

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Terkait kapasitas pergerakan daerah atau pemanfaatan uang tunai yang lebih tinggi, bahkan saat ini pemanfaatan e-banking telah selesai dilakukan di beberapa kabupaten di Indonesia. Hal ini semakin menambah semangat bank-bank di Indonesia saat ini untuk bersaing menjadi kepercayaan yang terbaik, mulai dari administrasi, keamanan, hingga kemajuan yang dilakukan bank untuk klien pendapatan, salah satunya adalah kewajiban sosial perusahaan (CSR). Sebagai langkah nyata menuju peningkatan usaha perbankan syariah di Indonesia, Bank Indonesia sebagai pengendali telah menyusun Metodologi Hebat. Perbaikan Sektor Bisnis Perbankan Syariah, sebagai metodologi kemajuan pasar yang lengkap menggabungkan kunci perspektif, khususnya: pengembangan gambaran lain dari perbankan syariah 2 publik yang komprehensif dan umum, perencanaan pasar yang lebih tepat, item perbaikan yang lebih berbeda, peningkatan administrasi juga prosedur korespondensi baru yang menempatkan perbankan syariah lebih dari sekadar bank.<sup>1</sup>

Paparan kewajiban sosial perusahaan (corporate social kewajiban) menjadi salah satu mata pelajaran yang hangat selama beberapa tahun ini. Beberapa

---

<sup>1</sup> Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, “*Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*”, Jakarta, 2011, Hlm.25

organisasi publik dan global membantu pengungkapan kewajiban sosial perusahaan dengan menjadikan CSR sebagai pengungkapan yang disengaja, bukan membuatnya membutuhkan laporan. Studi CSR berkembang dengan cepat karena banyak kasus terjadi di mana organisasi tidak membuat komitmen positif secara langsung kepada orang-orang pada umumnya.<sup>2</sup>

Peningkatan pengungkapan CSR di Indonesia dimulai dengan dikeluarkannya Peraturan Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang komitmen organisasi risiko terbatas untuk menyelesaikan kewajiban sosial dan alam. Kemudian lagi, pelaksanaan program CSR tidak hanya disebabkan oleh komitmen Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 dan pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik, tetapi juga terkait dengan pencapaian tujuan perbaikan seribu tahun yang telah dimulai oleh Perusahaan. Negara-Negara Rakitan (PBB). Pelaksanaan komitmen CSR sebagaimana diatur dalam Peraturan Nomor 25 Tahun 2007 tentang Spekulasi, Pasal 15 huruf b menyatakan “Setiap penyokong keuangan wajib memenuhi kewajiban sosial perusahaan”.<sup>3</sup>

Beberapa pedoman Bank Indonesia memaknai bahwa perbankan syariah diharapkan dapat menerapkan standar Good Corporate Administration, salah satunya adalah rule of responsibility. Pedoman tanggung jawab dalam 4 GCG mengandung makna yang luas, salah

---

<sup>2</sup> Fadilla Purwitasari, “Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory, (2011), h. 1

<sup>3</sup> Sukarni, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan Iklim Penanaman Modal* <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id>, di akses pada Senin 21 november 2022.

satunya dapat dilaksanakan dalam Corporate social obligation (CSR). BRI Syariah merupakan salah satu bank syariah yang telah memutuskan untuk menjalankan strategi CSR.<sup>4</sup>

Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler dan Nancy. Ditetapkan bahwa Corporate Social Obligation (CSR) dicirikan sebagai kewajiban organisasi untuk lebih mengembangkan kemakmuran daerah melalui pelatihan bisnis yang hebat dan memberikan kontribusi sebagai aset kekuatan organisasi. Kemudian, pada saat itu, menurut Wibisono, Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab terus menerus oleh dunia usaha untuk bertindak secara moral dan menambah perbaikan keuangan lingkungan sekitar atau masyarakat luas, seiring dengan peningkatan taraf hidup buruh dan buruh. keluarga mereka.<sup>5</sup>

Realitas mengkomunikasikan gambaran dan keyakinan di antara orang-orang dan orang lain khususnya variabel kapasitas, kejujuran dan faktor kebaikan hati. Gambaran perusahaan adalah gambar yang dilihat klien atau umumnya gambar dari koperasi spesialis perusahaan dalam hal keterlibatan dan pemahaman klien khusus mereka, baik sehubungan dengan layanan mereka atau tingkat ketenaran dan kepercayaan yang dicapai organisasi sesuai dengan pemahaman klien. Gambaran perusahaan eksplisit, dapat diterima dan berhasil disampaikan dapat diprediksi melalui upaya periklanan dan korespondensi dengan tujuan agar gambaran ideal

---

<sup>4</sup> [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), Didownload pada Senin 21 november 2022.

