



**ANALISIS KESESUAIAN PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* PT BRI SYARIAH TERHADAP
PERATURAN PEMERINTAH NO 47 TAHUN 2012 TENTANG
TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN
PERSEROAN TERBATAS**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

Disusun oleh :

**Nama : INTAN RAHMAWATI
NPM : 2013570005**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1438 H/2017 M**



**ANALISIS KESESUAIAN PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* PT BRI SYARIAH TERHADAP
PERATURAN PEMERINTAH NO 47 TAHUN 2012 TENTANG
TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN
PERSEROAN TERBATAS**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

Disusun oleh :

**Nama : INTAN RAHMAWATI
NPM : 2013570005**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1438 H/2017 M**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Analisis Kesesuaian Penerapan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah Terhadap Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas**” yang disusun oleh **Intan Rahmawati, Nomor Pokok Mahasiswa : 2013570005** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 25 Agustus 2017

Pembimbing

Dr. Oneng Nurul Bariyah, M.Ag

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : “**Analisis Kesesuaian Penerapan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah Terhadap Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas**” disusun oleh : **Intan Rahmawati**, Nomor Pokok Mahasiswa : **2013570005**. Telah diujikan pada hari/tanggal : **Rabu, 30 Agustus 2017** telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (*munaqasyah*) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

Rini Fatma Kartika, S. Ag., M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S. Ag., M.H.</u> Ketua
<u>Drs. Tajudin, M.A</u> Sekretaris
<u>Dr. Oneng Nurul Bariyah, M.Ag</u> Dosen Pembimbing
<u>Hasanah, SE., MM</u> Anggota Penguji I
<u>Drs. Asep Supyadillah, M.Ag</u> Anggota Penguji II

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Intan Rahmawati
NPM : 2013570005
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Judul Skripsi : **Analisis Kesesuaian Penerapan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah terhadap Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas**

dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata dikemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta,1438 H
2017 M

Yang Menyatakan,

Intan Rahmawati

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

Skripsi, September 2017

**Analisis Kesesuaian Penerapan *Corporate Social Responsibility* PT
BRI Syariah Terhadap Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012
Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan
Terbatas**

Intan Rahmawati
2013570005

xiii + 105 Halaman + 9 Lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian penerapan *corporate social responsibility* PT BRI Syariah terhadap peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari wawancara dengan pihak *corporate communication department* PT BRI Syariah. Sedangkan data sekunder berasal dari buku-buku dan sumber lainnya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan objek dalam penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan CSR pada PT BRI Syariah dilakukan oleh divisi *corporate communication department*. Dana CSR disalurkan untuk berbagai kegiatan yang terdiri atas pendidikan, kesehatan, dakwah dan sarana ibadah, santunan dan bencana, pengembangan ekonomi, sarana umum dan lingkungan hidup dan pinjaman qardhul hasan. Dalam melakukan kegiatan penyaluran dana CSR PT BRI Syariah bekerjasama dengan BAZNAS dan YBM BRI. PT BRI Syariah dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* telah sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Hal ini berdasarkan indikator setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan, dilaksanakan di dalam maupun di luar lingkungan perseroan, dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan, dan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan dengan segenap kerendahan hati kepada Allah SWT yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga memberikan kekuatan yang luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan karena pengetahuan yang penulis miliki. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar dalam penulisan ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya rekan mahasiswa-mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jakarta. Dengan selesainya skripsi ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Prof. Dr. H. Syaiful Bakhri, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., selaku Dekan Fakultas Agama Islam,
3. Drs. Tajudin, M.A., selaku Wakil Dekan I, Drs Asep Supyadillah, M.Ag., selaku Wakil Dekan II, Nurhadi, M.A selaku Wakil Dekan III.
4. Nurhidayat, S.Ag., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah.
5. Dr. Oneng Nurul Bariyah, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen serta Staff Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

7. Pihak PT BRI Syariah yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang tiada batas, dukungan, semangat, serta arahan pada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini. Semoga dalam lindungan Allah SWT. Amin.
9. Muslimah Cantik (Ruspa, Rizma, Sarah dan Lulu) yang berjuang bersama penulis dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi ini. Serta Uni dan Iim yang selalu menyemangati penulis dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan MPS A 2013, semoga Allah SWT menjaga dan tetap menjalin silaturahmi kita semua.
11. Seluruh teman-teman FAI angkatan 2013
12. Serta kepada semua pihak yang bersangkutan yang turut memberikan do'a serta motivasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap, semoga karya tulis ini merupakan sebuah refleksi studi S1 dan dapat memberikan sumbangan keilmuan, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca yang berminat dengan tulisan ini. Dan dengan harapan karya tulis ini dapat dijadikan amal bagi penulis. Amin ya robbal'alamin.

Jakarta, 25 Agustus 2017

Penulis

Intan Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Tentang <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2. Sejarah <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
3. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
a. Manfaat CSR Bagi Masyarakat.....	18
b. Manfaat CSR Bagi Pemerintah	18
c. Manfaat CSR Bagi <i>Korporasi</i>	22
4. Prinsip-prinsip CSR.....	30
5. Jenis-jenis Tanggung Jawab Perusahaan	33

	6. Jenis-jenis Program CSR	35
	7. Model <i>Corporate Social Responsibility</i>	50
	8. Reward bagi Korporat yang Melaksanakan CSR	52
	B. Peraturan Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan	
	1. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas	60
	2. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan	61
	C. Penelitian Terdahulu	63
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tujuan Penelitian	67
	B. Tempat dan Waktu Penelitian	67
	C. Metode dan Prosedur Penelitian.....	67
	D. Sumber Data.....	68
	E. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	69
	F. Analisis Data	70
	G. Keabsahan Data.....	70
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum PT Bank BRI Syariah.....	71
	1. Sejarah dan Perkembangan PT BRI Syariah	71
	2. Visi dan Misi PT BRI Syariah	73
	3. Produk-Produk PT BRI Syariah	74
	4. Struktur Organisasi PT BRI Syariah	79
	B. Pembahasan Temuan Penelitian.....	79
	1. Landasan Hukum CSR PT BRI Syariah.....	79
	2. Kegiatan CSR PT BRI Syariah.....	81
	3. Sasaran Penerima Dana CSR PT BRI Syariah	88

4. Sumber Dana CSR PT BRI Syariah	89
5. Pengelolaan dan Penyaluran Dana	89
6. Pelaporan CSR PT BRI Syariah	98
C. Analisis Kesesuaian Penerapan CSR PT BRI Syariah.....	94
Terhadap Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi.....	74
------------------------------	----

DAFTAR TABEL

4.1 Analisis Kesesuaian Penerapan CSR Terhadap peraturan pemerintah

No. 47 Tahun 2012.....95

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Lembaran Konsultasi Penulisan Skripsi
- Lampiran 3 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 : Surat Riset Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Riset dari PT BRI Syariah
- Lampiran 6 : Dokumen Pendukung (Foto)
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 8 : Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 2012 Tentang
Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
- Lampiran 9 : Peraturan Menteri BUMN No. 4 Tahun 2007

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan sangat dibutuhkan oleh setiap Negara karena memiliki posisi yang sangat strategis sebagai lembaga *intermediary* yang menunjang perekonomian suatu Negara. Tidak heran jika lembaga perbankan syariah berkembang dengan pesat. Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sektor bisnis dan transaksi keuangan. Hal ini dapat terlihat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dengan sistem operasional menggunakan prinsip syariah. Diharapkan dengan adanya prinsip syariah Islam dapat memberikan maslahat bagi umat manusia.

Sistem keuangan dan perbankan Islam merupakan bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam, dimana tujuannya sebagaimana dianjurkan oleh para ulama, adalah memberlakukan sistem nilai dan etika Islam ke dalam lingkungan ekonomi. Karena dasar inilah, maka keuangan dan perbankan Islam bagi kebanyakan Muslim adalah bukan sekedar sistem transaksi komersial. Persepsi Islam dalam transaksi itu dipandang oleh banyak kalangan Muslim sebagai kewajiban agama. Kemampuan lembaga keuangan Islam menarik investor dengan sukses bukan hanya tergantung pada tingkat kemampuan lembaga itu menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada persepsi bahwa lembaga tersebut secara sungguh-sungguh memperhatikan batas-batas

yang digariskan oleh Islam.¹ Sistem keuangan islam merupakan solusi bagi masyarakat muslim ditengah-tengah maraknya sistem keuangan yang berasaskan riba. Dalam kegiatan bermuamalah sistem keuangan islam merupakan pilihan yang tepat dalam melakukan kegiatan ekonomi tetapi tetap pada aturan-aturan yang telah digariskan oleh ajaran Islam dan terhindar dari praktek ribawi.

Indonesia adalah Negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, ini menyebabkan banyak berkembangnya aktivitas-aktivitas muamalah dalam rangka memenuhi kegiatan ekonomi secara syar'i.² Bagi masyarakat muslim, sebelum melakukan kegiatan dalam bermuamalah tidak hanya memperhatikan keuntungan semata. Kesesuaian kegiatan dalam bermuamalah dengan prinsip syariah adalah faktor utama karena berkaitan dengan hubungan vertikal kepada Allah sebagai bentuk ketaatan menjalani ajaran Islam.

Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³ Bank syariah hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim di era modern, sebagai bentuk penerapan dari konsep ekonomi Islam pada zaman Rasulullah saw.

Perkembangan bank syariah di Indonesia secara formal baru dimulai tahun 1992 dan secara serius mulai dikembangkan pada tahun

¹ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta:Pustaka Alfabet, 2006) h. 12.

²Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (EKONISIA: Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004, Cet. Pertama), h. 195.

³Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

1998 yaitu sejak mulai berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1991 sebagai bank syariah pertama di tanah air, yang memulai kegiatan operasinya pada bulan Mei 1992. Dan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka perkembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Selain itu, pemberlakuan Peraturan Bank Indonesia Nomor: 8/3.PBI/2006 juga semakin memperkuat landasan hukum bagi perbankan syariah.⁴ Dengan adanya peraturan perundang-undangan yang diterbitkan maka bank syariah memiliki landasan hukum yang kuat serta didukung secara penuh oleh pemerintah. Sehingga bank syariah memiliki kedudukan yang sama dengan bank konvensional di mata hukum sebuah Negara.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diperkenalkan sejak abad ke 17, kemudian terjadi kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development* (WS-SD) di Johannesburg Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) dengan tujuan terjadinya hubungan yang harmonis antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan. Hubungan tersebut bisa dikenal dengan istilah 3BL (*Triple Bottom Line*) atau 3P (*Profit, People, Planet*). Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa eksistensi sebuah perusahaan

⁴<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/E6079AE4-EF24-4E32-9F50-1ED0A20413F8/11854/pbi8306.pdf> Diakses tanggal 26 Oktober 2016 pukul 20.00

harus dapat mengakomodir atas tiga kepentingan, yaitu: *profit* artinya perusahaan harus mendatangkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri atau bagi *shareholder* dari segi *finansial*. Karena hal ini merupakan tujuan dari perusahaan itu didirikan. Kedua *people*, perusahaan tidak bisa dipisahkan dari keterlibatan masyarakat sekitar. Baik sebagai pekerja maupun masyarakat biasa yang keberadaannya baik langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Ketiga *planet*, bahwa perusahaan harus memperhatikan lingkungan (alam) sekitar. Khususnya untuk perusahaan yang secara langsung mengeksploitasi alam, seperti pertambangan, atau perusahaan manufaktur yang memproduksi barang, hendaknya memperhatikan alam sekitar. Agar perusahaan tetap eksis (*sustainable*) dan terjadi keselarasan yang menguntungkan baik bagi *shareholder* maupun *stakeholder*, maka ketiga aspek tersebut diatas tidak boleh diabaikan. Bentuk tanggung jawab perusahaan dalam kaitannya dengan ketiga aspek tersebut diistilahkan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.⁵

Penggunaan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) akhir-akhir ini semakin populer dengan semakin meningkatnya praktek tanggung jawab sosial perusahaan, dan jurnal – jurnal yang membahas tentang CSR. Di tanah air, debut CSR semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan

⁵ Siti Maryama, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Perspektif Regulasi (Studi: Indonesia, Belanda dan Kanada)", Vol. 2, No. 2, 2013, h. 189-194.

Terbatas. Dalam pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas disebutkan bahwa perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.⁶ Dipertegas di dalam Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Faktanya, tidak semua perseroan melaksanakan kewajiban CSR-nya. Perseroan tersebut menganggap CSR bersifat sukarela dan sebagai sebuah pemborosan, karena anggaran perusahaan terserap untuk kegiatan yang tidak mendatangkan keuntungan. Jika dilaksanakan, praktek CSR yang terjadi sekarang ini berindikasi pada praktek *public relation* belaka sehingga terkesan imagesentris dan mendahulukan program-program yang bisa dilihat oleh publik (sebagai strategi komunikasi) dibandingkan melihat ke dalam perseroan yang pada dasarnya memiliki posisi yang sama di dalam stakeholder CSR.⁷

Tanggung jawab sosial dan lingkungan menurut undang-undang republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.⁸ Setelah diterbitkannya peraturan terkait

⁶Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

⁷ Tim Universitas Parahyangan, "Corporate Social Responsibility: Konsep, Regulasi Dan Implementasi", 2010.

⁸*Ibid.*

tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perseroan terbatas maka perseroan wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Salah satu jenis bank yang memiliki peranan penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bank syariah. Karena bank syariah memiliki dimensi spiritual yang lebih banyak. Dimensi spiritual ini tidak hanya menghendaki bisnis yang non riba, namun juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas, terutama bagi golongan masyarakat ekonomi lemah hal ini terkait bank syariah berbeda dengan bank konvensional, tetapi bank syariah bukan hanya sebagai lembaga *intermediary* tetapi juga sebagai lembaga yang menjalankan fungsi sosial. Hal tersebut diatas terdapat dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, pada pasal 4 ayat 2. Posisi bank syariah sebagai lembaga keuangan yang sudah eksis di tingkat nasional maupun internasional harus menjadi lembaga keuangan percontohan dalam menggerakkan program CSR.

Di dalam Al-Qur'an istilah tanggung jawab sosial sering dilaporkan, sehingga *Corporate Social Responsibility* dalam ajaran Islam bukanlah sesuatu yang asing untuk dilakukan. Seperti dalam firman Allah:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا

تُحِبُّ الْفُسَادَ ۗ⁹

⁹ Arinya: “Dan apabila dia berpaling (dari engkau), dia berusaha untuk berbuat kerusakan di bumi, serta merusak tanaman-tanaman dan ternak, sedang Allah tidak menyukai kerusakan”. (Q.S. Al-Baqarah: 205). Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahnya, (Jakarta: PT Sinegri Pustaka Indonesia, 2012) h. 40.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾¹⁰

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam ajaran Islam, Allah SWT mengajarkan kepada manusia sebagai khalifah dimuka bumi untuk menjaga amanah (sumber daya alam) yang diberikan-Nya. Sehingga dalam menjalankan usahanya baik yang berhubungan langsung dengan alam maupun tidak manusia harus tetap memperhatikan kondisi alam dan lingkungan di manapun ia berada.

