonesia Provinsi Aceh Terhadap Program UMKM untuk Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat. Hasil penelitian yang ia lakukan bahwa BI telah melaksanakan program tanggung jawab sosial dengan baik serta berpengaruh terhadap program UMKM untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sekitar. Ramadhani H. US (2014), dengan penelitian tentang Implementasi CSR terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah ditinjau dari perspektif syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BNI Syariah Cabang Makassar). Bentuk implementasi CSR yang sesuai dengan perspektif syariah menarik perhatian nasabah untuk tetap loyal dengan PT Bank BNI Syariah Cabang Makassar. Namun penelitian yang dilakukan oleh George (2013) tentang Implementasi CSR di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik. hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CSR PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik tidak diterapkan dengan benar, Ini disebabkan oleh beberapa kendala yaitu kurangnya komunikasi antara perusahaan internal dan eksternal bahwa pemerintah dalam hal menyediakan data yang diperlukan dalam penyusunan program CSR, kurangnya sumber daya manusia yang menerapkan program CSR, kurangnya koordinasi dan pemahaman antara pelaksana untuk menafsirkan apa arti sebenarnya CSR, terutama koordinasi dengan tingkat pemerintahan yang lebih rendah.

Oleh karena itu, pelaksanaan CSR harus dilaksanakan dan diperhatikan dengan sebaik mungkin. Karena kegiatan CSR

merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan didalam suatu perusahaan dan berdampak pada perusahaan itu sendiri maupun pada pihak luar yang berhubungan langsung dengan perusahaan maupun tidak.

Dari pemaparan diatas terlihat bahwa pelaksanaan program CSR PT. Bank Aceh Syariah bermanfaat bagi penerima bantuan dan menjadikan kegiatan CSR sebagai kegiatan yang positif dan dapat meningkatkan citra perusahaan dari berbagai kalangan.



BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah telah dilaksanakan dengan baik. CSR PT. Bank Aceh Syariah pertama kali ada pada tahun 2008 dan terus berjalan hingga saat ini. Bantuan yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah berbentuk dana maupun barang dan disalurkan tanpa mengharapkan imbalan dari dana yang diberikan. Mekanisme Pelaksanaan CSR PT. Bank Aceh Syariah dapat dilakukan baik dengan pengajuan proposal maupun inisiatif dari pihak perusahaan. Dana yang diberikan kepada masing-masing penerima bantuan bervariasi, dilihat dari kebutuhan dan urgensi penerima bantuan.
2. Tanggung jawab sosial PT. Bank Aceh Syariah mampu memberikan manfaat besar kepada penerima CSR. Dengan pemberian CSR tersebut penerima merasa terbantu, khususnya dalam meningkatkan efektivitas kegiatan yang diberikan PT. Bank Aceh Syariah berupa barang maupun dana bagi penerima serta dapat dirasakan oleh banyak pihak dan dengan adanya program CSR

dapat meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari terpenuhinya indikator pembentuk citra perusahaan yaitu *Advertising*, *Public Relation*, *Physical image*, dan *Actual experience*.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Sumber dalam penelitian ini hanya empat informan yaitu Bankir PT. Bank Aceh Syariah, Akademisi UIN Ar-Raniry, Masjid Raya Baiturrahman, dan Masjid Baitussalihin. Sedangkan masih banyak informan lainnya yang dapat menjadi sumber dalam penelitian ini salah satunya yaitu Masjid Agung Al-Makmur.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan wawancara terkadang jawaban yang diberikan informan terlalu singkat dari harapan peneliti.

4.3 Saran

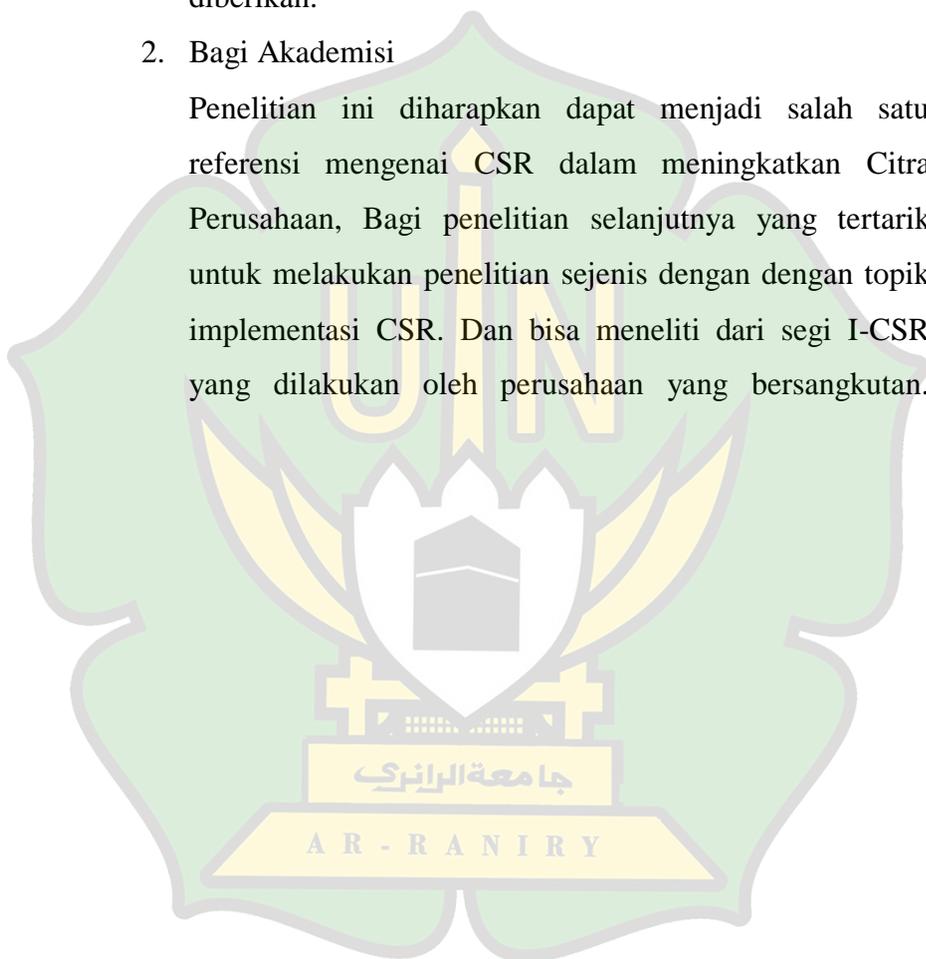
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disampaikan beberapa saran yang bisa menjadi masukan, antara lain:

1. Bagi Perbankan
Sejauh ini PT. Bank Aceh Syariah sudah baik dalam menjalankan kegiatan CSRnya. Akan tetapi alangkah

lebih baik apabila sebelum melakukan penyaluran dana di tinjau kebutuhan yang sesuai dan juga melakukan diskusi bersama penerima bantuan terkait bantuan yang diberikan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai CSR dalam meningkatkan Citra Perusahaan, Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis dengan dengan topik implementasi CSR. Dan bisa meneliti dari segi I-CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Tejemahan.

Bank Aceh. (2012-2018). *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dipetik Maret jum'at, 2019, dari http://www.bankaceh.co.id/?page_id=120.

Bank Indonesia. (2013). *Perbankan syariah*. Dipetik Maret minggu, 2019, dari <https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Contents/Default.aspx>.

Adriza. (2015). *Membangun Citra lembaga perguruan tinggi yang berbasis vokasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Ambadar, J. (2008). *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Cahya, B. T., & Hanifah, U. (2016). Meretas Aktualitas Islamic Social Report: sebagai Corporate Social Responsibilities Framing Berbasis Syariah (dalam pendekatan filosofis). *BISNIS, Vol.4, No. 1, Juni 2016*, 1-20.

Effendi, M. A. (2009). *The Power Of Good Corporate Governance Teori Dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Eka, N. (2016). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Lafarge Cement Indonesia dalam Pemberdayaan Masyarakat Lhoknga-Leupung dalam tinjauan masalah. *Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 19-21.

Ekonomi, I. (2016, 10). *Pengertian CSR (Corporate Social Responsibility)*. Dipetik April 11, 2019, dari www.ilmu-ekonomi-id.com: <https://www.ilmu-ekonomi->

id.com/2016/10/pengertian-csr-manfaat-fungsi-contoh-csr-perusahaan.html.

Fathia, D. (2018). Implementasi Program Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh). *Skripsi*, 1-65.

Febriana Permata Puteri. (2012), Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Mempertahankan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif Di PT. Angkasa Pura 1 Adisutjipto Yogyakarta Pada Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan). *Skripsi*.

Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*. Jawa Barat: CV Jejak.

Fitriani, P. (2012). Pengaruh Kegiatan CSR Terhadap Citra Perusahaan Studi pada Program Beasiswa Unggulan CIMB Niaga 2011. *Skripsi* , 1-100.

George, R. (2013). Implementasi Corporate Social Responsibility di PT. Pembangkit Jawa Bali Unit Pembangkit Gresik. *Kebijakan dan Manajemen Publik Volume 1, Nomor 1, Januari 2013* , 157-165.

Ghani, M. A. (2016). *Model CSR Berbasis Komunitas integrasi penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan korporasi*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Gunawan, A. (2014). *Membuat program CSR berbasis pemberdayaan partisipatif*. Yogyakarta: CV Garuda Mas Sejahtera.

Kharisma, I., & Mawardi, I. (2014). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Bumi Lingga Pertiwi di Kabupaten Gresik. *JESTT Vol 1. No 1. Januari 2014* , 36-63.

- Kurniawan, A. (2014). *Metode riset untuk ekonomi dan bisnis islam*. Bandung: Alfabeta.
- Masjid Baitussalihin. *Profil masjid Baitussalihin*. Ulee Kareng, Banda Aceh: Masjid Baitussalihin.
- Moleong, I. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Muslim, S. (2012). *Ensiklopedia Hadist 4 sahih Muslim 2*. Jakarta: Almahira.
- Narisyah, C. L. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Indonesia provinsi Aceh terhadap Program UMKM untuk Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat. *Skripsi*, 24.
- Nasution. (2008). *Metode Research*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nizar, M. (2017). *Masjid Raya Baiturrahman*. Banda Aceh: media.acehprov.go.id.
- Nurjanah, R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Image Perusahaan. *Skripsi*. 1-113.
- OJK. (2018). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah*. Jakarta: OJK.
- *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*. Jakarta: OJK.
- Poerwopoespito, O. S. (2010). *Meggugah mentalis profesional dan pengusaha indonesia*. Grasindo.
- Prasiska, P. N. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal bisnis dan ekonomi*, Vol. 24 No 1. 43-49.