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Nancy Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good Your Company And Your Cause*, Newjersey;Johnwily& Sons,Inc.

dapat dipahami. Oleh karena itu, organisasi administrasi yang bekerja di bidang moneter memiliki gambaran yang baik sangatlah penting.<sup>6</sup>

Setiap organisasi memiliki gambaran yang layak, sedang, atau buruk. Mempengaruhi gambaran yang berbeda antara organisasi dalam suatu industri memengaruhi hasil mereka dalam latihan bisnis dan memamerkan barang. Menurut Tang dalam Sia dan Subagio menyatakan bahwa corporate picture (gambar organisasi) adalah kesan perasaan yang muncul pada seseorang ketika mendengar nama bank, tempat makan, atau tempat usaha lainnya. Selain nama, kesan yang terlihat juga bisa dipengaruhi oleh teknik, ragam produk atau layanan yang ditawarkan, kebiasaan, filosofi sehubungan dengan rasa suatu kualitas. Gambaran perusahaan tidak dapat dirancang, untuk itu organisasi perlu menyampaikan dengan jelas tentang organisasi yang diantisipasi, sehingga cenderung mengatur individu dalam gambar organisasi secara tegas.<sup>7</sup>

Secara umum, gagasan CSR akan mendorong tujuan mereka masing-masing, misalnya kewajiban keuangan yang berfokus pada nilai yang ditawarkan kepada klien, tanggung jawab yang sah mendorong standar dan peraturan yang sesuai pedoman material, kewajiban moral mendorong moral perusahaan yang berhubungan langsung dengan mitra sementara yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan masyarakat disebut

---

<sup>6</sup> Laura Tjokrowibowo “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Membangun Minat Transaksi Ulang (Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Volume XII, No. 2, September 2013, Halaman 149 - 156

<sup>7</sup> Yessy Artanti & M. Baihaqi “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen” *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

kewajiban kemanusiaan. Dari kewajiban sosial perusahaan, kewajiban dermawan lebih langsung terhubung dengan daerah setempat, baik klien maupun klien yang akan datang, karena gerakan ini terlihat dan dirasakan oleh pertemuan yang terlibat dengan cara paling umum dalam menjalankan kewajiban kemanusiaan.<sup>8</sup>

Altruisme berasal dari kata Yunani philien yang berarti cinta dan antropos, menyiratkan bahwa orang atau individu yang menyayangi kini telah beralih ke kegiatan amal yang diatur untuk tujuan publik . Kemurahan hati adalah sebagian dari cinta maaliyyah ijtimaiyyah, khususnya cinta dalam bidang harta yang memiliki kedudukan sosial yang vital dan konklusif. Gagasan kemurahan hati (altruisme) telah lama dikenal dan dipoles oleh setiap budaya etnis dan wilayah lokal yang ketat di berbagai wilayah di planet ini.

Di Indonesia, istilah altruisme belum begitu dikenal, padahal latihannya sudah mapan dalam adat budaya Indonesia. Kemurahan hati dalam Islam telah berubah menjadi kebutuhan dan pedoman hidup seorang muslim. Gagasan kemurahan hati, yang dicari melalui pergantian peristiwa yang bersahabat, menerima bahwa kemelaratan lebih disebabkan oleh rasa malu dalam pembagian aset dan izin untuk mengontrol. Bank syariah memiliki nilai-nilai altruisme dalam zakat dan aset-aset mulia lainnya dimana instrumen tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran daerah. Instrumen ini merupakan

---

<sup>8</sup> Meggy Yuliansyah, Efektivitas *Corporate Social Responsibility Philanthropy* Dalam Mempengaruhi Minat Calon Nasabah Perbankan Syariah, Bengkulu, 2021, Hlm 3

salah satu yang mengenal bank adat dan bank syariah.<sup>9</sup>

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank yang lahir karena konsolidasi antara PT Bank BRI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas administrasi moneter (OJK) secara resmi memberikan izin konsolidasi ketiga bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1.2021. Konsolidasi ketiga bank tersebut menyatukan sisi positif dari bank syariah ini, sehingga memberikan dukungan total, jangkauan yang lebih luas, dan memiliki batas modal yang superior. BSI diharapkan menjadi energi lain bagi perputaran keuangan masyarakat dan menambah bantuan pemerintah daerah yang lebih luas.