Kemudian pada aspek kepedulian terhadap sesama manusia, agama Islam juga sangat menganjurkan kepada manusia untuk saling peduli terhadap kondisi orang yang ada disekitarnya dengan berbagai cara seperti infaq, sedekah, zakat dan lainnya. Sebagaimana firman Allah:

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَأَسْمِعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِّأَنْفُسِكُمْ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَالِحُونَ ﴿١٦﴾¹¹

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT melarang manusia untuk bersifat kikir, maka penulis tertarik untuk membahas dan mengkaji bagaimana kesesuaian Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas pada PT BRI Syariah. Oleh karena

¹⁰ Artinya: “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdo’alah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”. (Q.S. Al-A’raf: 56). Ibid., h. 212.

¹¹ Artinya: “maka bertakwalah kamu kepada Allah menurut kesanggupanmu dan dengarlah serta taatlah, dan infakkanlah harta yang baik untuk dirimu. Dan barang siapa dijaga dirinya dari kekikiran, maka itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. At-Tagabun: 16). Ibid., h. 815.

itu, penulis berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut dari hal tersebut dan penulis mencoba menuangkannya dalam sebuah penelitian yang berjudul **“ANALISIS KESESUAIAN PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT BRI SYARIAH TERHADAP PERATURAN PEMERINTAH NO 47 TAHUN 2012 TENTANG TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERSEROAN TERBATAS”**

B. Fokus dan Subfokus

1. Fokus

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada Penerapan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah Terhadap Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

2. Subfokus

- a. Pengelolaan dan *corporate social responsibility* dan pelaporannya pada PT BRI Syariah.
- b. Kesesuaian penerapan pengelolaan *corporate social responsibility* pada PT BRI Syariah terhadap peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengelolaan dan *corporate social responsibility* dan pelaporannya pada PT BRI Syariah?
2. Apakah pengelolaan *corporate social responsibility* pada PT BRI Syariah sesuai dengan peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas?

D. Kegunaan Penelitian

Setelah menyelesaikan skripsi ini, tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman. Selain itu juga, merupakan suatu latihan penerapan teori-teori dan teori-teori tersebut dapat dipelajari oleh mahasiswa sebagai tambahan wawasan.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan saran yang bersifat membangun untuk meningkatkan tanggung jawab sosial PT BRI Syariah

3. Bagi Pihak Lain

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi tentang *Corporate Social Responsibility* pada Bank Syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Tentang *Corporate Social Responsibility*

1) *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas.¹ *Corporate social responsibility* yang dijalankan oleh sebuah perusahaan tidak hanya diterapkan oleh lingkungan internal perusahaan saja, akan tetapi juga harus diterapkan pada lingkungan eksternal perusahaan. Yaitu dapat berupa meningkatkan kemampuan masyarakat sekitar yang berada disekitar lingkungan perusahaan dengan melakukan pelatihan-pelatihan serta menyediakan lapangan pekerjaan.

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.² Penerapan konsep *corporate social responsibility* pada sebuah perusahaan harus dapat dirasakan manfaatnya terutama oleh masyarakat lingkungan sekitar perusahaan. Salah satunya adalah dengan perusahaan wajib menjaga lingkungan agar kualitas

¹Budi Untung, *CSR Dalam Dunia Bisnis*. (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014), h. 3.

²Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), Cet ke-dua, h.1

lingkungan hidup masyarakat dalam jangka panjang, baik untuk generasi saat ini maupun untuk generasi yang akan datang. Akan tetapi, *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), lembaga internasional yang beridiri tahun 1995 dan beranggotakan lebih dari 120 *multinational company* yang beranggotakan lebih dari 30 negara itu, dalam publikasinya *Making Good Business Sense* mendefinisikan CSR, sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute economic development while improving the quality of workforce and their families as well as of the local community and society at large*”. Maksudnya adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.³ Dalam melaksanakan *corporate social responsibility* perusahaan tidak hanya memperhatikan aspek kepatuhan terhadap hukum semata tetapi juga memberikan dampak positif secara nyata baik di dalam lingkungan perusahaan maupun diluar lingkungan perusahaan. Oleh karena itu kegiatan positif dalam pelaksanaan CSR harus dilaksanakan secara berkesinambungan agar manfaatnya dapat dirasakan oleh karyawan maupun non karyawan secara terus menerus.

³Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, (Gresik: Fascho Publishing, 2007), Cet ke-2, h.7

Berdasarkan pengertian diatas penulis menarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* adalah tanggung jawab sosial perusahaan baik terhadap internal perusahaan yaitu tanggung jawab kepada pemegang saham, kesejahteraan hidup karyawan beserta keluarganya, serta pengembangan karir bagi karyawan. Maupun terhadap eksternal perusahaan yang meliputi pemeliharaan lingkungan disekitar perseroan bagi generasi mendatang, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat sekitar.

2) Sejarah *Corporate Social Responsibility*

- a. Prinsip derma dan prinsip perwalian sebagai faktor pendorong lahirnya konsep CSR tahap awal (periode 1950-1960)

Konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam perjalanan manajemen korporat akan diuraikan mulai sejak lahir sampai dengan konteks kekinian. Sejak awal tahun 1930-an sampai periode tahun 1960-an. Terdapat tiga tema cara pandang yang berkaitan untuk menjelaskan tanggung jawab sosial korporasi yang digunakan oleh para pemimpin bisnis, yaitu *trusteeship*, *balancing of interests and service* yang telah memperoleh penerimaan yang semakin besar dari para pelaku bisnis. Pertama, manajer dianggap berperan sebagai wali (*trustee*) dari berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Oleh sebab itu manajer harus mempertimbangkan berbagai kepentingan pihak-pihak yang terpengaruh oleh keputusan dan kebijakan perusahaan. Kedua, para

manajer memiliki kewajiban untuk menyeimbangkan kepentingan berbagai konstituen utama perusahaan. Mereka juga bertindak sebagai coordinator yang melakukan rekonsiliasi atas beragam tuntutan yang diajukan berbagai kelompok terhadap perusahaan. Ketiga, manajer memiliki tanggung jawab untuk melayani masyarakat. Dalam hal ini terdapat suatu keyakinan bahwa manajer berkewajiban untuk melaksanakan serangkaian program sosial dalam rangka memberikan manfaat bagi masyarakat.⁴

- b. Pengaruh konsep *stakeholder management* terhadap perkembangan konsep CSR (Periode 1960-1970-an)

Perkembangan konsep CSR berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri tidak dapat dilepaskan perkembangannya dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif.

⁴Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), Cet ke-2, h.5-7

Pada tahap awal (stage 1), tanggung jawab sosial korporat lebih tertuju kepada pemilik perusahaan (*shareholders/owners*) dan manajer. Pada tahap ini pemimpin perusahaan akan mengedepankan kepentingan para pemegang saham, yakni melalui berbagai upaya untuk menggunakan sumber daya perusahaan seefisien mungkin dan melakukan maksimasi peraturan dan perundang-undangan yang berlaku namun pemimpin perusahaan memiliki pandangan bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat secara luas.⁵

Dalam hal ini Friedman menyatakan bahwa kalau pun perusahaan menggunakan retorika *Corporate Social Responsibility*, maka konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut harus diartikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk melakukan maksimasi laba. Apabila manajer mengembangkan konsepsi CSR di luar tujuan maksimasi laba, maka konsep CSR tersebut hanya bisa ditafsirkan sebagai dua opsi : *Pertama*, manajer memasuki ranah politik dengan melakukan berbagai aktivitas *philanthropic* yang seharusnya dilakukan oleh Pemerintah sebagai pihak yang harus melakukan pelayanan public karena Pemerintah telah memperoleh pajak dari masyarakat. *Kedua*, manajer bertindak sebagai *principal* (pemegang peran utama dalam perusahaan) dan bukan sebagai agen, di mana tindakan manajer untuk melakukan

⁵*Ibid.*, h.10

program CSR tersebut “dibiayai” oleh pemegang saham yang harus menanggung biaya CSR tersebut. Di dalam pasar yang kompetitif, tindakan perusahaan ini berpotensi mengakibatkan *competitive disadvantage* (tidak unggul dalam bersaing) sehingga bisa menjadi target akuisisi atau pun pengambilan (*takeover*) oleh perusahaan lain yang lebih unggul.⁶

Pada tahap kedua (*stage 2*), perusahaan mulai mengembangkan tanggung jawab sosialnya kepada para karyawan (*employees*). Pada tahap ini manajer perusahaan tidak hanya memperhatikan maksimalisasi laba, tetapi mereka mulai memberikan perhatian yang besar kepada sumber daya manusia. Hal ini dilakukan karena mereka berkeinginan untuk dapat merekrut, memelihara dan memotivasi para karyawan yang baik. Para manajer pada tahap ini akan melakukan berbagai upaya seperti memperbaiki kondisi kerja dan mengembangkan hak-hak karyawan dan memberikan kompensasi yang layak serta meningkatkan keamanan kerja, dan lain-lain.

Pada tahapan ketiga (*stage 3*) perusahaan mengembangkan tanggung jawab sosialnya kepada para konstituen dalam suatu lingkungan yang spesifik di mana konstituen tersebut biasanya merupakan komunitas lokal (*local communities*) yang terkena

⁶*Ibid.*, h.12

dampak secara langsung oleh operasional perusahaan di daerah tempat mereka bermukim.

Pada tahap keempat (*stage 4*), perusahaan tidak hanya mengembangkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat lokal melainkan mencakup pula masyarakat dalam arti luas (*broader society*). Para manajer memandang bisnis mereka sebagai bagian dari entitas publik dan mereka merasa bertanggung jawab untuk melakukan berbagai kebijakan kepada publik.

Oleh sebab itu perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat secara luas sebagai salah satu bagian dari konstituen, karena masyarakat dan para konstituen telah memungkinkan perusahaan memperoleh berbagai perlakuan istimewa tersebut.⁷

c. Perkembangan Konsep CSR Sejak Tahun 1980-an

Menurut Carroll (1979), konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut:⁸

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.

⁷*Ibid.*, h.13

⁸*Ibid.*, h.14-15

2) *Legal responsibilities*

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

3) *Ethical responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai suatu isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut, individu ataupun organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.

4) *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 juga 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 sebagai *Corporate Citizenship*.

3) Manfaat Corporate Social Responsibility

a. Manfaat CSR Bagi Masyarakat

Menurut Asih sebagaimana dikutip oleh Totok Mardikanto pada tahun 2012 menyatakan bahwa, dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatian kepada tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi deviden kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan banyak dampak yang diharapkan kepada masyarakat.⁹

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan

⁹Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.133

kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat diberbagai bidang.

Lebih lanjut, Menurut Clark sebagaimana dikutip oleh Totok Mardikanto pada tahun 2000 menyatakan bahwa, menyimpulkan bahwa hubungan masyarakat (*PR*) dengan komunikasi yang efektif dan manajemen hubungan dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) akan diperoleh banyak manfaat bagi komunitas, dalam bentuk:¹⁰

- 1) Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja dan pelatihan.
- 2) Pendanaan investasi komunitas, pengembangan insfrastruktur.
- 3) Keahlian komersial.
- 4) Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat.
- 5) Representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas.

Di pihak lain, Menurut Dzahro sebagaimana dikutip oleh Totok Mardikanto pada tahun 2012 menyatakan bahwa, program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan

¹⁰*Ibid.*, h.134

komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).¹¹ Jadi *corporate social responsibility* tidak hanya berdampak positif bagi perseroan akan tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat diantaranya pengetahuan terkait perseroan yang melakukan kegiatan CSR dilingkungan masyarakat, meningkatkan kemampuan masyarakat sehingga menjadi lebih terampil dan meningkatkan kualitas lingkungan sekitar tempat masyarakat tinggal dengan adanya program yang bersifat keberlanjutan.

b. Manfaat CSR Bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR juga memberikan manfaat bagi pemerintah. Melalui CSR akan tercipta hubungan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya. Tugas pemerintah untuk menciptakan kesejahteraan bagi rakyatnya menjadi lebih ringan dengan adanya partisipasi pihak swasta (perusahaan) melalui kegiatan CSR. CSR yang dapat berperan dalam mengatasi permasalahan-permasalahan sosial adalah CSR yang bersifat *community development* seperti pemberian beasiswa,

¹¹*Ibid.*, h,134

pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin, pembangunan sarana kesehatan dan lain sebagainya.¹²

Terkait dengan hal ini, pengalaman menunjukkan bahwa, kehadiran CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada pemerintah, dalam bentuk:

- 1) Dukungan pembiayaan, utamanya karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan.
- 2) Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan, pendidikan/pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian, dll), baik yang (sudah) dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR.
- 3) Dukungan keahlian, melalui keterlibatan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat.
- 4) Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR, merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Pelaksanaan CSR yang efektif di Negara berkembang masih memiliki penegakan hukum yang lemah, ketidakstabilan keuangan dan politik, kemiskinan dan tingkat pendidikan yang rendah membutuhkan juga peran pemerintah secara efektif. CSR bukan alat untuk memutuskan persoalan kemiskinan, kelangkaan lapangan

¹²*Ibid.*, h.135

kerja, eksploitasi dan kerusakan lingkungan, tetapi lebih berupa instrument yang dapat digunakan perusahaan untuk membantu pemerintah memberdayakan dan mendukung masyarakat.¹³

c. Manfaat CSR Bagi *Korporasi*

Branco and Rodrigues membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan, yaitu¹⁴ dari sisi internal maupun eksternal. Dari sisi internal, manfaat itu meliputi beberapa hal. Pertama, pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktifitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki ketrampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral dari karyawan. Kedua, adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan. Adapun bentuk-bentuk aktifitas yang dapat dilakukan, antara lain penggunaan bahan baku yang didaur ulang atau dapat dipakai kembali dan mengganti bahan baku produksi yang kurang ramah lingkungan. Ketiga, menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya

¹³*Ibid.*, h,135-136

¹⁴Tirta N. Mursitama, dkk, *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia (Teori dan Implementasi)*, (Jakarta: INDEF, 2011), h.29.

manusia, dan organisasi yang baik. Pengenalan CSR diharapkan akan memunculkan komitmen karyawan yang kuat terhadap perusahaan dan kemauan untuk belajar. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan ketrampilan mereka diharapkan dapat meningkat. Keempat, meningkatnya kinerja keuangan, dimana dengan dilakukannya CSR, kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah go public, menjadi lebih baik. Misalnya, riset yang dilakukan oleh Al-Tuwaijri bersama kawan-kawan, yang menguji hubungan antara tiga variabel, yakni pengungkapan tanggungjawab terhadap lingkungan yang merupakan salah satu unsur CSR, kualitas lingkungan, dan kinerja ekonomi perusahaan pada 531 perusahaan yang terdaftar di Wall Street pada 1994, menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara ketiga variabel tersebut

Selain mendapatkan manfaat internal, terdapat beberapa manfaat eksternal dari penerapan CSR bagi suatu perusahaan. Pertama, penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Selain itu, juga akan meningkatkan ketertarikan investor kepada perusahaan tersebut, serta memperluas jaringan bisnis dan mengurangi risiko bisnis. Kedua, CSR merupakan satu bentuk

diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktifitas sosial, dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Ketiga, melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR, merupakan komunikasi yang baik, maka perusahaan dapat membangun reputasi dan image yang baik.¹⁵

Menurut Untung sebagaimana dikutip oleh Totok Mardikanto pada tahun 2008 menyatakan bahwa, mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah :¹⁶

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- 3) Melebarkan akses sumber daya bagi operasi sosial.
- 4) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 5) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 6) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 7) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 8) Peluang mendapatkan penghargaan.