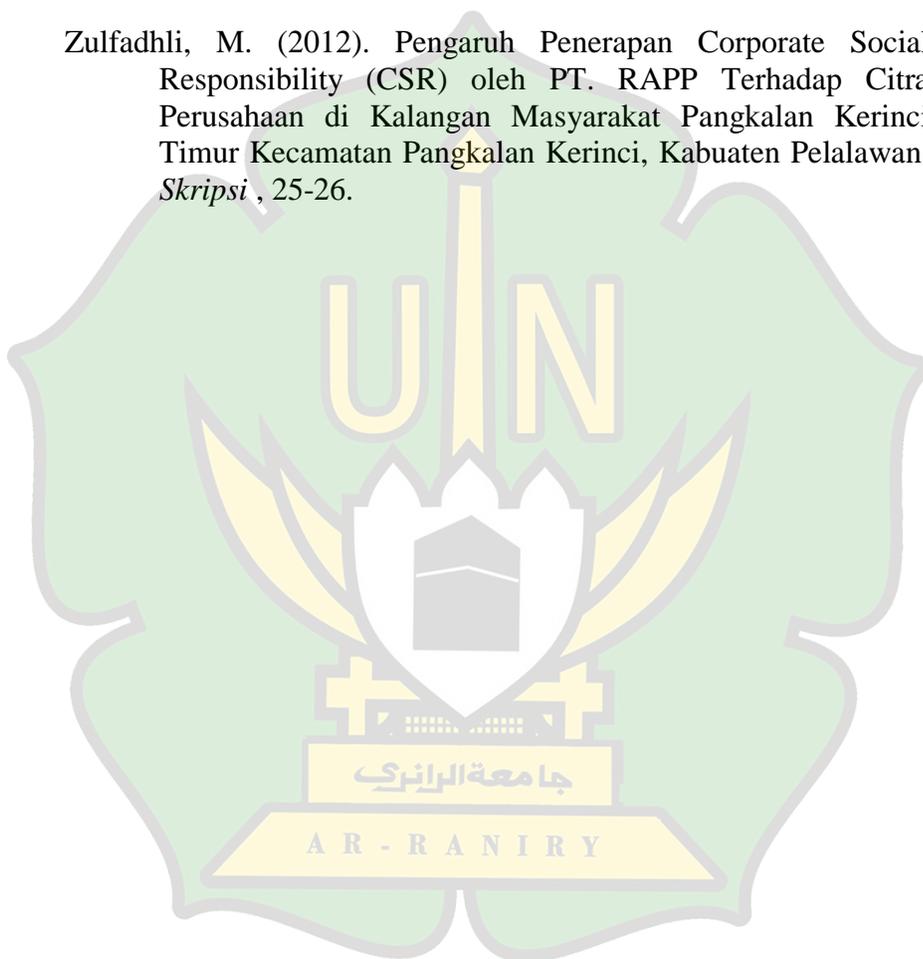
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahmayanti, D. R. (2014). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam membangun reputasi perusahaan. *Jurnal*. 93-104.
- Ramadhani, R. P. (2014). Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah ditinjau dari perspektif syariah (Studi kasus pada PT Bank BNI Syariah Cabang Makasar). *Skripsi*. 1-82
- Saebani, B. A. (2008). *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, B. (2011). *Wakaf Perusahaan Model CSR Islam untuk Pembangunan Berkelanjutan*. Malang: UB Press.
- Santoso, S. (2016). Konsep Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Konvensional dan Fiqh Sosial. *Volume 4, Nomor 1, Juli 2016* , 81-104.
- Setiawan, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah "Pesan Kesan dan Keserasian Al-qur'an"*. Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah "Pesan Kesan dan Keserasian Al-qur'an" Volume 1*. Jakarta: Lentera Hati.
- *Tafsir Al-Misbah "Pesan Kesan dan Keserasian Al-qur'an" Volume 7*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* . Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2016). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Susanto. (2007). Hubungan antara Penerapan Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal* , 28.
- Suwandi, I. M. (2010). *Citra Perusahaan*. Seri Manajemen Pemasaran. www.e-Iman-uni.cc.
- Bank Aceh Syariah, (2013-2017). *Laporan Tahunan*. Banda Aceh: Bank Aceh Syariah.
- *Seuramoe Edisi 6*. Banda Aceh: Bank Aceh Syariah.
- *Seuramoe Edisi 21*. Banda Aceh: Bank Aceh Syariah.
- *Seuramoe Edisi 24*. Banda Aceh: Bank Aceh Syariah.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Untung. (2008). CSR dan Citra Perusahaan. *Hubungan Antara Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan* , 100.
- Untung, B. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibosono. (2007). *Mengapa Perusahaan Harus Melakukan Corporate Social Responsibility*. Dipetik Maret Minggu, 2019, dari <http://accounting.binus.ac.id>

Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*. Depok: Kencana.

Zulfadhli, M. (2012). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) oleh PT. RAPP Terhadap Citra Perusahaan di Kalangan Masyarakat Pangkalan Kerinci Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan. *Skripsi* , 25-26.



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Keterangan Pembimbing

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**
Nomor : 251/Un.08/FEBI/PP.00.9/1/2019

T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan Skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dipandang perlu menunjuk dan menetapkan Pembimbing Skripsi tersebut;
b. bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dinilai mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi pada Program Studi Perbankan Syariah.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

M E M U T U S K A N

Menetapkan :
Pertama : Menunjuk Saudara (i):
a. Israk Ahmadsyah, B.Ec.,M. Ec.,M. Sc Sebagai Pembimbing I
b. T. Syifa F. Nanda, SE.,Ak.,M. Acc Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Skripsi Mahasiswa (i) :

N a m a : Syalawati
N i m : 170603269
Prodi : Perbankan Syariah
J u d u l : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kualitas Layanan Terhadap Image Company Di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Darussalam.