Selain menyalurkan ZISWAF (zakat, infaq, sedekah dan pengayaan), Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank syariah yang turut serta dalam menuntaskan program CSR ( Corporate Social Obligation ) untuk program kemanusiaan dan kesejahteraan sosial. Program CSR ( Corporate Social Obligation ) unggulan BSI adalah BSI masalah town dan BSI masalah Scociopreneur . Program-program yang dijalankan BSI dalam bidang pelatihan, khususnya BSI Hibah dan BSI manfaat pendamping mahasiswa. Sementara itu, di bidang dakwah, BSI mengedarkan proyek-proyek, misalnya bootcamp takmir dan dukungan kafalah takmir. Di bidang kesejahteraan, proyek-proyek yang dilaksanakan oleh BSI adalah jaminan kesejahteraan BSI, sekolah hidup masalah BSI

---

<sup>9</sup> Budi Darmawan, “9 Keunggulan Bank Syariah Di Bandingkan Bank Konvensional” *Ekonomi-Islam.com*, 2018

yang sehat, dan pemeriksaan kesejahteraan gratis.<sup>10</sup>

Jenis kegiatan	Realisasi			Total kegiatan
	UPZ BSI	Zakat	Infaq	
57 bantuan kegiatan islami	-	3.742.804.828	1.664.817.788	4.580.579.373
58 program pusara	-	2.470.000	325.132.631	325.132.631
59 Bantuan Ambulan	-	-	83.275.003	3.826.079.831
510 Bantuan Prasarana Umum	-	190.445.000	171.520.000	73.990.000
511 Program Sehat Sentral Terpadu	-	1.370.709	71.510.466	71.510.466
512 Kafalah	-	1.124.964.485	874.377.578	1.064.822.578
513 Mobil Mushola	-	3.697.067	8.559.026	9.929.735
514 Masjid Cipali	-	-	3.385.000	1.128.349.485
515 Ramadhan	-	3.435.325.000	2.613.802.732	2.167.499.799
516 Mushola Bromo	-	-	3.487.825.000	3.487.825.000
517 LIKES	-	-	399.749.045	3.835.074.045
518 ATM Beras	-	44.000.000	168.000.000	168.000.000
519 Masjid Bakauheni	-	-	44.197.600	44.197.600
520 Kegiatan Sosial	-	13.500.000	-	44.000.000
Jumlah Simpati Umat	1.514.074.207	24.988.998.374	28.450.737.232	56.422.681.813
Jumlah	32.525.557.682	39.893.678.162	34.663.639.720	107.082.875.564

Pada tabel 1.1 cenderung terlihat bahwa penyaluran bantuan CSR Bank Syariah Indonesia telah dilakukan dengan baik sehingga membuat organisasi memperhatikan sudut pandang moneter organisasi serta memasukkan bagian dari kehidupan sosial dan ekologis. Seharusnya perbankan syariah dalam melaksanakan CSR lebih unggul dari bank biasa

<sup>10</sup> Budi Darmawan, "9 Keunggulan Bank Syariah Di Bandingkan Bank Konvensional" Ekonomi-Islam.com, 2018

karena penilaian tanggung jawab bank syariah tidak hanya kepada rekanan tetapi juga kepada Allah SWT. sebagai pemilik alam semesta.

CSR dalam Islam adalah salah satu metode untuk mencapai tujuan keuangan Islam, untuk menjadi bantuan pemerintah keuangan tertentu, ekuitas, sirkulasi gaji yang adil, dan kesempatan individu berkaitan dengan bantuan pemerintah sosial masyarakat. Sementara itu, dalam aktivitas publik, CSR merupakan kewajiban organisasi untuk membuat komitmen jangka panjang terhadap isu-isu eksplisit di arena publik atau iklim untuk menciptakan iklim yang unggul.<sup>11</sup>

Bank Syariah Indonesia KCP Martapura OKU Timur melengkapi altruisme korporasi bagi masyarakat OKU Timur dengan memberdayakan perputaran keuangan di daerah-daerah yang semakin meluas seiring dengan pemulihan keuangan. Selain itu, menawarkan jenis bantuan sederhana kepada individu OKU Timur, khususnya organisasi modern dalam mendapatkan barang-barang bantuan berbasis syariah dan memiliki program yang melibatkan sekolah-sekolah Islam, misalnya kartu siswa yang secara tidak langsung menunjukkan OKU Timur mempelajari digitalisasi.