¹⁵*Ibid.*, h.31

¹⁶Totok Mardikanto, *op.cit.*, h.136

Di lain pihak Menurut Pratiwi sebagaimana dikutip oleh Totok Mardikanto pada tahun 2012 menyatakan bahwa, lebih jauh menyampaikan beberapa manfaat CSR bagi korporasi, seperti berikut :¹⁷

1) Meningkatkan citra perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

2) Memperkuat “Brand” Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

3) Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4) Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya

¹⁷Totok Mardikanto, *op.cit.*, h.138-141

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

5) Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

6) Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan

Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

7) Meningkatkan Harga Saham

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll.), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin

mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.

8) Keuntungan CSR bagi perusahaan, layak mendapatkan *social license to operate*

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

9) Mereduksi Risiko Bisnis Perusahaan

Mengelola risiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan *stakeholders* akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* perlu mendapat perhatian.

10) Melebarkan Akses Sumber Daya

Track records yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

11) Membentangkan Akses Menuju Market

Investasi yang ditanamkan untuk *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

12) Mereduksi Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

13) Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder*

Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder*, dimana komunikasi ini akan semakin menambah trust *stakeholders* kepada perusahaan.

14) Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

15) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Image perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

16) Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

Peran perusahaan dalam kegiatan CSR dipandang sebagai hal yang merugikan, baik bagi perusahaan maupun masyarakat secara umum. Hal tersebut dikarenakan dana yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR mengurangi laba dan sebaik-baiknya manfaat yang dihasilkan hanyalah bersifat jangka pendek. Oleh sebab itu agar kegiatan CSR dapat bermanfaat tidak hanya jangka pendek maka perusahaan harus menetapkan tata kelola perusahaan yang baik, serta menjalankan program CSR secara berkelanjutan.

4) Prinsip-prinsip CSR

Crowther David mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga, yaitu:¹⁸

1. Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitasnya, tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa mendatang dan kemampuan generasi mendatang.
2. Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktifitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan, ketika aktifitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.
3. Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Tranparansi berhubungan dengan pelaporan aktifitas perusahaan berikut dampak tehadap pihak eksternal.

Implementasi CSR didasarkan pada prinsip-prinsip berikut:¹⁹

- a. Prinsip Kepatuhan Hukum, dalam arti, perusahaan harus memahami dan mematuhi semua peraturan, lokal, internasional, yang dinyatakan secara tertulis dan tidak tertulis, sesuai dengan prosedur tertentu.
- b. Kepatuhan terhadap Hukum Adat Internasional. Artinya, ketika menetapkan kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan

¹⁸Nor Hadi, *Corporate Sosial Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h.59

¹⁹Totok Mardikanto, *op.cit.*, h.166

tanggung jawab sosial, perusahaan harus mematuhi, keputusan, pedoman, peraturan pemerintah, deklarasi dan atau perjanjian internasional.

- c. Menghormati *stakeholder* terkait, dalam arti, perusahaan harus mengakui dan menerima keberagaman *stakeholder* terkait dan keragaman perusahaan mitra (besar dan kecil) dan unsure-unsur lain, yang dapat mempengaruhi *stakeholder* terkait.
- d. Prinsip transparansi artinya, perusahaan harus jelas, akurat dan komprehensif dalam menyatakan kebijakan, keputusan dan kegiatan, termasuk pengenalan terhadap potensi lingkungan dan masyarakat. Selain itu, informasi tersebut harus tersedia bagi orang yang terkena dampak atau mereka yang mungkin akan terpengaruh secara material oleh perusahaan.
- e. Menghormati Hak azasi Manusia, dalam arti, perusahaan harus melaksanakan kebijakan dan praktik yang akan menghormati hak azasi manusia yang ada dalam Deklarasi Universal lefts Manusia.

Terkait dengan hal tersebut, *Organization for Economic Cooperation and Development-OECD* (2000), merumuskan prinsip-prinsip sebagai pedoman dalam implementasi *CSR* bagi perusahaan transnasional, yaitu:²⁰

²⁰Totok Mardikanto, *op.cit.*, h.166-167

- a. Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.
- b. Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di Negara tempat perusahaan beroperasi.
- c. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerjasama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis.
- d. Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan.
- e. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perpajakan, insentif financial dan lain-lain.
- f. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* serta mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik tatakelola perusahaan yang baik.
- g. Mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri sendiri (*self regulation*) secara efektif guna menumbuhkembangkan relasi saling percaya di antara

perusahaan dan masyarakat setempat di mana perusahaan beroperasi.

- h. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebaran informasi tentang kebijakan-kebijakan pada pekerja melalui program-program pelatihan.
- i. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih dan indisipliner.
- j. Mengembangkan mitra bisnis termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
- k. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tidak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

5) Jenis-jenis Tanggung Jawab Perusahaan

Untuk memenuhi kontrak sosialnya terhadap masyarakat, perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab sosial secara simultan. Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Yang dimaksud dengan pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan maupun operasi perusahaan. Jones (1995) selanjutnya mengklasifikasikan pemangku kepentingan tersebut

ke dalam 2 (dua) kategori, yaitu :*inside stakeholders* dan *outside stakeholders*.

- a. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), para manajer (*managers*) dan karyawan (*employees*).
- b. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).²¹ Dalam menjalankan kegiatan CSR perusahaan harus bertindak secara aktif, yaitu dengan melaksanakan program CSR baik di dalam maupun diluar lingkungan perseroan. Perseroan wajib menerapkan program CSR kepada masyarakat luas di lingkungan perseroan agar masyarakat mengenal perseroan dan memberikan dampak yang positif bagi perseroan, baik itu bersifat

²¹Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability* (Jakarta :Salemba Empat, 2009), h 2

finansial maupun non finansial. Penerapan CSR di dalam lingkungan perseroan tidak kalah pentingnya karena tidak dapat dipungkiri hal ini berdampak langsung kepada perseroan yaitu salah satunya dengan melakukan pelatihan terhadap karyawan sehingga akan meningkatkan kinerja karyawan terhadap perseroan.

6) Jenis - Jenis Program CSR

a. Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotions*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.²²

Komunikasi persuasive dengan tujuan menciptakan kesadaran (*awareness*) serta perhatian terhadap suatu masalah sosial, merupakan focus utama dari kategori aktivitas CSR ini. Beberapa tujuan komunikasi persuasive yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui pelaksanaan *cause promotion*, adalah sebagai berikut:²³

- 1) Menciptakan kesadaran dan perhatian dari masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistic serta fakta-fakta yang menggugah.

²²Dwi Kartini, *op. cit.*, h.63

²³*Ibid.*, h.63-64

- 2) Membujuk masyarakat untuk memperoleh informasi lebih banyak mengenai suatu isu sosial dengan mengunjungi *website* tertentu.
- 3) Membujuk orang untuk menyumbangkan waktunya, untuk membantu mereka yang membutuhkan.
- 4) Membujuk orang untuk menyumbangkan uangnya untuk kemanfaatan masyarakat melalui pelaksanaan program sosial perusahaan.

Berbagai *benefit* yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan *cause promotions*, adalah sebagai berikut:²⁴

- a) Pelaksanaan *cause promotions* oleh perusahaan akan memperkuat positioning merk perusahaan.
- b) Pelaksanaan *cause promotions* dapat turut menciptakan jalan bagi ekspresi loyalitas konsumen terhadap suatu masalah, sehingga bisa meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan penyelenggara promosi.
- c) Memberikan peluang kepada karyawan perusahaan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka.
- d) *Cause promotions* dapat menciptakan kerjasama antara perusahaan dengan pihak-pihak lain (misalnya media), sehingga memperbesar dampak pelaksanaan promosi.

²⁴*Ibid.*,h.65

e) Aktivitas *cause promotions* dapat meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*), dimana citra perusahaan yang baik akan dapat memberikan berbagai pengaruh positif lainnya, misalnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan yang dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kinerja financial perusahaan.

b. Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial (*Cause Related Marketing*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu serta untuk aktivitas derma tertentu.

Beberapa aktivitas *cause-related marketing* yang biasa dilakukan oleh perusahaan-perusahaan adalah sebagai berikut:²⁵

- 1) Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap produk yang terjual.
- 2) Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap aplikasi atau rekening yang dibuka.
- 3) Menyumbangkan presentase tertentu dari setiap produk yang terjual atau transaksi untuk kegiatan amal (*charity*).

²⁵*Ibid.*,h.66

- 4) Menyumbangkan presentase tertentu dari setiap laba bersih perusahaan untuk kegiatan sosial atau untuk tujuan amal.

Meskipun kampanye *cause-related marketing* mendukung berbagai jenis kegiatan sosial, namun terdapat beberapa masalah sosial yang sangat menonjol sehingga mendorong banyak perusahaan untuk berpartisipasi dalam bidang ini. Untuk konteks Indonesia, pelaksanaan *cause-related marketing* terutama ditujukan untuk kegiatan beasiswa, penyediaan air bersih, pemberian layanan kesehatan, pengembangan usaha kecil dan menengah.

Perusahaan-perusahaan yang melaksanakan aktivitas *cause-related marketing* dapat memperoleh benefit-benefit sebagai berikut:²⁶

- a) Perusahaan dapat menarik pelanggan baru melalui *cause related marketing*.
- b) Aktivitas *cause-related marketing* dapat menjangkau relung pasar (*market niche*). Saat ini semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa aktivitas *cause-related marketing* merupakan suatu cara yang efektif untuk menjangkau konsumen dari segmen dengan karakteristik demografi, geografi atau pasar sasaran tertentu.
- c) Aktivitas *cause-related marketing* dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan.

²⁶*Ibid.*,h.66-67

- d) Aktivitas *cause-related marketing* dapat membangun identitas merk yang positif di mata pelanggan. Identitas merk yang positif dapat terjadi akibat merk perusahaan disandingkan dengan program CSR yang disponsori oleh merk perusahaan.
- c. Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (*Corporate Societal Marketing*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan public, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kampanye *corporate social marketing* lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut:²⁷

1) Isu-isu Kesehatan

Dalam hal ini kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat yang memiliki dampak bagi kesehatan mereka.

2) Isu-isu Perlindungan Terhadap Kecelakaan/Kerugian

Isu-isu tersebut mencakup keselamatan lalu lintas, pencegahan dari kejahatan, pencegahan dari pembajakan.

²⁷*Ibid.*,h.67-68

3) Isu-isu Lingkungan

Kampanye *corporate societal marketing* bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat agar meninggalkan berbagai perilaku yang merusak lingkungan.

4) Isu-isu Keterlibatan Masyarakat

Dalam hal ini kampanye *corporate societal marketing* bertujuan untuk mengubah orang agar mereka lebih terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat.

Benefit-benefit yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan *corporate societal marketing* antara lain:²⁸

1) Menunjang *PositioningMerk* Perusahaan

2) Menciptakan Preferensi *Merk*

Melalui penciptaan preferensi *merk*, maka *merk* produk perusahaan memiliki kemungkinan untuk lebih dipilih oleh konsumen pada saat mereka melakukan pembelian produk, dibandingkan dengan *merk* produk pesaing.

3) Mendorong Peningkatan Penjualan

Terutama bila konsumen mengaitkan produk perusahaan dengan perubahan perilaku yang diinginkan.

4) Menarik Mitra yang Bisa Diandalkan serta Memiliki

Kepedulian Besar untuk Merubah Perilaku Masyarakat

²⁸*Ibid.*,h.68-69

Hal ini disebabkan karena pelaksanaan *corporate societal marketing* biasanya memperoleh tanggapan yang positif dari kalangan pemerintah, organisasi nirlaba, yayasan serta berbagai kelompok kepentingan yang memiliki kepedulian terhadap perubahan perilaku masyarakat.

5) Memberikan Dampak yang Nyata terhadap Perubahan Sosial

d. Kegiatan Filantropi Perusahaan (*Corporate Philanthropy*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan atau pelayanan secara cuma-cuma.

Kegiatan filantropi biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan. Berbagai program *corporate philanthropy* yang dilaksanakan perusahaan, antara lain:²⁹

- 1) Program *corporate philanthropy* dalam bentuk sumbangan uang tunai.
- 2) Program *corporate philanthropy* dalam bentuk bantuan hibah.
- 3) Program *corporate philanthropy* dalam bentuk penyediaan beasiswa.

²⁹*Ibid.*,h.70

- 4) Program *corporate philanthropy* dalam bentuk pemberian produk.
- 5) Program *corporate philanthropy* dalam bentuk pemberian layanan cuma-cuma.
- 6) Program *corporate philanthropy* dalam bentuk penyediaan keahlian teknis oleh karyawan perusahaan secara cuma-cuma.
- 7) Program *corporate philanthropy* dengan mengizinkan penggunaan fasilitas dan saluran distribusi yang dimiliki perusahaan untuk digunakan bagi kegiatan sosial.
- 8) Program *corporate philanthropy* yang dilakukan perusahaan dengan cara menawarkan penggunaan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan

Beberapa *benefit* yang dapat diperoleh perusahaan dari pelaksanaan program *corporate philanthropy*, antara lain:³⁰

- 1) Meningkatkan Reputasi Perusahaan
 - 2) Memperkuat Bisnis Perusahaan di Masa Depan
 - 3) Memberi dampak bagi penyelesaian Masalah Sosial dalam Komunitas Lokal.
- e. Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela (*Community Volunteering*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran, atau para

³⁰*Ibid.*,h.70-71

pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

Bentuk dukungan yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya untuk melaksanakan program *community volunteering*, antara lain:³¹

- 1) Memasyarakatkan etika perusahaan melalui komunikasi korporat yang akan mendorong karyawan untuk menjadi sukarelawan bagi komunitas. Komunikasi ini dapat pula dijadikan sarana agar karyawan mengetahui sumber daya perusahaan yang dapat digunakan untuk suatu peluang aktivitas sukarela.
- 2) Menyarankan kegiatan sosial atau aktivitas amal tertentu yang bisa diikuti oleh para karyawan. Dalam kaitan ini, perusahaan akan menyediakan informasi yang rinci mengenai bagaimana keterlibatan para karyawan perusahaan dalam aktivitas tersebut berikut bentuk kegiatan sosial atau amal yang akan dilakukan.
- 3) Mengorganisir tim sukarelawan untuk suatu kegiatan sosial.
- 4) Membantu para karyawan menemukan kegiatan sosial yang akan dilaksanakan melalui survey ke wilayah yang diperkirakan membutuhkan bantuan sukarelawan, mencari informasi melalui *website* atau dalam beberapa kasus dengan menggunakan

³¹*Ibid.*,h.71

software khusus yang akan melacak aktivitas sosial yang cocok dengan minat karyawan yang akan menjadi tenaga sukarelawan.