Kedua : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 22 Januari 2019

Dekan,

Zaki Fuad

Tembusan :
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Arsip.

Lampiran 2 : Surat Permohonan Kesiediaan Memberi Data dan Wawancara



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
 Situs : <http://febi.uin.ar-raniry.ac.id> | Email : febi.uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 1692 /Un.08/FEBI.I /TL.00/03/2019

Banda Aceh, 12 Maret 2019

Perihal : Mohon Izin Penelitian

Kepada Yth.

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa yang namanya tersebut di bawah ini:

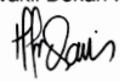
Nama : Syalawati
 NIM : 170603269
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Semester : IV (Empat)
 Tahun Akademik: 2018 / 2019.

adalah benar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang sedang menyusun Proposal Skripsi dengan judul: **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan.**

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat membantu memberikan data-data serta penjelasan yang diperlukan sesuai dengan judul tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalam
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I,


 /Hafas Furqani

WAWANCARA PENELITIAN

Yth, Bapak/Ibu Bersama ini saya:

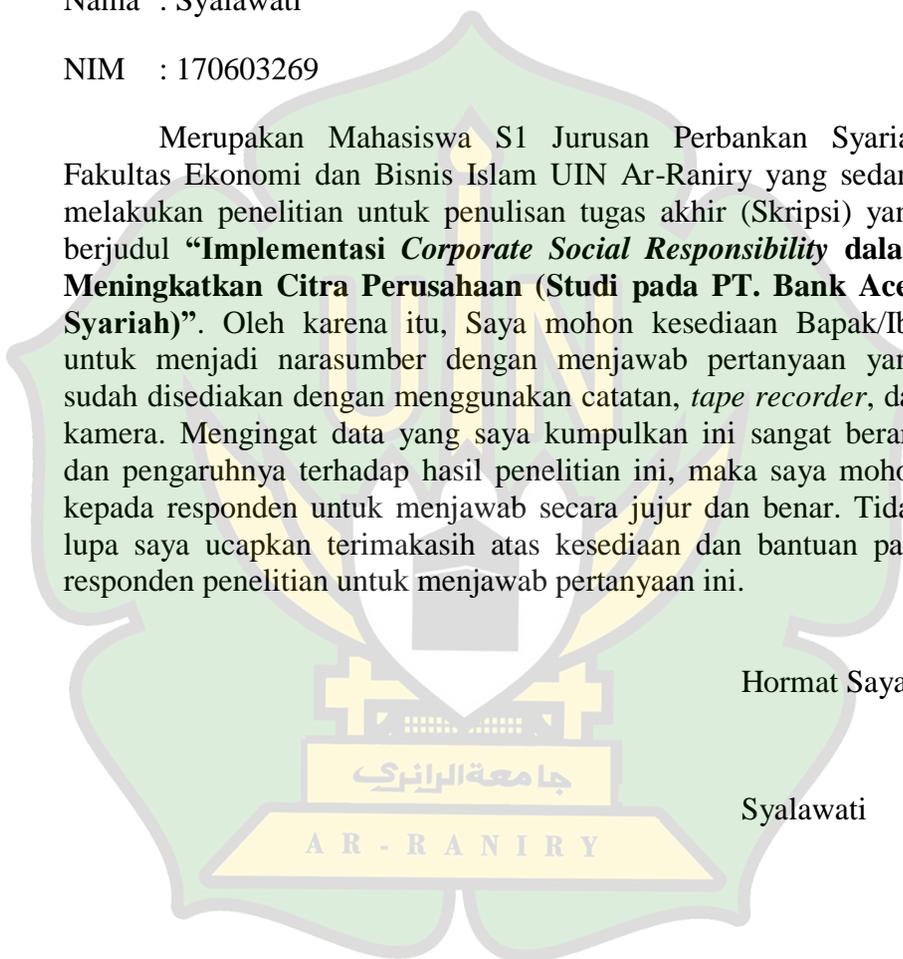
Nama : Syalawati

NIM : 170603269

Merupakan Mahasiswa S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang sedang melakukan penelitian untuk penulisan tugas akhir (Skripsi) yang berjudul **“Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah)”**. Oleh karena itu, Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi narasumber dengan menjawab pertanyaan yang sudah disediakan dengan menggunakan catatan, *tape recorder*, dan kamera. Mengingat data yang saya kumpulkan ini sangat berarti dan pengaruhnya terhadap hasil penelitian ini, maka saya mohon kepada responden untuk menjawab secara jujur dan benar. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih atas kesediaan dan bantuan para responden penelitian untuk menjawab pertanyaan ini.

Hormat Saya,

Syalawati



Lampiran 3 : Daftar Wawancara kepada Bankir PT. Bank Aceh Syariah

Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 2 Juli 2019
Lokasi Wawancara : PT. Bank Aceh Syariah (ruang
Corporate Secretary)
Nama : Riza Syahputra
Jabatan : Kabid Humas

Pertanyaan Penelitian:

1. Mohon Bapak/Ibu jelaskan apa jabatan Bapak/Ibu di PT. Bank Aceh Syariah ?

Jawaban : saya sementara diberikan tanggung jawab sebagai kabid humas

2. Menurut Bapak/Ibu apa itu CSR ? Bagaimana pandangan perusahaan terhadap CSR ?

Jawaban : CSR berlandaskan Undang-undang yang wajib dilakukan suatu diperusahaan yang memperhatikan lingkungan sekitarnya. Bagi perusahaan yang menjalankan CSR juga memiliki peran penting setidaknya dengan hadirnya perusahaan juga mempedulikan lingkungan sekitar baik dari sisi sosial, ekonomi, dan sebagainya. Diharapkan dengan adanya CSR perusahaan peduli terhadap lingkungannya dan tidak hanya mengambil keuntungan didaerah tersebut tetapi juga peduli dengan daerah sekitar masyarakat dilingkungannya.