---

<sup>11</sup> Muhammad Fahrrozi, Ika Purwanti, *Hakikat Corporate Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam*", Malang, 2016, Hal 1

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Efektifitas *Corporate Philantropy* Di Bank Syariah Indonesia KCP Martapura Oku Timur?
2. Bagaimana Efektifitas *Corporate Philantropy* Dalam Meningkatkan Citra Bank Syariah Indonesia KCP Martapura Oku Timur?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Inti dari ulasan ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana Efektifitas *Corporate Philantropy* Di Bank Syariah Indonesia KCP Martapura Oku Timur
2. Untuk Bagaimana Efektifitas *Corporate Philantropy* Dalam Meningkatkan Citra Bank Syariah Indonesia KCP Martapura Oku

Timur Keunggulan dalam pemeriksaan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Eksplorasi ini dapat menambah wawasan dan wawasan yang luas dan memperluas tentang kecukupan Amal Perusahaan serta pengaruhnya pada Gambar bank syariah Indonesia KCP Martapura Oku Timur

2. Manfaat Praktis

Konsekuensi dari penelitian ini dapat digunakan untuk informasi dan referensi Bank Syariah Indonesia KCP Martapura Oku Timur , sehingga *Corporate Magnanimity* dijalankan dengan tepat dan dapat digunakan sebagai semacam perspektif di perpustakaan UIN Raden Fatah untuk spesialis masa depan dengan setara atau poin komparatif.

#### D. Kajian Pustaka

No	Penulis Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Netfri Indahsari (Dampak Corporate Social Obligation (CSR) dan Corporate Picture terhadap Keteguhan Nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu)	Menjelajahi CSR dan gambar	Netfri Indahsari melihat Corporate Social Responsibility dan Corporate Picture pada kemantapan nasabah psds bank muamalat sedangkan kreator menganalisa Corporate social responsibility dalam mempengaruhi Gambar Bank BSI	Konsekuensi dari penelusurannya menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dan Corporate Picture secara tegas mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat Cabang Bengkulu.
2.	Risna Nurjanah dan Ade Sofyan Mulazid (Pengaruh Kualitas Administrasi dan Corporate Social Obligation terhadap Corporate Picture) 2017	Mendalami CSR pada gambar	Risna Nurjanah menganalisis kualitas administrasi dan CSR sementara pencipta melihat CSR dalam gambar organisasi yang berdampak	Akibat lanjutan dari eksplorasinya menunjukkan bahwa semakin tinggi hakikat administrasi dan CSR, maka semakin tinggi pula citra organisasi di mata masyarakat.
3.	Hendra Aradiansyah p	Menjelajahi CSR dalam	Hendra Aradiansyah p	Konsekuensi dari pemeriksaannya

	(program kewajiban sosial perusahaan BRI sering berpikir untuk menggarap gambar PT Bank Rakyat Indonesia ) 2019	menggarap gambar	menganalisis CSR BRI dalam mengerjakan gambar, sedangkan kreator melihat CSR dalam mengerjakan gambar organisasi	menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki dampak positif dan besar menurut masyarakat pada umumnya.
4.	Lomba Shalihah Jarak Jauh (Kecukupan Program Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah Mandiri Kota Ambon) 2018	Menganalisis kelangsungan program CSR	Maratun shalihah menganalisa program CSR sedangkan kreator melihat CSR dalam mengerjakan corporate picture	Konsekuensi dari pemeriksaannya menunjukkan bahwa kelangsungan program CSR di BSM dari bagian kecukupan (manfaat) dan bagian relevansi (kesesuaian) secara tegas mempengaruhi keteguhan nasabah bank syariah yang merdeka di kota Ambon.
5.	Mohd.zulfadli (dampak pelaksanaan kewajiban sosial perusahaan oleh PT. Raap terhadap gambaran positif organisasi di	Menggali CSR pada gambaran positif organisasi	Mohd.zulfadli menganalisis penggunaan CSR terhadap citra positif organisasi sedangkan pencipta melihat CSR dalam mengerjakan	Konsekuensi dari eksplorasinya menunjukkan bahwa hasil eksperimen menunjukkan hubungan positif dan besar antara CSR dan gambaran di PT Raap.