- 5) Menyediakan waktu cuti dengan tanggungan perusahaan bagi karyawan yang bersedia menjadi tenaga relawan, dimana waktu cuti ini bervariasi dari hanya beberapa hari kerja sampai menggunakan waktu cuti satu tahun untuk melaksanakan kegiatan sukarela di Negara berkembang atas nama perusahaan.
- 6) Memberikan penghargaan dalam bentuk uang untuk jumlah jam yang digunakan karyawan tersebut sebagai sukarelawan.
- 7) Memberikan penghormatan kepada para karyawan yang terlibat dalam kegiatan sukarela.

Beberapa *benefit* yang dapat diperoleh perusahaan melalui kegiatan *community volunteering*, antara lain:³²

- 1) Membangun Hubungan yang Tulus antara Perusahaan dengan Komunitas
 Hubungan yang tulus ini dapat terbina karena komunitas merasakan langsung komitmen perusahaan melalui pelibatan karyawan mereka dalam mengatasi masalah sosial dalam suatu komunitas.
- 2) Kegiatan *Community Volunteering* dapat Mmemberikan kontribusi terhadap Pencapaian Tujuan Perusahaan

³²*Ibid.*,h.72-73

3) Meningkatkan Kepuasan dan Motivasi Karyawan

Hal ini terjadi karena karyawan bekerja di perusahaan yang memiliki reputasi baik di mata public, sehingga mereka merasa puas bekerja di perusahaan dan kepuasan tersebut dapat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi.

f. Praktik Bisnis yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial (*Socially Responsible Business Practice*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

Yang dimaksud komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan yang dimaksud kesejahteraan mencakup di dalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional.

Beberapa aktivitas yang termasuk ke dalam *socially responsible business practice*, mencakup:³³

- 1) Membuat fasilitas yang memenuhi bahkan melebihi tingkat keamanan lingkungan dan keselamatan yang ditetapkan.

³³*Ibid.*,h.73

- 2) Mengembangkan perbaikan proses produksi barang dan jasa, seperti berbagai kegiatan untuk mengurangi penggunaan bahan-bahan yang berbahaya, mengurangi penggunaan bahan kimia dalam proses peningkatan pertumbuhan tanaman pangan.
- 3) Menghentikan penawaran produk yang ditenggarai membahayakan kesehatan manusia meskipun produk itu legal.
- 4) Memilih pemasok berdasarkan criteria kesediaan mereka menerapkan dan memelihara aktivitas *sustainable development*.
- 5) Memilih perusahaan manufaktur dan bahan kemasan yang paling ramah lingkungan dengan berbagai criteria seperti: perusahaan tersebut memiliki tujuan mengurangi penggunaan sumber daya secara sia-sia, menggunakan sumber daya yang bisa di daur ulang serta mengurangi terjadinya pembuangan racun ke lingkungan.
- 6) Melakukan pelaporan secara terbuka mengenai material produk yang digunakan berikut asal-usulnya, potensi bahaya yang ditimbulkan dari penggunaan produk serta berbagai informasi lain yang berguna bagi konsumen.
- 7) Mengembangkan berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Berbagai *benefit* yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan *socially responsible business practice* adalah sebagai berikut:³⁴

- 1) Pelaksanaan *socially responsible business practice* dapat menghemat uang perusahaan, memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan hidup serta meningkatkan kesadaran *energy* di antara para karyawan perusahaan.
- 2) Meningkatkan kesan baik komunitas terhadap perusahaan.
- 3) Bagi perusahaan yang berhasil menjalankan kegiatan *socially responsible business practice*, maka keberhasilan tersebut akan menciptakan preferensi konsumen terhadap merk produk perusahaan.
- 4) Pelaksanaan *socially responsible business practice*, misalnya dalam bentuk penyediaan sarana untuk kepentingan umum dapat menimbulkan image yang sangat positif dari pemerintah selaku pembuat peraturan sehingga memberikan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan.
- 5) Pelaksanaan *socially responsible business practice* oleh perusahaan dapat meningkatkan kepuasan karyawan. Hal ini disebabkan antara lain oleh munculnya rasa bangga menjadi bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.

³⁴*Ibid.*,h.74

- g. *Social Business Enterprise* (SBE) Merupakan Wujud Konkret dari Skema Besar Konsep CSR

Social Business Enterprise (SBE) pertama kali digagas oleh Muhammad Yunus dengan mempertemukan kepentingan bisnis untuk mencapai tujuan-tujuan sosial. Esensi dari konsep ini adalah mengoptimalkan keuntungan sosial dari suatu bisnis yang akan sangat berguna untuk kebaikan manusia tanpa harus terpaksa mendapatkan keuntungan pribadi semata. Konsep ini tidak lain merupakan bagian dari skema besar CSR yang telah dirancang dan diimplementasikan selama ini dan tentu saja sangat diapresiasi di seluruh dunia.³⁵

Dalam buku ‘Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan’ karangan Muhammad Yunus pada tahun 2008, dapat diambil intisari tentang filosofi SBE itu sendiri, yakni ‘keuntungan bisnis sosial ada di dalam bisnis’. Sedangkan prinsip utamanya ialah ‘sebaik mungkin beroperasi tanpa menanggung rugi seraya melayani orang khususnya mereka yang di antara kita paling kurang beruntung’. Berinvestasi di bisnis sosial amat jauh berbeda dengan kegiatan filantropi.

Pertama, usaha yang diciptakan orang dengan bisnis sosial bersifat mandiri. Tidak perlu suntikan dana setiap tahun. Bisnis sosial bisa bergerak sendiri, menghidupi sendiri, dan berkembang

³⁵*Ibid.*,h.75

sendiri. Begitu berdiri, bisnis ini terus tumbuh sendiri. Anda mendapat manfaat sosial lebih banyak dari uang anda. Kedua, investor dalam bisnis sosial mendapat lagi uang mereka. Mereka dapat menginvestasikan lagi uang itu dalam bisnis sosial serupa atau bisnis sosial lain. Dengan begitu, uang tersebut bisa member manfaat sosial lebih banyak. Karena ini bisnis, pelaku bisnis akan tahu ini merupakan peluang menarik bukan saja untuk membawa uang ke bisnis sosial, tetapi juga mengangkat keterampilan bisnis dan kreativitas mereka dalam mengatasi masalah sosial. Tidak saja investor mendapat lagi uangnya, tetapi dia juga tetap jadi pemilik perusahaan itu dan menentukan arah tindakan ke depan. Itu sudah merupakan prospek amat menarik.

h. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (Jenis Program CSR Badan Usaha Milik Negara – BUMN Indonesia)

PKBL adalah Program Kmitraan dan Bina Lingkungan, di mana PKBL adalah istilah CSR untuk BUMN di seluruh Indonesia. Dasar hukum PKBL adalah Peraturan MENTERI BUMN No.4 Tahun 2007, bahwa setiap BUN wajib membentuk unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat di mana besaran alokasi PKBL tersebut bernilai 2% dari laba bersih. Pada umumnya isu-isu PKBL meliputi:³⁶

³⁶Dwi Kartini, *op. cit.*, h.78

- 1) Program Kemitraan yang mayoritas dengan UMKM.
- 2) Program Bina Lingkungan terbagi:
 - a) Bantuan Bencana Alam.
 - b) Kesehatan Masyarakat.
 - c) Pendidikan dan Pelatihan Masyarakat.
 - d) Keagamaan.
 - e) Pengembangan Sarana Umum.
 - f) Pelestarian Alam.

Relevansinya dengan PKBL adalah mempunyai misi yang sama berupa skema sistematis guna memperlakukan *stakeholder*. dengan baik serta selaras dengan orientasi bisnis perusahaan dalam jangka panjang, yakni pengembangan bisnis yang stabil dan berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan di Indonesia.³⁷

7. Model *Corporate Social Responsibility*

Ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:³⁸

1. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti

³⁷*Ibid.*, h.81

³⁸Zaimi Saidi dan Hamid Abidin, *Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, (Jakarta; PIRAMEDIA, 2004), h. 64-65.

corporate secretary atau public affair manager atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/ LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian

hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

8. Reward bagi Korporat yang Melaksanakan CSR

a. Reward Finansial bagi Perusahaan

Mungkin hitung-hitungan *incremental ratio* untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk investasi CSR belum bisa dibuat secara baku, tetapi keterlibatan perusahaan dalam inisiatif CSR di era sekarang ini tidak akan sia-sia oleh karena ada beberapa *reward* yang akan dinikmati. *Reward* itu berupa:

1) Menurunkan Biaya Operasional Perusahaan

Perusahaan sebagai organisasi bisnis dalam skema operasionalnya membutuhkan energy dan sumber daya lainnya, dan itu mampu menyedot biaya yang sangat besar sekali apabila tidak disiasati dengan cermat. CSR adalah suatu inisiatif yang harus dilakukan perusahaan untuk menekan biaya operasional bisnis tersebut.aplikatif sekali, yakni kantor perusahaan bisa memakai kertas dari bahan-bahan yang berdaur ulang untuk kebutuhan administrasi sehari-hari.

2) Meningkatkan Volume Penjualan dan Pangsa Pasar

3) Menarik Calon Investor

Menyangkut menarik calon-calon investor baru, Grameen Bank sebagai impelmentator konsep serta proyek SBE. Grameen Bank mempunyai segmen memberikan kredit mikro bagi masyarakat miskin di Bangladesh. Di mana 95% dari 2,3 juta konsumen Grameen Bank adalah wanita miskin yang berkategori menghasilkan dan produktif.

Oleh karena wanita Bangladesh dipandang mampu mengelola kredit tanpa agunan dan tanpa bunga menjadi sesuatu bernilai lebih dibanding para prianya.

Pinjaman lunak hanya diberikan kepada satu komunal yang terdiri dari 5 anggota yang bukan dari satu keluarga. Petugas bank hanya memastikan dengan turun ke desa-desa bahwa pinjaman tersebut telah digunakan sesuai proposal yang mereka ajukan sebelumnya. Begitu mudahnya kredit produktif ini digunakan tanpa memerlukan setumpuk persyaratan yang berbelit-belit. Sejak awal dan 20 tahun kemudian Grameen Bank telah mempunyai 1170 cabang dan beroperasi di lebih 40.000 desa diseluruh Bangladesh, di mana tingkat pengembalian pembayaran mencapai 95%. Suatu tingkat yang fantastis bagi suatu bank yang berani melakukan terobosan bisnis pinjaman lunak tanpa agunan dan tanpa bunga.

Kinerja Grameen Bank yang luar biasa tersebut menyebabkan pemiliknya Muhammad Yunus, seorang Profesor dari

Departemen Ekonomi Universitas Chittagong Bangladesh, dan program Grameen Bank itu mendapat reputasi penghargaan tertinggi di level dunia yakni penghargaan Nobel Perdamaian. Dengan reputasinya saat ini Grameen Bank berhasil menarik investor lokal maupun internasional, yakni dengan didirikannya unit bisnis baru Grameen Telecom, telepon bagi orang-orang miskin dan Grameen Shakti, bisnis pengembangan sumber daya energy yang terbarukan. Semua *stakeholders* yang berhubungan dengan Grameen Bank merasa puas dan bangga menjadi bagian dari sistematisasi proses dan program dari Grameen Bank.

4) Pertumbuhan Nilai Saham yang Signifikan

New York Stock Exchange dengan *Dow Jones Sustainability index* (DJSI) dan *London Stock Exchange* dengan *Socially Responsible Investment* (SRI) index menjadi pionir di dunia pasar modal dalam mengukur nilai saham atas dasar kinerja perusahaan dilihat dari penerapan CSR.

Menurut *Social Investment Forum* yang melaporkan bahwa perusahaan-perusahaan yang melaksanakan CSR secara umum signifikan memperoleh peningkatan dana segar dari nilai saham mereka, yakni dihitung secara total tumbuh dari \$639 miliar pada tahun 1995 menjadi \$1/185 triliun pada tahun 1997 serta terus tumbuh menjadi \$2.16 triliun di tahun 1999.

5) Membuat Kesejahteraan Karyawan Lebih Baik

Sekali lagi, CSR juga memperhatikan aspek dan kepentingan serta kebutuhan atas asetnya yang paling berharga bernama karyawan. Asumsi idealnya adalah perusahaan yang telah melaksanakan CSR secara konstruktif mampu menurunkan biaya operasional, meningkatkan volume penjualan, menarik calon-calon investor baru yang potensial, dan pertumbuhan nilai saham yang signifikan sehingga secara otomatis penghasilan karyawan bisa meningkat dalam berbagai bentuk manfaat yang bisa diperoleh. Efek positifnya adalah karyawan akan lebih produktif, loyal dan mendukung nilai-nilai perusahaan yang menyangkut penerapan CSR.

6) Mencegah Risiko dari Dampak Sosial

Yang paling ditakutkan oleh pelaku bisnis adalah terjadinya pemboikotan oleh konsumen terhadap produk mereka, sehingga menimbulkan kerugian yang sangat luar biasa, atau pengrusakan infrastruktur bisnis seperti pabrik, gudang, kantor dan fasilitas lainnya oleh massa karena terjadinya kerusuhan sosial atau tragedy politik.

Fenomena ini bisa dicegah oleh peran CSR dalam aktivitas bisnis mereka. Yang masih diingat sampai sekarang adalah bagaimana ketika kerusuhan sosial Mei 1998 di Jakarta, banyak fasilitas bisnis dibakar atau dirusak, tetapi seluruh fasilitas

bisnis yang dimiliki oleh Astra di kawasan Sunter justru dijaga oleh warga sekitaran fasilitas Astra dan menghalau massa yang hendak menghancurkan fasilitas Astra. Setelah diselidiki, ternyata Astra jauh-jauh hari sebelum kerusuhan Mei 1998 telah mengimplementasikan CSR dengan *Community Development* (CD) sebagai ujung tombaknya. Program mereka yang utama adalah rehabilitasi dan penghijauan kembali kali Sunter yang bertujuan agar banjir yang setiap tahun melanda wilayah Sunter bisa diminimalisir.

Kemudian program andalan mereka yang lain adalah mensubkontrakkan onderdil-onderdil kendaraan yang mudah dibikin ke warga sekitar Sunter dan sebelumnya para supplier UKM ini telah diberi pelatihan oleh instruktur dan tutor yang ahli yang berasal dari Astra itu sendiri. Tujuan dari program ini adalah memberdayakan potensi ekonomi yang dimiliki warga di sekitar Sunter, yang efeknya adalah menciptakan lapangan kerja dan mengoptimalkan rantai pemasok dari lokal Sunter.

7) Mencegah Risiko dari Dampak Alam

Selain sosial, CSR juga harus memerhatikan aspek lingkungan. Mengabaikan lingkungan ke depannya bisa fatal oleh karena berpotensi untuk menciptakan kerugian perusahaan, seperti kecelakaan industri akibat salah mengelola limbah, atau kejadian bencana alam seperti banjir lumpur panas, longsor,

kebakaran hutan akibat salah perhitungan dalam melakukan operasional bisnis yang tidak berwawasan lingkungan, dan kedepannya memperburuk kinerja keuangan bahkan bisa menuju kebangkrutan perusahaan.