3. Sejak kapan PT. Bank Aceh Syariah mulai mengimplementasikan CSR ?

Jawaban : CSR sudah ada sejak tahun 2008. sedangkan konversi PT. Bank Aceh Syariah pada tahun 2016. Artinya CSR sudah ada sebelum konversi tetapi kegiatan CSR tidak ada perubahan. Karena CSR tidak mengambil laba keuntungan, CSR berasal dari dana yang disisihkan dari laba bank yang sebelumnya bukan kita putar lagi untuk mendapatkan keuntungan. Dan dalam pelaksanaan CSR, tidak ada akad melainkan surat pernyataan.

4. Bagaimana mekanisme pemberian dana CSR ?

Jawaban : mekanisme CSR ada yang berasal dari inisiatif perusahaan dan juga berdasarkan proposal. Jika dari inisiatif perusahaan maka yang dilihat yaitu kebutuhan yang layak dibantu dan dianalisa sejauh mana keuntungan atau efek yang didapatkan dari bank dan urgensi yang bersangkutan.

5. Kemana saja PT. Bank Aceh Syariah telah menyalurkan CSR ?

Jawaban : banyak, baik berkelompok, perorangan, lembaga, masjid, pesantren, dayah, kemudian untuk plestarian lingkungan ada juga untuk olah raga dan lainnya. untuk masjid yang sudah disalurkan ada di provinsi, dan kabupaten kota. Provinsi diberikan kepada masjid Raya Baiturrahman. Dan di kabupaten kota khusus Banda Aceh diberikan kepada masjid Agung Al-makmur, masjid Baitussalihin Ulee Kareng, dan masjid kecil-kecil yang ada di kabupaten yang terdapat PT. Bank Aceh Syariah. untuk masjid Agung Al-makmur diberikan penyedot ambul, kemudian bantuan untuk ramadhan.

6. Berapakah jumlah dana CSR yang disalurkan kepada penerima CSR ?

Jawaban : bervariasi, artinya tidak sama. Pemberian dana CSR dilihat berdasarkan kebutuhan dan kemampuan bank yang bersangkutan.

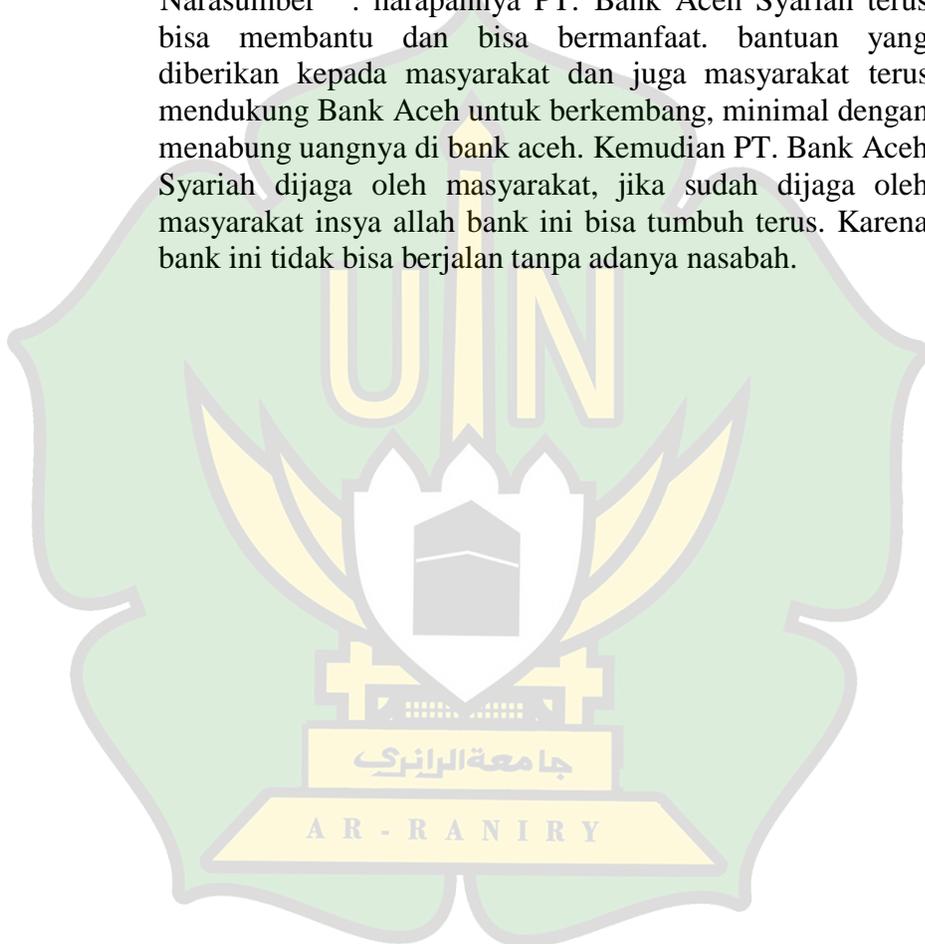
7. Apakah CSR yang telah diberikan berdampak positif terhadap perusahaan ?