	kalangan individu Pangkalan Kerinci Timur, Daerah Pangkalan Kerinci, Rezim Pelalawan)		citra perusahaan	
6.	Retno hadiyati (dampak program kewajiban sosial perusahaan bagi kepentingan bank muamalat Indonesia) 2018	Menjelajahi kewajiban sosial perusahaan	Retno Hadiyati menganalisis program CSR dari sisi kemanfaatan sedangkan pencipta melihat CSR dalam mengerjakan corporate picture	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh CSR terhadap ROA mengingat nilai kepentingannya <0,05 yaitu 0,030. Nilai ini menyiratkan bahwa gratis, khususnya CSR, memberikan komitmen sebesar 22,1%.
7.	Crown anindya virana (dampak kewajiban sosial perusahaan terhadap citra perusahaan dan pengabdian nasabah pada bank muamalat di surabaya) 2017	Menyelidiki CSR pada citra perusahaan	Headband anindiya virana menganalisis CSR pada corporate image dan client reliability sedangkan kreator melihat CSR dalam mengupgrade corporate image	Konsekuensi dari review menunjukkan bahwa variabel CSR tidak mempengaruhi sikap keteguhan nasabah bank muamalat syariah di surabaya, namun cs secara fundamental mempengaruhi reliabilitas melalui variabel

				picture.
8.	Hendra Ramadhan (dampak perencanaan dan kewajiban eksekutif dan sosial perusahaan dalam menggarap gambaran bank syariah) 2021	Menyelidiki kewajiban sosial perusahaan terkait perbaikan gambar	Hendra Ramadhan menganalisa perencanaan dan tanggung jawab eksekutif dan corporate social mengenai peningkatan image, sedangkan kreator melihat CSR dalam meningkatkan corporate image	Konsekuensi dari penelusurannya menunjukkan bahwa perencanaan dan kewajiban sosial perusahaan (CSR) yang dimiliki para eksekutif berpengaruh dalam menggarap gambaran perbankan syariah, khususnya di BNI Syariah.
9.	Meggy Yuliansyah (Kecukupan Kemurahan Hati Corporate Social Obligation Dalam Mempengaruhi Kepentingan Calon Nasabah Perbankan Syariah) Tahun 2021	Melihat kelangsungan hidup Altruisme kewajiban sosial perusahaan	Meggy Yuliansyah menganalisis CSR berdasarkan kepedulian yang sah terhadap klien terencana, sedangkan kreator melihat CSR dalam mengerjakan corporate picture	Hasil pemeriksaannya menunjukkan bahwa besarnya viabilitas CSR dalam mempengaruhi premi calon nasabah Bank BNI Syariah Kc. Tampilan lebih spesifik pada tahun 2017 sebesar 88,94%, tahun 2018 sebesar 90,2% dan tahun 2019 sebesar 90,18%. Dari konsekuensi pendugaan derajat kelayakan

				di atas, maka diingat kelas yang memadai dan menarik, karena berada pada proporsi 80% - 100 persen.
10	Reni Erlina (Pelaksanaan Corporate Social Obligation (CSR) Dalam Menjaga Kemasyhuran Organisasi Dalam Sudut Pandang Syari'ah)	Melihat Kewajiban Sosial Perusahaan	Reni Erlina melihat CSR dalam mengikuti reputasi organisasi sementara pencipta menganalisis CSR dalam mengerjakan citra perusahaan	Konsekuensi dari pendalamannya menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR berdampak pada peningkatan jumlah nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sebanyak 6.045 nasabah pada tahun 2017 dibandingkan tahun 2016 sebanyak 5.542 nasabah. Sedangkan klien baru pada tahun 2017 sebanyak 214 orang.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mencapai maksud tertentu, pembahasan ini dibagi menjadi lima bab dengan urutan sebagai berikut :

### **BAB 1            PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

### **BAB II            LANDASAN TEORI**

Bagian ini mengkaji dan memaparkan teori yang telah diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai literatur yakni Efektivitas *Corporate Philanthropy* Dalam Meningkatkan Citra Bank Bsi Syariah Kcp Martapura Okut

### **BAB III           METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dibahas tentang ruang lingkup penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel..

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, dan hasil penelitian dan pembahasan

#### **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab ini dibahas yaitu kesimpulan dan saran dimana pada bab menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari hasil penelitian.