Operasional bisnis yang ramah lingkungan menjadi kunci untuk mencegah risiko dari dampak alam. Inisiatif CSR yang bisa dilakukan adalah mengolah limbah dengan baik, seperti menekan emisi gas buang dari polusi dan membuat bak penampung limbah cair yang diproses sebelum dibuang.

Kemudian memperbaharui bekas lahan bisnis atau tambang yang tidak produktif bertransformasi menjadi sesuatu yang berguna bagi masyarakat atau merehabilitasi mendekati kondisi naturalnya (untuk industri berbasis sumber daya alam), memberlakukan protocol yang ketat dalam memproses bahan baku dari alam.

b. Reward Non Finansial Bagi Perusahaan

Reward non financial bertendensi adanya pergerakan CSR dari suatu perusahaan yang menghasilkan, tidak berbentuk uang tetapi berbentuk peningkatan kapasitas dan kapabiliti perusahaan tersebut secara kualitatif, dan tentu sangat menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri. Ini *reward* dari pelaksanaan CSR yang bersifat non financial bagi perusahaan adalah ‘Memperkuat Reputas Perusahaan.

Ada lima elemen yang membantu proses “memperkuat Reputasi Perusahaan” yakni:

1) Kepercayaan

Untuk membangun kepercayaan yang kokoh dibutuhkan prinsip-prinsip kode etik, transparansi, keterbukaan, proses bisnis yang beretika, dan mekanisme audit. Kemudian harus ada suplemen agar kepercayaan itu menjadi strategi berbisnis yang berkesinambungan. Suplemen itu melibatkan proses pembentukan kepercayaan dengan *stakeholders*.

2) Kredibilitas

Reputasi perusahaan akan semakin berkembang melalui kerja keras dalam menjaga serta meningkatkan kredibilitas. Area kredibilitas tersebut mencakup kredibilitas finansial, kredibilitas sosial, kredibilitas lingkungan, pengetahuan dan kompetensi serta kepemimpinan. Kunci-kunci ini yang harus dijalani perusahaan menuju proses masif peningkatan reputasi perusahaan.

3) Responsibility

Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negative dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus dilaksanakan perusahaan tanpa syarat apa pun, karena tanggung jawab akan terlihat sebagai salah satu sikap yang sangat penting dari penilaian dalam memperkuat reputasi perusahaan.

4) Akuntabilitas

Akuntabilitas berorientasi untuk memperkuat reputasi perusahaan sebagai bagian skema pelaporan aktivitas CSR kepada para *stakeholder* dan bersifat dua arah. Maksudnya adalah aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan bisa terukur, rasional, dan tertuju kepada komitmen yang telah menjadi consensus bersama antara perusahaan dan *stakeholders*, tetapi di lain sisi aktivitas CSR tersebut bersedia digugat oleh *stakeholders* apabila melenceng dari aturan main yang telah disepakati.

5) Mengelola Risiko Bisnis Secara Lebih Tanggap dan Terperinci

Reputasi perusahaan menyangkut sigma bahwa bagaimana risiko suatu bisnis akan dikelola lebih tanggap, detail dan presisi. Hal ini ditujukan untuk menghasilkan profit yang lebih baik, manajemen yang handal dan menciptakan bisnis berkelanjutan, karena perusahaan dinilai sukses dan optimal mengelola risiko bisnisnya baik yang terjadi sekarang atau di masa nanti.³⁹

³⁹*Ibid.*, h.83-89

B. Peraturan Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

1) Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Dalam peraturan ini memuat 9 (Sembilan Pasal) yaitu terkait setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kewajiban dilaksanakan baik di dalam maupun diluar lingkungan perseroan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan dewan komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar perseroan kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang – undangan. Rencana kerja tahunan perseroan memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Perseroan sebagaimana dimaksud diatas yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 tidak menghalangi perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pasal 2. Perseroan yang telah berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

2) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Dalam bab 1 pasal 1 memuat ketentuan umum dalam peraturan ini yaitu meliputi: Badan Usaha Milik Negara, yang selanjutnya disebut BUMN, adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan. Perusahaan persero, yang selanjutnya disebut persero, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan. Program kemitraan BUMN dengan usaha kecil, yang selanjutnya disebut program kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program bina lingkungan, yang selanjutnya disebut program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Ketentuan mengenai pelaksanaan serta pelaporan program kemitraan dan program BL dimuat dalam bab 2 sampai dengan bab 7. Hal tersebut antara lain perum dan persero wajib melaksanakan program kemitraan dan program BL dengan memenuhi ketentuan – ketentuan

yang diatur dalam peraturan ini. Persero terbuka dapat melaksanakan program kemitraan dan program BL dengan berpedoman pada peraturan ini yang ditetapkan berdasarkan rapat umum pemegang saham (RUPS). Dana program kemitraan bersumber dari penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 2% (dua persen), jasa administrasi pinjaman/margin/bagi hasil, bunga dan atau jasa giro dari dana program kemitraan setelah dikurangi beban operasional, pelimpahan dana program kemitraan dari BUMN lain, jika ada. Dana program BL bersumber dari penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 2% (dua persen), hasil bunga deposito dan atau jasa giro dari dana program BL. Dana Program Kemitraan diberikan dalam bentuk : Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan. Pinjaman khusus untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha Mitra Binaan yang bersifat pinjaman tambahandan berjangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha Mitra Binaan. Untuk membiayai pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, dan halhal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas Mitra Binaan serta untuk pengkajian/penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan. Beban pembinaan bersifat hibah dan besarnya maksimal 20% (dua puluh persen) dari dana Program Kemitraan yang disalurkan pada tahun berjalan. Beban Pembinaan hanya dapat diberikan kepada atau untuk kepentingan Mitra Binaan. Ruang lingkup bantuan Program BL BUMN antara lain

Bantuan korban bencana alam, Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan, Bantuan peningkatan kesehatan, Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, Bantuan sarana ibadah, Bantuan pelestarian alam.

Penyusunan dan pengesahan laporan dilakukan dengan melakukan hal – hal Setiap BUMN Pembina wajib menyusun laporan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL. Laporan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL terdiri dari Laporan Triwulanan dan Laporan Tahunan. Laporan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan secara terpisah dari Laporan Berkala dan Laporan Tahunan BUMN Pembina.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Khilda Kholishoh pada tahun 2010 dengan judul **Pendayagunaan Dana Csr (*Corporate Social Responsibility*) PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Melalui Program Mitra Binaan** jurusan manajemen dakwah fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi universitas islam negeri syarif hidayatullah kota Jakarta. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, menjelaskan pada pendayagunaan dana CSR yang ada pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk adalah dana yang dialokasikan untuk pendayagunaan pedagang kaki lima taman tenda 46 Jakarta Pusat adalah dan yang diambil dari *profit* (keuntungan) yang didapat oleh PT BNI (Persero) Tbk. Bentuk dan sifat CSR PT BNI (Persero) Tbk adalah bentuk pemberdayaan yang bersifat hibah, yang artinya setelah dana diberikan

tidak ada ikatan keberlanjutan setelah pedagang kaki lima taman tenda 46 Jakarta Pusat menerima bantuan tersebut.⁴⁰

Penelitian ini dilakukan oleh Akhmad Fauzi pada tahun 2014 dengan judul **Pengaruh Zakat Perbankan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2009 – 2013** program studi keuangan islam fakultas syariah dan hukum universitas islam negeri sunan kalijaga kota yogyakarta. Skripsi ini menjelaskan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja perbankan. Sehingga besar kecilnya pengeluaran untuk CSR tidak akan berpengaruh terhadap kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2009 – 2013, zakat perbankan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja perbankan. Sehingga semakin tinggi nilai zakat perbankan maka akan dipengaruhi total pendapatan (kinerja perbankan).⁴¹

Penelitian dilakukan oleh Syuhada Mansur pada tahun 2012 dengan judul **Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Syariah Enterprise Theory*: Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri** jurusan akuntansi fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin kota Makassar. Skripsi ini menggunakan metode deskriptif, menjelaskan pengungkapan *corporate*

⁴⁰Khilda Kholishoh, *Pendayagunaan Dana Csr (Corporate Social Responsibility) Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Melalui Program Mitra Binaan*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010)

⁴¹Akhmad Fauzi, *Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2009 – 2013*, (Yogyakarta: Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014)

social responsibility (CSR) yang dilakukan oleh bank syariah mandiri masih belum sesuai dengan konsep *syariah enterprise theory (SET)*, terutama pada bagian akuntabilitas horizontal terhadap alam. Masih sedikitnya pengungkapan CSR terhadap lingkungan menunjukkan bahwa, bank syariah mandiri memiliki kepedulian yang rendah terhadap lingkungan perusahaan.⁴²

Penelitian dilakukan oleh Tiara Anindya Virana, dkk pada tahun 2016 dengan judul **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Dan Istiqamah Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Surabaya** jurusan perbankan syariah fakultas agama islam universitas muhammadiyah kota Surabaya. Skripsi ini menggunakan metode kuantitatif, menjelaskan variabel CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap *Istiqamah* nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya, variabel CSR berpengaruh secara signifikan terhadap citra bank syariah mandiri di Surabaya, variabel citra berpengaruh secara signifikan terhadap *Istiqamah* nasabah bank syariah mandiri di Surabaya, variabel CSR tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap sikap *Istiqamah* nasabah bank syariah mandiri di Surabaya namun CSR berpengaruh signifikan terhadap *Istiqamah* melalui variabel citra.⁴³

⁴²Syuhada Mansur, *Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory: Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Pt Bank Syariah Mandiri*, (Makassar: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2012)

⁴³Tiara Anindya Virana, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Dan Istiqamah Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Surabaya*, (Surabaya: Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah, 2016)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya itu sama-sama meneliti tentang penerapan *corporate social responsibility* pada bank syariah, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada analisis kesesuaian penerapan *corporate social responsibility* bank syariah terhadap peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas (Studi Kasus Pada Kantor pusat PT Bank BRI Syariah).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Kesesuaian Penerapan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah Terhadap Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah Kantor pusat PT BRI Syariah yang beralamat di Jalan Abdul Muis No. 2-4, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 30 Januari 2017 – 30 Juli 2017.

C. Metode dan Prosedur Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu data yang terkumpul berupa kata-kata, gambar bukan angka. Kalaupun ada angka-angka dalam penelitian ini, sifatnya hanya sebagai penunjang saja. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan kejadian yang terjadi saat ini.¹

¹Mardalis, Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal, (Jakarta : Bumi Aksara, 1995), hal 26

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.²

Penelitian kualitatif menurut Bodgan dan Taylor adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati. Sedangkan menurut Krilk dan Miller mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang tergantung pada pengamatan sesuai dengan kemampuan yang berhubungan langsung dengan orang-orang sekitar objek penelitian.³

D. Sumber Data

Adapun data yang digunakan penulis dalam skripsi ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara pihak yang bersangkutan serta dokumentasi perusahaan.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literature-literatur kepustakaan yang berkaitan dengan materi yang akan dibahas, baik itu berupa buku, jurnal atau sumber lainnya yang relevan dengan pokok masalah penyusunan skripsi ini.

²Nurul Handayani, *Metodelogi Penelitian Dakwah dengan Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: UIN Jakarta Press), h.8

³Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), Cet ke-13, h.3

E. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang akan diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi.⁴

1. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung.⁵ Adapun dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Ibu Eka selaku *Corporat Secretary Group* PT Bank BRI Syariah.

Pedoman wawancara yang digunakan adalah bentuk wawancara *structured*. Dalam hal ini penulis menanyakan sejumlah pertanyaan terstruktur dan terperinci. Teknik ini penulis lakukan dengan bertatap muka secara langsung dengan narasumber di Kantor Pusat PT Bank BRI Syariah.

2. Dokumentasi yaitu merupakan kegiatan penulis mengumpulkan data yang diperoleh terkait dengan penelitian ini, berupa catatan, buku, artikel, dan sebagainya.

⁴Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 255

⁵Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, Edisi Pertama, 2014), h. 372

F. Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, maka penelitian ini berusaha mendeskripsikan data-data yang diperoleh di lapangan yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang disertai dengan analisa untuk memperoleh suatu kesimpulan.

G. Keabsahan Data

1. Kredibilitas

Keakuratan, keabsahan dan kebenaran data yang dikumpulkan dan dianalisis sejak awal penelitian akan menentukan kebenaran dan ketepatan hasil penelitian sesuai dengan masalah dan *focus* penelitian. Agar penelitian yang dilakukan membawa hasil yang tepat dan benar sesuai konteksnya dan latar budaya sesungguhnya, maka peneliti dalam penelitian kualitatif dapat menggunakan berbagai cara, antara lain:

- a. Memperpanjang waktu keikutsertaan peneliti di lapangan.
- b. Meningkatkan ketekunan pengamatan.
- c. Melakukan triangulasi sesuai aturan.
- d. Melakukan cek dengan anggota lain dalam kelompok.
- e. Menganalisis kasus negative.
- f. Menggunakan *reference* yang tepat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT BRI Syariah

1. Sejarah dan Perkembangan PT BRI Syariah¹

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PTBRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. BRISyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT BRISyariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntunan

¹<http://www.brisyariah.co.id/?q=sejarah> diakses pada tanggal 9 juli 2017 pukul 21.50

masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT BRISyariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Aktivitas PT. BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah (proses spin off-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

Saat ini PT BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis

yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

2. Visi dan Misi PT BRI Syariah

Visi dan misi PT BRI Syariah yaitu ²

a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan - finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

Visi dan misi PT BRI Syariah lebih mengarah kepada kegiatan bisnis. Hal tersebut karena PT BRI Syariah merupakan lembaga keuangan bank yang kegiatan utamanya menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Akan tetapi misi “memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan

²<http://www.brisyariah.co.id/?q=visi-misidiakses> pada tanggal 9 juli pukul 21.57

menghadirkan ketenteraman pikiran” merupakan salah satu misi yang berbeda dengan misi lainnya. Maka dengan adanya misi ini PT BRI Syariah mengimplementasikannya kedalam kegiatan *corporate social responsibility*.

3. Produk-Produk PT BRI Syariah

Produk-produk PT BRI Syariah antara lain:³

a. Corporate Funding

1) Deposito

Merupakan pilihan investasi dengan prinsip bagi hasil (Mudharabah al-Muthlaqoh) bagi nasabah perorangan atau perusahaan yang dananya dapat ditarik pada saat jatuh tempo.