Penanya : sangat berdampak, pertama terhadap citra perusahaan, secara tidak langsung masyarakat yang dibantu mempromosikan Bank Aceh. Kemudian bank aceh merupakan bank daerah, jadi seluruh keuntungan tidak dibawa ke perusahaan, semuanya diputar dimasyarakat. Jadi

yang menikmati juga masyarakat di Aceh. Ini lebih efektif dari pada kita pasang baliho.

8. Apa harapan Bapak/Ibu mengenai CSR di PT. Bank Aceh Syariah ?

Narasumber : harapannya PT. Bank Aceh Syariah terus bisa membantu dan bisa bermanfaat. bantuan yang diberikan kepada masyarakat dan juga masyarakat terus mendukung Bank Aceh untuk berkembang, minimal dengan menabung uangnya di bank Aceh. Kemudian PT. Bank Aceh Syariah dijaga oleh masyarakat, jika sudah dijaga oleh masyarakat insya Allah bank ini bisa tumbuh terus. Karena bank ini tidak bisa berjalan tanpa adanya nasabah.



Lampiran 4 : Daftar Wawancara kepada Akademisi UIN Ar-Raniry

Hari/Tanggal Wawancara : Jum'at, 28 Juni 2019
Lokasi Wawancara : Ruang Dosen FEBI UIN Ar-Raniry
Nama : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
Jabatan : Dosen Tetap FEBI UIN Ar-Raniry

Pertanyaan Penelitian:

1. Boleh dijelaskan apa jabatan Bapak di Universitas ini ?

Jawaban : Saya Dosen Tetap

2. Apa yang Bapak ketahui mengenai CSR ?

Jawaban : Tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang ada disekitar perusahaan, tanggung jawab itu bukan hanya dari segi pengembangan ekonomi, tetapi juga dari berbagai sisi tapi konsep CSR ini tidak cocok sebenarnya ketika diterapkan didalam perusahaan yang bergerak didalam islam. Karena, nilai-nilai islam itu bukan hanya sebatas memberikan beasiswa, memberikan dana ekonomi rakyat, kemudian sumbangan keberbagai pihak. Mereka sudah menyelesaikan tanggung jawab dia secara perusahaan karena CSR ini adalah sebagai kewajiban yang diwajibkan dalam Undang-Undang.

3. Apa tujuan dari CSR ?

Jawaban : tujuan CSR itu sebenarnya ingin mendapatkan keuntungan sendiri, untuk jangka panjang bagi perusahaan, mendapatkan keamanan dari lingkungan masyarakatnya, kemudian mendapatkan penghargaan dari masyarakat, dari pemerintah, nama baik dia sebagai citra. Pemikiran islamnya, bahwa CSR itu bukan hanya melaksanakan kewajiban itu tapi juga bahagian dari tanggung jawab dia kepada Allah.

4. Bagaimana dampak CSR bagi masyarakat ?

Jawaban : dana CSR yang diberikan kepada masyarakat serta dapat berguna bagi mereka pasti masyarakat akan merasa senang dan bahagia.

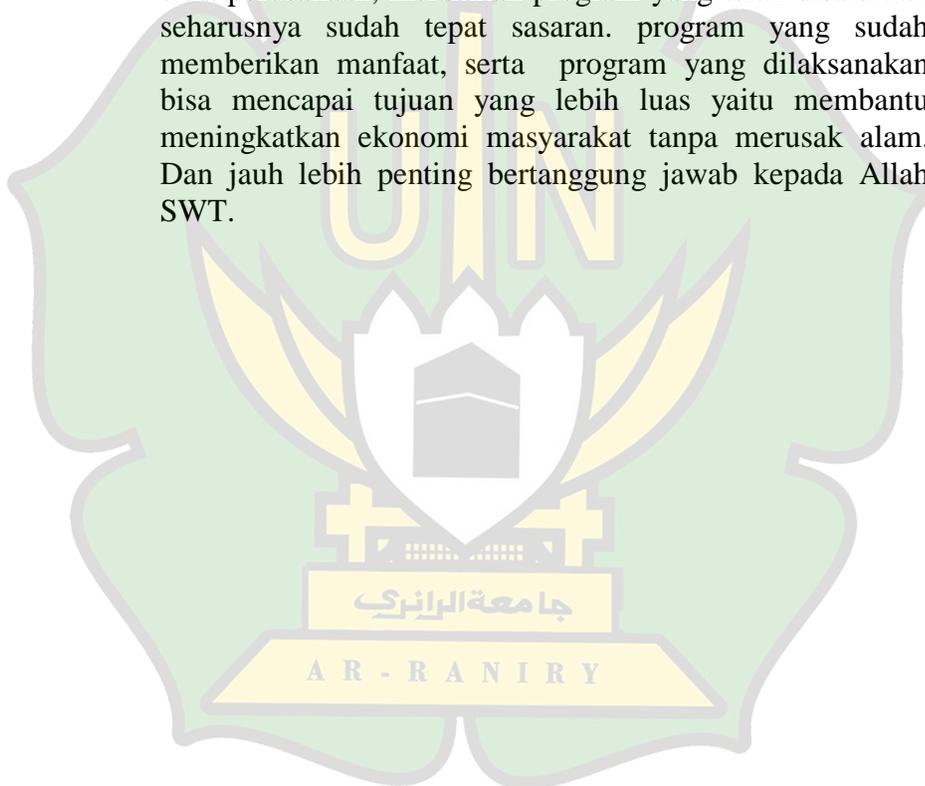
5. Apakah dana CSR yang selama ini diaplikasikan oleh PT. Bank Aceh Syariah dan disalurkan kemasyarakat sudah tepat ?