Keuntungan dan Fasilitas :

- a) Memperoleh bagi hasil yang kompetitif setiap bulan
- b) Investasi disalurkan untuk pembiayaan usaha produktif yang halal
- c) Dapat dilakukan potongan zakat atas bagi hasil yang diterima
- d) Bukti kepemilikan berupa bilyet deposito
- e) Jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan
- f) Dapat diperpanjang secara otomatis (Automatic Roll Over) pada saat jatuh tempo

³<http://www.brisyariah.co.id/?q=comercial-product> diakses pada tanggal 9 juli pukul 22:00

- g) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi BRI Syariah

Persyaratan :

- a) Nasabah perorangan
- b) Jumlah deposito minimal Rp. 2.500.000,-
- c) Mengisi formulir pembukaan deposito
- d) Melampirkan identitas diri
- e) Nasabah Perusahaan
- f) Jumlah deposito minimal Rp. 2.500.000,-
- g) Mengisi formulir pembukaan deposito
- h) Melampirkan kopi NPWP, TDP dan SIUP

Nisbah (Bagi Hasil)

- a) Nisbah nasabah (Agustus 2011) :
- b) Rp. 1 – 5 Miliar : 60%
- c) Rp. 5 – 10 Miliar : 61%
- d) > Rp. 10 Miliar : 62%
- e) Online real time di seluruh kantor BRISyariah
- f) Laporan dana berupa rekening Koran setiap bulannya
- g) Setoran awal Rp. 2.500.000,- (Perorangan) dan Rp. 5.000.000,- (Perusahaan)
- h) Biaya saldo minimal Rp. 20.000,-
- i) Saldo mengendap minimal Rp. 500.000,-

2) Giro

Merupakan simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan (*wadi'ah yad dhamanah*) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro

Keuntungan & Fasilitas :

- a) Online real time di seluruh kantor BRISyariah
- b) Laporan dana berupa rekening Koran setiap bulannya

Persyaratan :

- a) Setoran awal Rp. 2.500.000,- (Perorangan) dan Rp. 5.000.000,- (Perusahaan)
- b) Biaya saldo minimal Rp. 20.000,-
- c) Saldo mengendap minimal Rp. 500.000,-

b. Corporate Financing

1) Pembiayaan Modal Kerja

Memenuhi kebutuhan modal kerja perusahaan, baik modal kerja regular maupun musiman

Keuntungan

- a) Struktur pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan jadwal
- b) Pembayaran berdasarkan cashflow yang disepakati bersama

Persyaratan

- a) Data legalitas perusahaan
 - b) Akta pendirian dan perubahan
 - c) SIUP, NPWP, TDP
 - d) Perijinan dan data lain yang diperlukan
 - e) Data keuangan
 - f) Laporan keuangan
 - g) Rekening Koran
 - h) Data keuangan lain
 - i) Informasi kebutuhan modal kerja
 - j) Data lain bila diperlukan
- 2) Pembiayaan Investasi

Manfaat

Memenuhi kebutuhan investasi / capex nasabah

Keuntungan

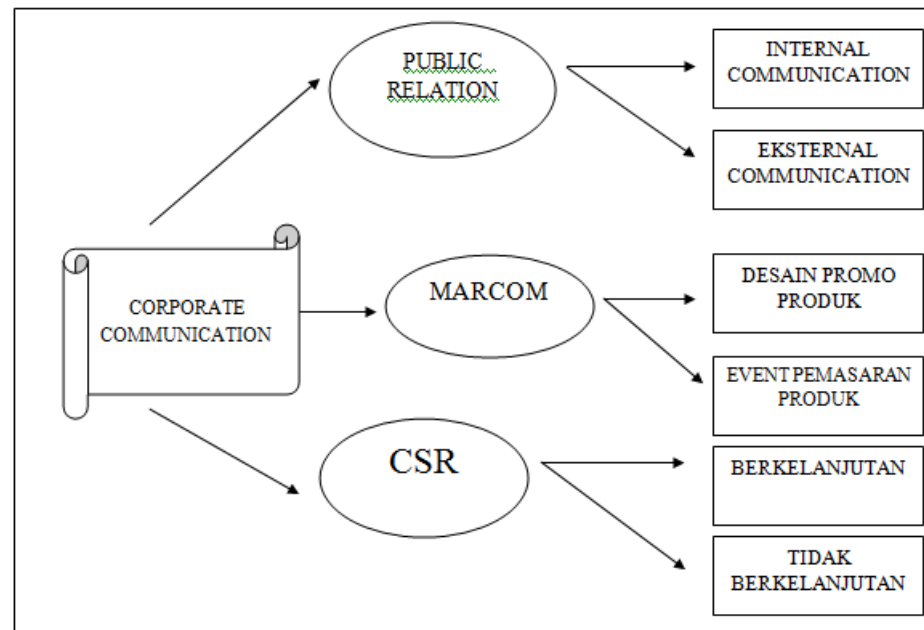
Pembelian investasi sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan cashflow perusahaan

Persyaratan

- a) Data legalitas perusahaan
- b) Akta pendirian dan perubahan
- c) SIUP, NPWP, TDP
- d) Perijinan dan data lain yang diperlukan
- e) Data keuangan

- f) Laporan keuangan
 - g) Rekening Koran
 - h) Data keuangan lain
 - i) Data investasi yang diperlukan
 - j) Barang yang dibeli
 - k) Feasibility study
 - l) Data lain bila diperlukan
- 3) Jasa Lainnya
- a) Bank Garansi
 - b) Referensi Bank

4. Struktur Organisasi PT BRI Syariah⁴



Gambar 4.1

Struktur Organisasi

B. Pembahasan Temuan Penelitian

Corporate Social Responsibility pada PT BRI Syariah merupakan komitmen perseroan untuk berperan aktif dalam pembangunan ekonomi dan pelestarian lingkungan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

1. Landasan hukum *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah

Landasan hukum yang digunakan PT Bank BRI Syariah dalam penerapan CSR yaitu:⁵

⁴<http://www.brisyariah.co.id/?q=struktur-profil-pengurus> diakses pada 9 juli 2017 pukul 22:10

- a. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- b. Surat Keputusan Direksi No.Kep:B.019-MDC/04-2013 tanggal 4 April 2013 Tentang Kebijakan Umum Pengelolaan Dana Zakat dan Dana Kebajikan PT Bank BRI Syariah.
- c. Surat Keputusan Direksi No.Kep:B.025-CEO/04-2013 tanggal 25 April 2013 Tentang Kewenangan Memutus Dana Zakat, Infaq, Shadaqah dan Dana *Corporate Social Responsibility* PT Bank BRI Syariah.

Dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* PT BRI Syariah tidak berpedoman kepada peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Akan tetapi PT BRI Syariah mengacu kepada undang-undang no 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang mana peraturan tersebut mengatur tentang kewajiban perseroan untuk meleksakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Akan tetapi peraturan undang-undang tersebut bersifat umum dan tidak menjelaskan secara detail terkait tentang pelaksaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan maka dijelaskan secara detail kewajiban perseroan untuk melaksanakan tanggung

⁵Surat Edaran No.SEB.001-PDR/03-2016 Tentang Ketentuan Penggunaan Dana Kebajikan Sebagai Bentuk Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT Bank BRI Syariah. Lampiran 1 No.SEB.001-PDR/03-2016

jawab sosial dan lingkungan baik dari aspek sasaran pemberian dana, anggaran dasar, bentuk pelaporan, serta sanksi dan penghargaan.

2. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada PT BRI Syariah dilakukan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat luas serta memenuhi ketentuan syariah Islam. Pelaksanaan program CSR sejalan dengan misi PT BRI Syariah yaitu memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.⁶

Oleh sebab itu misi ini diimplementasikan kedalam pelaksanaan program CSR. Kegiatan tersebut dikempokkan kedalam program yang meliputi:⁷

a. Pendidikan

Pendidikan merupakan tonggak utama sebuah bangsa. Oleh sebab itu bangsa yang maju ialah bangsa yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Dengan niat yang kuat maka PT BRI Syariah ingin berperan aktif dalam dunia pendidikan yaitu dengan menyalurkan dana CSR dalam bentuk bantuan fisik maupun program pendidikan.

Dana CSR yang disalurkan untuk kegiatan pendidikan antara lain pembangunan sarana pendidikan seperti (sekolah umum, madrasah, TPA dan rumah yatim), memberikan beasiswa

⁶Wawancara pribadi dengan Ibu Eka Lukita, sebagai *Officer CSR-Corporate Communication Department* pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 08:45

⁷Surat Edaran No.SEB.001-PDR/03-2016 , *op. cit.*,

(kepada pelajar, mahasiswa berprestasi dari orangtua tidak mampu) pelatihan, seminar, workshop pendidikan, fasilitas penunjang pendidikan (seperti komputer, meja, dll), pagelaran seni budaya nusantara, pengajian dan pesantren kilat. Sasaran penerima manfaat adalah pekerja dasar, masyarakat umum, dan organisasi yang fokus pada dunia pendidikan. Dengan kriteria untuk perorangan (tidak memiliki kemampuan secara ekonomi, tetapi memiliki kesempatan) dan organisasi (fokus pada peningkatan kualitas dunia pendidikan dan kebudayaan, rekomendasi karyawan atau direksi). Kisaran limit penyaluran yaitu maksimal Rp 50 juta perpengajuan/kegiatan dan hanya diberikan sekali dalam setahun.

b. Kesehatan

Penerapan program kesehatan merupakan salah satu implementasi untuk mendukung program pemerintah untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan terhindar dari berbagai penyakit. Program yang dilaksanakan dalam bidang kesehatan antara lain kegiatan bersifat preventif dan kuratif (seperti donor darah, khitanan masal, pengobatan gratis, bantuan alat kesehatan, operasi katarak, dll), bantuan sarana kesehatan (seperti pembangunan rumah sakit atau klinik, perlengkapan medis, dll), bantuan biaya pengobatan. Sasaran penerima manfaat adalah karyawan, masyarakat umum, organisasi kesehatan atau organisasi lain yang peduli terhadap kesehatan. Dengan kriteria prioritas

kepada masyarakat yang tidak mampu, kesulitan biaya pengobatan, penyakit berat yang membutuhkan biaya besar, tidak tercover asuransi perusahaan (bagi karyawan dan keluarga inti), fokus dan peduli terhadap peningkatan kualitas kesehatan masyarakat Indonesia (bagi organisasi). Kisaran limit penyaluran yaitu maksimal Rp 20 juta perpengajuan/kegiatan dan hanya dapat diberikan sekali dalam setahun.

c. Dakwah Dan Sarana Ibadah

Kegiatan penyaluran dana CSR untuk program dakwah dan sarana ibadah dilakukan bukan hanya untuk meningkatkan kesehatan jasmani akan tetapi juga kesehatan rohani. Program yang dilaksanakan dalam bidang dakwah dan sarana ibadah antara lain pembangunan atau renovasi masjid dan musholla, pengadaan perlengkapan ibadah masjid atau musholla, penunjang kegiatan keagamaan (seperti Isra Mi'raj, Maulid, Idul Adha, Idul Fitri, 1 Muharram, Ramadhan Vaganza, dll). Sasaran penerima manfaat adalah pengurus DKM, institusi keagamaan dan masyarakat umum. Dengan kriteria rekomendasi karyawan atau direksi, diutamakan masjid atau musholla di pemukiman yang belum ada atau jarang tempat ibadah atau dayaampungnya tidak memadai, masjid aktif mengadakan kegiatan, syiar agama yang dilaksanakan harus jelas dan bermanfaat bagi masyarakat. Kisaran limit

penyaluran yaitu maksimal Rp 25 juta perpengajuan/kegiatan dan hanya dapat diberikan sekali dalam setahun.

d. Santunan dan bencana

Program yang dilaksanakan dalam bidang santunan dan bencana antara lain bencana alam dan musibah seperti penyediaan bahan kebutuhan pokok, air bersih, obat-obatan, tenaga medis, tenda pengungsi. Untuk korban banjir, kebakaran, kabut asap, gempa, dll. Sasaran penerima manfaat adalah karyawan, pekerja dasar, masyarakat umum, organisasi atau yayasan sosial (pengurus yatim, piatu, jompo). Dengan kriteria menimpa karyawan atau pekerja dasar dan keluarga karyawan atau pekerja dasar PT BRI Syariah dan bencana nasional. Kisaran limit penyaluran yaitu maksimal Rp 50 juta perpengajuan/kegiatan dan hanya dapat diberikan sekali dalam satu tahun. Dalam kondisi darurat KC dapat memberikan bantuan tanpa persetujuan terlebih dahulu maksimal Rp 5 juta dan akan *direimburse* ke CSG, dengan sebelumnya menginformasikan secara tertulis kepada CSG. Bantuan yang dimaksud adalah bantuan bencana yang bersifat lokal dan nasional berdasarkan pengumuman secara resmi oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat.

e. Pengembangan ekonomi

Program yang dilaksanakan dalam bidang pengembangan ekonomi adalah bantuan kelangsungan usaha. Sasaran penerima

manfaat adalah masyarakat umum terutama diprioritaskan yang berada disekitar unit kerja PT BRI Syariah atau yang direkomendasikan oleh PT BRI Syariah. Dengan kriteria masyarakat ekonomi lemah yang memiliki keinginan dan kemampuan bekerja dan berusaha dan memiliki konsep atau usulan usaha yang jelas, usaha tersebut adalah sumber pendapatan utama keluarga dan berpotensi berkembang, bantuan diberikan dalam bentuk modal bergulir atau hibah dan atau peralatan perniagaan. Kisaran limit pengajuan yaitu maksimal Rp 20 juta perpengajuan/kegiatan dan hanya dapat diberikan sekali dalam satu tahun.

f. Sarana umum dan lingkungan hidup

Program yang dilaksanakan dalam bidang sarana umum dan lingkungan hidup antara lain pembangunan infrastruktur yang diperlukan kepentingan umum seperti instalasi air bersih dan kelestarian lingkungan hidup seperti kegiatan penanaman pohon, dll. Sasaran penerima manfaat adalah masyarakat umum dan instansi yang peduli terhadap lingkungan hidup. Dengan kriteria prioritas daerah yang sangat memerlukan sarana umum dan pelestarian lingkungan hidup. Kisaran limit penyaluran maksimal Rp 25 juta perpengajuan/kegiatan dan hanya dapat berikan sekali dalam satu tahun.

g. Pinjaman Qardhul Hasan

Program yang dilaksanakan dalam bidang pinjaman qardhul hasan antara lain pinjaman dengan akad tabarru atau tolong menolong yang merupakan wujud peran sosial perusahaan untuk membantu pihak yang kekurangan secara finansial dan perusahaan tidak mengambil keuntungan dari pinjaman tersebut. Sasaran penerima manfaat adalah karyawan. Dengan kriteria memiliki kebutuhan yang sangat mendesak terutama berkaitan dengan kesehatan, mendapatkan rekomendasi atasan, mendapatkan persetujuan suami atau istri, wajib mengembalikan dana yang dipinjam pada waktu yang telah disepakati, dana yang dipinjam dapat dikembalikan sekaligus atau dapat diangsur perbulan dengan jangka waktu pengembalikian maksimal 10 bulan, pembaruan angsuran pinjaman dilakukan oleh HCG dengan mendebet gaji. Kisaran limit penyaluran yaitu maksimal Rp 10 juta per pengajuan dan hanya dapat diberikan sekali dalam satu tahun.

Organization for Economic Cooperation and Development-OECD (2000), merumuskan prinsip-prinsip sebagai pedoman dalam implementasi *CSR* bagi perusahaan transnasional, yaitu:⁸

- a. Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

⁸Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.166-167

- b. Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di Negara tempat perusahaan beroperasi.
- c. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerjasama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis.
- d. Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan.
- e. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perpajakan, insentif financial dan lain-lain.
- f. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* serta mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik tatakelola perusahaan yang baik.
- g. Mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri sendiri (*self regulation*) secara efektif guna menumbuhkembangkan relasi saling percaya di antara perusahaan dan masyarakat setempat di mana perusahaan beroperasi.

- h. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebaran informasi tentang kebijakan-kebijakan pada pekerja melalui program-program pelatihan.
- i. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih dan indiscipliner.
- j. Mengembangkan mitra bisnis termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
- k. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tidak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

Berdasarkan teori diatas PT BRI Syariah telah melaksanakan prinsip-prinsip yang dirumuskan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development-OECD*. Program-program yang dilaksanakan oleh PT BRI Syariah dilakukan untuk mendukung kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan. Menghormati hak-hak asasi manusia dengan menerapkan program-program CSR dilingkungan sekitar perseroan. Serta Mendorong pembentukan *human capital* dengan melakukan pelatihan-pelatihan agar tercipta masyarakat yang mandiri.

3. Sasaran penerima dana *Corporate Social Responsibility*

Penerima dana kebajikan (CSR) yaitu diberikan didalam dan diluar lingkungan perseroan. Di dalam lingkungan perseroan dana CSR diberikan kepada karyawan PT BRI Syariah (karyawan tetap, kontrak

atau *outsourcing*. Beserta keluarga inti yaitu suami/istri dan anak kandung), pekerja dasar PT BRI Syariah (*Office boy, security, cleaning service, petugas mailing room, driver* dan sebagainya. Beserta keluarga inti yaitu suami/istri dan anak kandung. Sedangkan dana CSR yang diluar lingkungan perseroan ditujukan untuk masyarakat umum (nasabah dan non nasabah), organisasi berbasis agama, pendidikan dan sosial, dan lainnya.⁹

Syarat untuk penerima dana CSR adalah keterbatasan ekonomi, bila organisasi maka diutamakan organisasi yang peduli dan perhatian pada agama, pendidikan dan atau sosial.

4. Sumber dana *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah

Menurut Ibu Eka Lukita selaku *Officer CSR-Corporate Communication Department*,¹⁰ sumber dana CSR PT BRI Syariah berasal dari dana kabajikan (infaq dan shadaqoh karyawan PT BRI Syariah, nasabah dan masyarakat umum, denda dari kegiatan penyaluran pembiayaan dan penghimpunan dana, pendapatan non halal dan dana sosial lainnya.), laba perusahaan 2,5% dan zakat karyawan PT BRI Syariah.

5. Pengelolaan dan penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah

a. Pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility*

⁹Wawancara pribadi dengan Ibu Eka Lukita, sebagai *Officer CSR-Corporate Communication Department* pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 14:10

¹⁰Wawancara pribadi dengan Ibu Eka Lukita, sebagai *Officer CSR-Corporate Communication Department* pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 09:05

Pengelolaan *corporate social responsibility* pada PT BRI Syariah dikelola langsung oleh *corporate secretary group*. Selaku unit kerja yang bertanggung jawab atas program sosial kemanusiaan (CSR).

Penerapan CSR pada PT BRI Syariah dilakukan didalam dan diluar lingkungan perseroan. Di dalam lingkungan perseroan program CSR dilakukan kepada karyawan PT BRI Syariah (karyawan tetap, kontrak atau *outsourcing*. Beserta keluarga inti yaitu suami/istri dan anak kandung), pekerja dasar PT BRI Syariah (*Office boy, security, cleaning service, petugas mailing room, driver* dan sebagainya. Beserta keluarga inti yaitu suami/istri dan anak kandung. Sedangkan program CSR yang dilakukan diluar lingkungan perseroan ditujukan untuk masyarakat umum (nasabah dan non nasabah), organisasi berbasis agama, pendidikan dan sosial, dan lainnya.

PT BRI Syariah bekerjasama dengan lembaga lain dalam menyalurkan dana CSR. PT BRI Syariah bekerjasama dengan BAZNAS dan YBM BRI dalam menyalurkan dana zakat.

BAZNAS merupakan Lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. BAZNAS

berkedudukan di ibu kota negara.¹¹ Program yang dilaksanakan oleh BAZNAS yaitu zakat community development, rumah sehat BAZNAS, rumah cerdas anak bangsa, konter layanan mustahik, BAZNAS tanggap bencana.¹²

YBM BRI adalah yayasan baitul maal bank rakyat Indonesia yang memiliki tugas mengelola dana zakat, infaq dan shadaqah pekerja PT BRI dan masyarakat.¹³ Program yang dilaksanakan oleh YBM BRI yaitu berbagismart rakyat Indonesia, berbagi sehat rakyat Indonesia, berbagi syiar rakyat Indonesia, berbagi sejahtera rakyat Indonesia, program khusus (integrasi pemberdayaan berbasis pondok pesantren).¹⁴

Alasan PT BRI Syariah melakukan kerjasama dengan lembaga lain dalam penyaluran dana CSR karena PT BRI Syariah belum mempunyai kapasitas untuk mengelola dan menyalurkan dana zakat. Pemilihan kerjasama PT Bank BRI Syariah dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Yayasan Baitul Maal Bank Rakyat Indonesia (YBM BRI) yaitu karena BAZNAS merupakan lembaga amil zakat yang dibawah langsung oleh pemerintah dan BAZNAS merupakan lembaga

¹¹https://id.wikipedia.org/wiki/Badan_Amil_Zakat_Nasional diakses pada tanggal 16 Agustus 2017 pukul 08:59

¹²<http://pusat.baznas.go.id/tag/program-baznas/> diakses pada tanggal 16 Agustus pukul 09:17

¹³<http://yymbri.org/sejarah/> diakses pada tanggal 16 Agustus pukul 09:31

¹⁴<http://yymbri.org/tag/program/> diakses pada 16 Agustus 2017 pukul 09:37

yang amanah dalam mengelola dana zakat.¹⁵ Sedangkan YMB BRI merupakan lembaga milik PT BRI yang memiliki tugas mengoptimalkan dana zakat pekerja PT BRI Syariah dengan cara menghimpun dan menyalurkan dana zakat melalui program-program YBM BRI.¹⁶

Ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:¹⁷

- 1) Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti corporate secretary atau public affair manager atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation
- 2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-

¹⁵Wawancara pribadi dengan Bapak Nur, sebagai Officer Penyalur Dana Zakat BAZNAS, pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 11.05

¹⁶Wawancara pribadi dengan Bapak M.Fikri, sebagai Officer Penyalur Dana Zakat YBM BRI, pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 11.45

¹⁷Zaimi Saidi dan Hamid Abidin, *Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, (Jakarta; Piramedia, 2004), h. 64-65.

perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

- 3) Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).
- 4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”.

Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Berdasarkan teori diatas tentang model atau pola CSR, PT BRI Syariah melakukan penyaluran dana CSR dengan dua pola yaitu menyalurkan sendiri dan kebajikan dan bekerja sama dengan lembaga lain, lembaga tersebut adalah Badan Amil Zakat Nasional untuk penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqoh serta bekerjasama dengan Yayasan Baitul Maal BRI. Oleh sebab itu dari pola CSR pada PT BRI Syariah telah selaras dengan teori yang ada.

b. Penyaluran dana *Corporate Social Responsibility*

Mekanisme penyaluran dana CSR pada PT BRI Syariah terdiri atas dua tahap yaitu tahap pengajuan dan tahap pencairan.

1) Tahap pengajuan¹⁸

a) Internal PT BRI Syariah

Unit kerja group, dan atau kantor cabang (KC) mengajukan permohonan dana kebajikan untuk program CSR yang akan dibiayai kepada *Corporate*

¹⁸Wawancara pribadi dengan Ibu Eka Lukita, sebagai *Officer CSR-Corporate Communication Department* pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 15:20

Secretary Group (CSG). Unit kerja kantor cabang pembantu (KCP) mengajukan permohonan ke CSG melalui KC supervise atau nota dinas permohonan diketahui dan ditanda tangani pimpinan cabang KC supervisnya. Dokumen permohonan terdiri dari nota dinas permohonan yang ditanda tangani pimpinan cabang atau kepala group, informasi dan dokumen pendukung yang menjelaskan mengenai program CSR yang diajukan, bila pengajuan berasal dari nasabah maka group atau KC atau KCP harus menyampaikan informasi jumlah rekening dan nominal penempatan dana nasabah di PT BRI Syariah serta menyampaikan analisa atau pertimbangan yang dapat membuat pengajuan disetujui.

CSG selaku pengelola dana dapat langsung mengajukan permohonan dana kebajikan untuk kegiatan program dana kebajikan dengan disetujui direksi melalui nota dinas.

Atas permohonan group atau KC tersebut, CSG akan melakukan analisa dan mengajukan persetujuan kepada direksi atau pemutus dana kebajikan sesuai kewenangan.

- (1) Bila disetujui, maka CSG akan melanjutkan pada tahap pencairan dana dan menginformasikan secara tertulis kepada group atau KC pemohon.
- (2) Bila permohonan tidak atau belum disetujui maka CSG akan menginformasikan secara tertulis kepada group atau KC pemohon.
- (3) Terkait pinjaman Qardhul Hasan, bila permohonan disetujui sebelum pencairan dana, maka karyawan yang mengajukan permohonan wajib menyerahkan dokumen surat persetujuan suami/istri (bila sudah menikah) dan surat kuasa potong gaji (bila pengembalian diangsur).

b) Eksternal PT BRI Syariah

Pihak eksternal mengajukan permohonan kepada PT BRI Syariah. Direksi atau *Corporate Secretary Group Head* dengan dokumen surat permohonan, proposal permohonan yang menginformasikan (jenis kegiatan, biaya yang diperlukan susunan pengurus atau panitia dan informasi pendukung lainnya).

Atas permohonan tersebut CSG akan melakukan analisa dan mengajukan persetujuan kepada direksi atau pemutus dana kebajikan sesuai kewenangan. Bila disetujui, maka CSG akan melanjutkan pada tahap

pencairan dana dan menginformasikan secara tertulis kepada pihak pemohon. Bila permohonan tidak disetujui maka CSG akan menginformasikan secara tertulis kepada pihak pemohon.

2) Tahap pencairan¹⁹

CSG akan melakukan pencairan dana atas permohonan yang telah disetujui. Dana dikirimkan

- a) Apabila group dan KC sebagai pemohon, maka dana akan ditransfer ke rekening penerima dana sesuai informasi group atau KC, atau melalui rekening perantara KC/KCP untuk selanjutnya KC/KCP akan menyerahkan kepada penerima.
- b) Apabila pihak eksternal sebagai pemohon, maka dana akan ditransfer ke rekening penerima dana sesuai informasi pihak eksternal.
- c) Apabila CSG sebagai pemohon, maka dana akan ditransfer ke rekening penerima atau rekening perantara infaq & shadaqah.
- d) Pencairan dana diupayakan melalui mekanisme transfer ke rekening penerima, namun bila kondisi tidak memungkinkan maka dapat dilakukan secara tunai.

¹⁹Wawancara pribadi dengan Ibu Eka Lukita, sebagai *Officer CSR-Corporate Communication Department* pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 15:40

e) Khusus bagi karyawan yang menggunakan pinjaman qardhul hasan, maka terdapat kewajiban mengembalikan pinjaman sesuai waktu yang disepakati dengan cara menyetor sekaligus dana yang dipinjam ke rekening giro an. infaq shadaqah BRI Syariah. Bila pengembalian diangsur, maka dilakukan oleh HCG dengan mendebet rekening gaji karyawan setiap bulan sebesar angsuran dan jangka waktu yang disepakati, dan HCG akan mengkredit dana angsuran tersebut ke rekening giro an. infaq shadaqah BRI Syariah.

6. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* PT BRI Syariah

Pelaksanaan program CSR dilaksanakan sesuai dengan rencana kerja tahunan dan dibuat anggaran program untuk satu tahun mendatang dan dilaksanakan setelah mendapat persetujuan dari dewan komisaris.Group, KC/KCP dan pihak eksternal sebagai pemohon, wajib menyampaikan laporan pertanggungjawaban kepada *Corporate Secretary Group* paling lambat 7 (tujuh) hari kerja setelah pelaksanaan kegiatan. Laporan terdiri dari bukti asli penyaluran dana atau bantuan (berupa bukti asli kwitansi, tanda terima bantuan, dll), laporan dan dokumen pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan evaluasi yang dilakukan YBM BRI yaitu dengan melakukan evaluasi terhadap kinerja, dua kali dalam satu tahun. Untuk audit keuangan dilakukan satu kali dalam satu tahun oleh seorang

auditor yang berkompeten. Untuk audit program dilakukan dengan staff khusus.²⁰

Setelah program dilaksanakan maka PT BRI Syariah melakukan evaluasi secara global dengan melibatkan kantor cabang di daerah tempat pelaksanaan program CSR dilaksanakan. Bentuk pelaporan CSR yaitu dengan menyampaikan hasil kegiatan beserta rincian detail (berupa deskripsi kegiatan program CSR, tempat dan waktu kegiatan, realisasi dana dan dokumentasi) secara berkala pada rapat umum pemegang saham dan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipublikasikan pada website resmi PT BRI Syariah, paling lambat bulan April setiap tahunnya untuk disampaikan kepada otoritas jasa keuangan.

²⁰Wawancara pribadi dengan bapak M Fikri, sebagai *Officer* penyalur dana zakat YBM BRI pada tanggal 1 Agustus 2017 jam 12:00

C. Analisis Kesesuaian Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012

Tabel 4.1

Analisis Kesesuaian Penerapan CSR Terhadap peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012

No.	Indikator	Penerapan CSR Pada PT BRI Syariah
1	Perseroan terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang.	PT BRI Syariah merupakan perseroan terbatas dengan jumlah saham 1.958.000.000 lembar dan jumlah yang disetor 979.000.000.000 rupiah.
2	Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.	PT BRI Syariah adalah badan hukum yang telah melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.
3	Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan.	Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh PT BRI Syariah dilakukan di dalam lingkungan perseroan yaitu (ditujukan kepada karyawan serta anggota keluarga karyawan) dan di luar lingkungan perseroan (ditujukan kepada masyarakat sekitar lingkungan perseroan dan organisasi yang sesuai dengan kegiatan CSR PT BRI Syariah) tentunya pelaksanaan dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu.