Jawaban : tergantung alat ukur yang dipakai misalnya memberikan pendekatan baru untuk lembaga keuangan syariah alat CSR yang digunakan menggunakan *islamic*. Karena CSR bukan hanya sekedar bantu-bantu dan bahkan memiliki maksud dan tujuan serta mengharapkan imbalan dari orang lain. Sedangkan kewajiban dalam islam tidak hanya sebatas itu Bukan *take and give* saya kasih saya akan dapat sehingga dikatakan banknya bagus. Seorang muslim yang memiliki keuntungan harus membantu lingkungan sekitar sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan. Dana CSR yang ada di bank syariah bukan juga disebut dana zakat. Jika alat CSR yang digunakan memakai konsep Barat maka ini sudah dikatakan CSR. Apabila menggunakan alat ukur dengan konsep barat maka CSR yang disalurkan sudah tepat. Tapi apabila memakai konsep CSR dengan konsep islam belum bisa dikatakan tepat. Konsep barat memenuhi kewajiban terhadap Undang-undang dan itu sudah dilakukan, Bank sudah memberikan uangnya. Akan tetapi ini belum bisa menyelesaikan masalah kaum muslimin. Perusahaan tidak mau tahu bagaimana cara mendapatkan uang yang terpenting bagi perusahaan ialah mendapatkan keuntungan. Kewajiban pemerintah dalam undang-undang memberikan 10% yang harus dikeluarkan dari keuntungan. Perusahaan tersebut memberikan 10% sesuai peraturan perundang-undang yang dibuat untuk berbagai program. Dalam konsep CSR ini sudah sesuai dan tepat. Tetapi dalam konsep islam tidak, perlu adanya tanggung jawab untuk menjaga apa yang telah Allah titipkan. Jadi perusahaan yang bergerak atas dasar islam itu tidak tepat. Karena pertanggungjawabannya tidak hanya kepada manusia saja

melainkan kepada Allah SWT, dan ini tidak ada dalam konsep CSR.

6. Apa harapan Bapak mengenai CSR khususnya untuk masyarakat Aceh ?

Jawaban : mungkin dana CSR harus bisa dimanfaatkan lebih baik, lebih berdaya guna, lebih bermanfaat. Dana CSR bisa dipertanggung jawabkan kepada tuhan, artinya program yang disalurkan bukan hanya untuk menaikkan citra perusahaan, melainkan program yang telah disalurkan seharusnya sudah tepat sasaran. program yang sudah memberikan manfaat, serta program yang dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang lebih luas yaitu membantu meningkatkan ekonomi masyarakat tanpa merusak alam. Dan jauh lebih penting bertanggung jawab kepada Allah SWT.



Lampiran 5 : Daftar Wawancara Kepada Masyarakat penerima CSR

Hari/Tanggal Wawancara : Jum'at, 5 Juli 2019
 Lokasi Wawancara : Kantor Sekretariat Masjid Raya
 Bairurrahman
 Nama : Drs. H. Hamdan Syamsuri
 Jabatan : Kepala Sekretariat Masjid Raya
 Baiturrahman

Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana awal mula memperoleh bantuan dana program tanggung jawab sosial dari PT. Bank Aceh Syariah ?
 Jawaban : biasanya mengajukan surat permohonan yang ditanggapi dengan proposal, yang berisi mengenai berapa jumlah dana yang diperlukan untuk masjid Raya Baiturrahman.
2. Apa bentuk bantuan dari PT. Bank Aceh Syariah untuk Masjid ini ?
 Jawaban : Untuk tahun ini bantuan yang diberikan berbentuk dana sejumlah 40 juta, bentuk bantuan lainnya yang diberikan PT. Bank Aceh Syariah yaitu mobil pembersih lantai yang diberikan pada tahun 2017.
3. Sejak kapan bantuan ini diberikan ?
 Jawaban : Bantuan yang di berikan oleh PT. Bank Aceh Syariah yaitu pada tahun 2016 yaitu sebelum bantuan mobil pembersih lantai diberikan pada tahun 2017
4. Berapakah jumlah dana yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah untuk masjid ini ?
 Jawaban : untuk tahun ini bantuan yang diberikan kepada masjid raya baiturrahman yaitu sebesar 40 juta
5. Bagaimana mekanisme penyaluran dana yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah pada masjid ini ?

Jawaban : pertama kami mengajukan proposal selanjutnya diproses terlebih dahulu, selesai administrasi, nanti orang PT. Bank Aceh Syariah datang ke Masjid Raya Baiturrahman untuk menyerahkan dana secara langsung kepada pengurus.

6. Bagaimana dampak dari adanya program tanggung jawab sosial yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah ?

Jawaban : dengan adanya bantuan yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah yaitu mobil pembersih lantai sangat membantu pekerjaan bersih-bersih dibandingkan bekerja secara manual. Jika pembersihan dilakukan oleh petugas dengan menggunakan mobil akan lebih efektif baik di dalam masjid maupun diluar masjid.

7. Apa saja saran yang ingin Bapak/Ibu berikan mengenai program tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah ?

Jawaban : perlu upaya sosialisasi dana CSR, jangan hanya untuk masjid saja, melainkan untuk masyarakat juga pemberdayaan ekonomi masyarakat. Meliputi keagamaan juga bantuan masjid dan juga membantu dana sosial lainnya. Untuk duaafa, jadi bersifat sosial juga perlu untuk meningkatkan bantuan kepada kaun duaafa.