4	Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan.	Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan PT BRI Syariah direncanakan untuk jangka waktu satu tahun mendatang dan dilaksanakan setelah mendapat persetujuan dari RUPS.
5	Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.	PT BRI Syariah adalah lembaga keuangan yang berbadan hukum perseroan terbatas akan tetapi tidak memiliki kegiatan yang berhubungan dengan sumber daya alam, oleh sebab itu dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan PT BRI Syariah tidak harus mengikuti ketentuan terkait kepatutan dan kewajaran terhadap sumber daya alam. akan tetapi dalam melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan PT BRI Syariah harus melaksanakan sesuai dengan ketentuan syariah.
6	Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.	Bentuk pelaporan CSR pada PT BRI Syariah yaitu dengan membuat rincian kegiatan beserta biaya pelaksanaan dan dimuat dalam laporan tahunan serta dilaporkan kepada ojk dan dipublikasikan kepada masyarakat luas pada website resmi PT BRI Syariah
7	Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan	PT BRI Syariah selaku perseroan terbatas telah melaksanakan kewajibannya yaitu melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
8	Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pasal 3 tidak menghalangi perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pasal 2.	PT BRI Syariah merupakan perseroan yang kegiatan usahanya tidak berhubungan langsung dengan lingkungan, akan tetapi hal tersebut tidak menghalangi PT BRI Syariah untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

9	Perseroan yang telah berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.	Dalam melaksanakan CSR, PT BRI Syariah belum mendapatkan penghargaan. Hal ini merupakan salah satu kekurangan yang dimiliki oleh CSR PT BRI Syariah.
---	---	--

Berdasarkan gambaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengelolaan CSR oleh PT BRI Syariah telah sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dana CSR telah dapat dimanfaatkan oleh para pihak yang membutuhkan, walaupun demikian PT BRI Syariah belum mendapatkan penghargaan terkait CSR sebagaimana disebutkan pada pasal 8 Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelolaan CSR pada PT BRI Syariah dilakukan oleh divisi *corporate communication group*. Dana CSR disalurkan untuk berbagai kegiatan yang terdiri atas pendidikan, kesehatan, dakwah dan sarana ibadah, santunan dan bencana, pengembangan ekonomi, sarana umum dan lingkungan hidup dan pinjaman qardhul hasan. Dalam melakukan kegiatan penyaluran dana CSR PT BRI Syariah bekerjasama dengan BAZNAS dan YBM BRI. Kegiatan pelaksanaan CSR dilaksanakan sesuai dengan anggaran dasar perseroan dan dilaksanakan setelah mendapat persetujuan dewan komisaris. Sebagai bentuk pertanggungjawaban sesuai dengan prinsip akuntabilitas laporan CSR di audit oleh pihak internal dan di umumkan ke public setiap tahun melalui website resmi PT BRI Syariah.
2. Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Bank BRI Syariah telah sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Hal ini di lihat berdasarkan indicator setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan, kewajiban

melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan, tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan RUPS sesuai dengan anggaran dasar perseroan, pelaksanaan tanggung jawab social dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan di pertanggung jawabkan kepada RUPS.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan diatas maka saran yang dapat di berikan yaitu

1. Bagi PT Bank BRI Syariah hendaknya lebih mengoptimalkan segala program khususnya program social dan lingkungan. Melakukan evaluasi terkait program - program CSR, agar dapat bersaing dengan program - program CSR pada PT Bank Syariah lainnya sehingga PT BRI Syariah bisa mendapatkan reward untuk tahun yang akan datang.
2. PT BRI Syariah tetap menjaga kemurnian syariahnya dan tetap memperhatikan peraturan yang berlaku dalam implementasi program CSR.
3. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait kegiatan CSR khususnya terhadap masyarakat lingkungan perseroan dengan ekonomi lemah. Agar masyarakat dapat memiliki pengetahuan tentang CSR dan dapat ikut serta dalam pelaksanaan program - program CSR.

4. PT BRI Syariah hendaknya meningkatkan perannya dalam pelaksanaan program lingkungan hidup dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arifin,Zainal. 2006.*Dasar - DasarManajemen Bank Syariah.* Jakarta : PusakaAlfabet.
- Departemen Agama RI. 2012. *Al-Qur'an dan terjemahnya.* Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia.
- Handayani, Nurul.*Penelitian Dakwah dengan Pendekatan Kualitatif.* Jakarta: UIN Jakarta Pres.
- Kartini, Dwi.2013. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia.* Bandung: PT Refika Aditama.
- Mardalis. 1995. *MetodePenelitian :SuatuPendekatan Proposal.* Jakarta. Bumi Aksara.
- Moleong,Lexy. 2004. *MetodePenelitianKualitatif.* Bandung: PT RemajaRosda Karya.
- Muhammad. 2004.*Manajemen Dana Bank Syariah.* Jakarta: KampusFakultas Ekonomi UII.
- N. Mursitama Tirta, dkk. 2011. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia (Teori dan Implementasi).* Jakarta: INDEF.
- Subagyo, P Joko. 1997. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Solihin, Ismail.2009.*CorporateSocialResponsibility: FromCharity to Sustainability.* Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung : Alfabeta
- Undang-UndangRepublik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 TentangPerbankan Syariah

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Untung, Budi. 2014. *CSR Dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta : CV Andi Offset

Untung, Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.

KARYA ILMIAH

Anindya Virana Tiara. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Dan Istiqamah Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Surabaya". *Skripsi* pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah. Surabaya

Fauzi Akhmad. 2014. "Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2009 – 2013". *Skripsi* pada : Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta

Kholishoh Khilda. 2010. "Pendayagunaan Dana Csr (Corporate Social Responsibility) Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Melalui Program Mitra Binaan". *Skripsi* pada Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta

Mansyur Syuhada. 2012. "Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory: Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri". *Skripsi* pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makassar

Maryama Siti. 2013. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Perspektif Regulasi (Studi: Indonesia, Belanda dan Kanada)". Vol. 2, No. 2, h. 189-194.

Tim Universitas Parahyangan. 2010. "Corporate Social Responsibility: Konsep, Regulasi Dan Implementasi".

INTERNET

<http://aananerih.blogspot.com/2011/10/corporatesocial-responsibilities-csr.html>.

<http://www.brisyariah.co.id>

<http://pusat.baznas.go.id>

<http://ybm Bri.org>

<https://id.wikipedia.org/wiki>

<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/E6079AE4-EF24-4E32-9F501ED0A20413F8/11854/pbi8306.pdf>

PEDOMAN WAWANCARA

Draft Pertanyaan “Analisis Kesesuaian Penerapan Corporate Social Responsibility PT Bank BRI Syariah Terhadap Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas”.

Tempat Pelaksanaan : Kantor Pusat PT Bank BRI Syariah

Jl. Abdul Muis No. 2-4 Jakarta Pusat

Narasumber : 1. Ibu Eka Lukita, Officer CSR-Corporate Communication
Department

2. Nur, Officer Penyalur Dana Zakat-BAZNAS

3. M. Fikri, Officer Penyalur Dana Zakat-YBM BRI

Pewawancara : Intan Rahmawati, Universitas Muhammadiyah Jakarta

1. Apa yang menjadi visi dan misi Bank BRI Syariah? Bagaimana keterkaitan visi terhadap penerapan CSR pada Bank BRI Syariah?

Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Misi

- Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

- Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

Secara umum visi dan misi Bank BRI Syariah lebih mengarah kepada kegiatan bisnis, karena hal tersebut sesuai dengan peran Bank Syariah. Akan tetapi misi “memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran” merupakan misi yang di implementasikan melalui program CSR Bank BRI Syariah.

2. Menurut ibu apa yang dimaksud dengan CSR pada Bank BRI Syariah?

Corporate Social Responsibility pada PT Bank BRI Syariah merupakan komitmen perseroan untuk berperan aktif dalam pembangunan ekonomi dan pelestarian lingkungan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat

3. Kapan awal diterapkannya CSR pada Bank BRI Syariah?

Penerapan CSR pada PT Bank BRI Syariah dimulai pada tahun 2013

4. Apa tujuan diadakannya program CSR Bank BRI Syariah?

Tujuan diadakannya program CSR Bank BRI Syariah yaitu sebagai komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai amanat undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroa, Bank BRI Syariah sebagai institusi syariah ingin menjaga hubungan dengan sesama manusia (*habluminannas*) dan untuk menjaga keberlangsungan usaha agar pertumbuhan perusahaan dapat terus berkembang dimasa yang akan datang.

5. Berasal dari manakah sumber dana CSR pada Bank BRI Syariah?

Sumber dana CSR Bank BRI Syariah berasal dari dana kabajikan (infaq dan shadaqoh karyawan PT Bank BRI Syariah, nasabah dan masyarakat umum, denda dari kegiatan penyaluran pembiayaan dan penghimpunan dana, pendapatan non halal dan dana sosial lainnya.), laba rugi perusahaan 2,5% dan zakat karyawan PT Bank BRI Syariah.

6. Bagaimana pengelolaan dana CSR pada Bank BRI Syariah?

Dana kabajikan ditampung di rekening categ (*internal account*) dan rekening giro a.n Infaq Shadaqoh BRI Syariah sebagai *pool of fund*. Khusus terkait dana pendapatan Non Halal hanya disalurkan untuk pembangunan fasilitas umum seperti pembangunan jalan, jembatan dan lain sebagainya.

Penyaluran dana kebijakan pelaksanaannya dikelola langsung oleh *Corporate Secretary Group* selaku unit kerja yang bertanggung jawab atas program sosial kemanusiaan (CSR)

7. Apa landasan hukum yang digunakan Bank BRI Syariah dalam penerapan CSR?

- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Surat Keputusan Direksi No.Kep:B.019-MDC/04-2013 tanggal 4 April 2013 Tentang Kebijakan Umum Pengelolaan Dana Zakat dan Dana Kabajikan PT Bank BRI Syariah.
- Surat Keputusan Direksi No.Kep:B.025-CEO/04-2013 tanggal 25 April 2013 Tentang Kewenangan Memutus Dana Zakat, Infaq,

Shadaqah dan Dana *Corporate Social Responsibility* PT Bank BRI Syariah.

8. Apakah penerapan CSR pada Bank BRI Syariah dilakukan didalam dan diluar lingkungan perseroan? Atau hanya dilakukan diluar lingkungan perseroan?

Penerapan CSR pada Bank BRI Syariah dilakukan didalam dan diluar lingkungan perseroan. Di dalam lingkungan perseroan program CSR dilakukan kepada karyawan PT Bank BRI Syariah (karyawan tetap, kontrak atau *outsourcing*. Beserta keluarga inti yaitu suami/istri dan anak kandung), pekerja dasar PT Bank BRI Syariah (*Office boy, security, cleaning service, petugas mailing room, driver* dan sebagainya. Beserta keluarga inti yaitu suami/istri dan anak kandung. Sedangkan program CSR yang dilakukam diluar lingkungan perseroan ditujukan untuk masyarakat umum (nasabah dan non nasabah), organisasi berbasis agama, pendidikan dan sosial, dan lainnya.

9. Apa saja syarat untuk penerima dana CSR?

Syarat untuk penerima dana CSR adalah keterbatasan ekonomi, bila organisasi maka diutamakan organisasi yang peduli dan perhatian pada agama, pendidikan dan atau sosial.

10. Apa saja program CSR yang terdapat pada PT Bank BRI Syariah?

Kegiatan CSR dikelompokkan dalam program yang meliputi pendidikan, kesehatan, dakwah dan sarana ibadah, santunan dan bencana,

pengembangan ekonomi, sarana umum dan lingkungan hidup dan pinjaman qardhul hasan.

11. Bagaimana mekanisme penyaluran dana CSR pada Bank BRI Syariah?

Penyaluran dana CSR pada PT Bank BRI Syariah terdiri dari dua pihak yaitu pihak internal dan pihak eksternal.

a. Pihak internal PT Bank BRI Syariah

Unit kerja group atau kantor cabang mengajukan permohonan dana kebijakan untuk program CSR yang akan dibiayai kepada *Corporate Secretary Group (CSG)*. Dengan melengkapi dokumen permohonan berupa nota dinas, dokumen pendukung yang menjelaskan program CSR, dan menyampaikan informasi rekening penempatan dana. Atas permohonan tersebut CSG melakukan analisa dan mengajukan persetujuan kepada direksi. Bila disetujui CSG akan melakukan pencairan dana dan menginformasikan secara tertulis kepada Group atau KC pemohon. Apabila permohonan tidak disetujui maka CSG akan menginformasikan secara tertulis kepada Group atau KC Pemohon.

b. Pihak internal PT Bank BRI Syariah

Pihak eskternal mengajukan permohonan kepada PT Bank BRI Syariah dengan menyertakan surat permohonan, proposal permohonan yang menginformasikan secara detail. Atas permohonan tersebut CSG melakukan analisa dan mengajukan persetujuan kepada direksi. Bila disetujui CSG akan melakukan pencairan dana dan menginformasikan

secara tertulis kepada pihak pemohon. Apabila permohonan tidak disetujui maka CSG akan menginformasikan secara tertulis kepada pihak pemohon.

12. Apakah Bank BRI Syariah bekerjasama dengan lembaga lain dalam penyaluran dana CSR?

Ya, PT Bank BRI Syariah bekerjasama dengan lembaga lain dalam menyalurkan dana CSR. Bank BRI Syariah bekerjasama dengan BAZNAS dan YBM BRI dalam menyalurkan dana zakat.

13. Apakah program CSR pada Bank BRI Syariah dilaksanakan sesuai dengan rencana kerja tahunan? Setelah mendapat persetujuan RUPS?

Program CSR dilaksanakan sesuai rencana kerja tahunan. Yaitu program CSR sudah direncanakan untuk satu tahun yang akan datang. Setelah mendapat persetujuan dari RUPS.

14. Apakah biaya pelaksanaan program CSR diperhitungkan sebagai biaya perseroan?

Anggaran program CSR sudah ada dalam untuk tahun tahun kedepan dan sudah disetujui dewan komisaris.

15. Apakah pelaksanaan CSR dimuat di dalam laporan tahunan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS?

Pelaksanaan CSR dilaporkan pada rapat umum pemegang saham dan dimuat dalam laporan tahunan paling lambat bulan April setiap tahunnya.

16. Apakah Bank BRI Syariah pernah mendapatkan penghargaan atau sanksi terkait program CSR?

PT Bank BRI Syariah belum mendapatkan penghargaan ataupun sanksi terkait pelaksanaan CSR.

17. Apakah perbedaan penerapan program CSR pada PT Bank BRI Syariah dengan yang terdapat pada Bank lain?

Perbedaan program CSR pada PT Bank BRI Syariah terletak pada penerapan program yaitu PT Bank BRI Syariah melakukan program-program CSR secara berkelanjutan atau istilahnya “memberikan kail bukan ikan”.

18. Adakah evaluasi terhadap pelaksanaan program CSR pada PT Bank BRI Syariah?

Tentunya ada, evaluasi dilakukan secara global dengan melibatkan kantor cabang di daerah tempat pelaksanaan program CSR dilaksanakan.

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama : Intan Rahmawati
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 06 Oktober 1995
Jenis kelamin : Perempuan
Status : Belum menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Rosacanina Kav 662B Bukit Nusa Indah
Ciputat Tangerang Selatan Banten – 15414
Telepon : 081617358982
Email : Intanimrahmawati@yahoo.com

II. Pendidikan

➤ Pendidikan Formal

- Tahun 2007 tamat MI Soebono Mantofani
- Tahun 2010 tamat MTS Negeri 3 Jakarta
- Tahun 2013 tamat SMA Bakti Idhata Jakarta
- Tahun 2013 s.d sekarang Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jakarta Prodi Manajemen Perbankan Syariah (Semester VIII)

➤ Pendidikan Non Formal dan Seminar

- Seminar Internasional “Mengembalikan Dinar dan Dirham sebagai Mata Uang Syari’at dalam Perjuangan untuk Menyelamatkan Perekonomian Global” – Jakarta 2015

III. Pengalaman Kerja

- 10 April – 12 Mei, Magang di PT Bank Syariah Mandiri

IV. Keahlian Khusus

- Mampu mengoperasikan Microsoft Office (Ms. Word, Ms Excel dan Ms. Power Point)
- Mampu mengoperasikan internet

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2017

Intan Rahmawati