8. Apakah ada bukti tertulis bahwa PT. Bank Aceh Syariah telah menyerahkan dana CSRnya kepada Masjid Raya Baiturrahman ?

Jawaban : pertama dibuat surat serah terima, kemudian jika bantuan yang diberikan berupa barang, maka diberikan logo, jika bantuan yang diberikan berupa uang maka ada tulisan sumbangan bertuliskan jumlah bantuan, selanjutnya pada saat penyerahan dilakukan foto bersama. Selain itu juga ada nota dan kuitansi yang dilengkapi dengan bukti-bukti dan dokumen lengkap.

Lampiran 6 : Daftar Wawancara Kepada Masyarakat Penerima CSR

Hari/Tanggal Wawancara : Sabtu/ 6 Juli 2019
Lokasi Wawancara : Masjid Jamik Baitusshalihin
Nama : Muhammad Daniala, S.PdI., M.A
Jabatan : Badan Kemakmuran Masjid sebagai
Sekretaris umum

Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana awal mula memperoleh bantuan dana program tanggung jawab sosial dari PT. Bank Aceh Syariah ?

Jawaban : kami dapatkan informasi dari PT. Bank Aceh Syariah bahwa dari mereka itu ada dana CSR dengan syarat kami memperolehnya harus mengajukan proposal sehingga kami ajukan proposalnya beserta RAPnya kemudian setelah itu diproses selama 3 sampai 4 hari kemudian langsung bisa disalurkan dan penyalurannya langsung melalui buku rekening masjid yang ada di PT. Bank Aceh Syariah.

2. Apa bentuk bantuan dari PT. Bank Aceh Syariah untuk Masjid ini ?

Jawaban : untuk tahun 2019 ini langsung dalam bentuk uang sebesar 30 juta cash. Dan sudah dipergunakan untuk kegiatan sosial yang bertepatan pada bulan ramadhan. Di masjid diadakan buka puasa bersama dengan jama'ah masjid para musafir, jadi kita pergunakan untuk acara buka puasa bersama dengan masyarakat dan jamaah tetap masjid. Ditahun 2018 juga diberikan dana melalui proposal, pada saat itu kita diberikan dana melauai proposal yang digunakan untuk kegiatan safari subuh gabungan sebesar 30 juta kemudian, setahun sebelumnya yaitu pada tahun 2017 kita buat kegiatan safari subuh kita buat jamuan besar dana yang diberikan 2 juta.

3. Bagaimana dampak dari adanya program tanggung jawab sosial yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah ?

Jawaban : sangat membantu, kegiatan-kegiatan di masjid sangat membantu kegiatan kemakmuran masjid, sehingga berdampak bagi jamaah dan dapat merasakan. Apalagi kemaren bulan ramadhan orang para musafir, jama'ah tetap dapat berbuka puasa di masjid dan pengaruhnya atau dampaknya besar dan sangat bermanfaat kegiatan-kegiatan di masjid.

4. Apakah dana yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah juga digunakan sebagai pembangunan dilingkungan masjid ?

Jawaban : tidak, untuk dana CSR kita tidak gunakan untuk pembangunan karena untuk pembangunan itu kita ada dana lain atau dana khusus dari anggaran APBA, jadi yang pembangunan itu khusus kita pergunakan untuk pembangunan yang dana dari CSR untuk kegiatan sosial dan untuk kemakmuran masjid. Karena kita alhamdulillah tahun ini dapat dana pembangunan masjid dari APBA sekitar 1,8 milyar itu pekerjaan dikontrakkan karena fisik. Jadi tidak kita ambil itu untuk pembangunan full untuk kegiatan sosial masyarakat di masjid.

5. Apa saja saran yang ingin Bapak/Ibu berikan mengenai program tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah ?

Jawaban : semoga PT. Bank Aceh Syariah terus dapat mengeluarkan dana ini sehingga banyak masjid terbantu. Banyak kegiatan-kegiatan masjid dapat tbantu dan dapat dirasakan manfaatnya langsung oleh jama'ah masjid dan saran juga untuk selanjutnya agar lebih diperbanyak lagi masjid-masjid yang menerima bantuan bantuan CSR PT. Bank Aceh Syariah sehingga di Aceh, khususnya Banda Aceh ini e.. hidup kegiatan-kegiatan masjid sehingga masyarakat ataupun remaja dapat melakukan aktifitas,

mengaktivitasi, mengaktualisai dirinya di masjid dengan adanya bantuan dari PT. Bank Aceh Syariah ini.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Syalawati
Tempat/ Tanggal Lahir : Tingkem, 16 April 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Pekerjaan/ NIM : Mahasiswa/ 170603269
No. HP/ Email : 082276068757/ Syala.wati@yahoo.com
Alamat : Tingkem Bersatu Kec. Bukit Kab. Bener Meriah

Riwayat Pendidikan

SD/ MI : MIN 1 Simpang Tiga,
Lulus Tahun 2008
SMP/ MTs : MTsN 1 Simpang Tiga,
Lulus Tahun 2011
SMA/ MA : SMA Negeri 2 Bukit,
Lulus Tahun 2014
Perguruan Tinggi : Program Studi D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Ar-Raniry Banda Aceh Tahun Masuk
2014, dan Program Studi Perbankan
Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun Masuk
2017

Data Orang Tua

Nama Ayah : Taufik
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Siti Aisyah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (IRT)

Banda Aceh, 5 Juli 2019
Penulis,

Syalawati