



**SUMBER DAN PEMANFAATAN DANA
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DI PT. BNI SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi
Strata Satu (S.1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

Disusun oleh

Nama : Rachma Fadhilah

Nim : 2013570040

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachma Fadhilah
NPM : 2013570040
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Judul Skripsi : Sumber dan Pemanfaatan Dana *Corporate Social Responsibility*
di BNI Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul diatas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan 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.

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

Jakarta, 21 Ramadhan 1438H
16 Juni 2017

Yang Menyatakan,



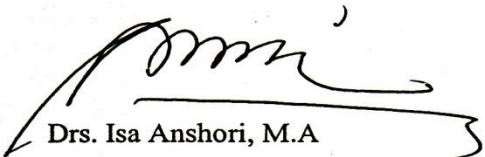
Rachma Fadhilah

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “*Sumber dan Pemanfaatan Dana Corporate Social Responsibility* di BNI Syariah” yang disusun oleh **Rachma Fadhilah**, Nomor Pokok Mahasiswa : **2013570040** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 5 Mei 2017

Pembimbing



Drs. Isa Anshori, M.A

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI



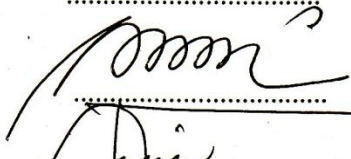
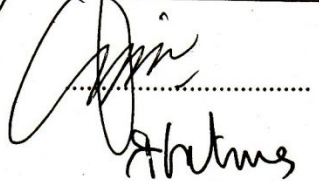

Skripsi yang berjudul : Sumber dan Pemanfaatan Dana *Corporate Social Responsibility* di BNI Syariah disusun oleh : Rachma Fadhilah Nomor Pokok Mahasiswa : 2013570040. Telah diujikan pada hari / tanggal : Sabtu, 10 Juni 2017 telah diterima dan di sahkan dalam sidang Skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Agama Islam.

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		16/5 2017
<u>Drs. Tajudin, MA.</u> Sekertaris		16-05-2017
<u>Drs. Isa Anshori, MA</u> Dosen Pembimbing		16/2017
<u>Dina Febriani SE., MM</u> Penguji I		4/6 2017
<u>Rini Fatma Kartika, S. Ag., M.H.</u> Penguji II		16/5 - 2017

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

Skripsi, 5 Mei 2017

Rachma Fadhilah
2013570040

Sumber dan Pemanfaatan Dana *Corporate Social Responsibility* di BNI Syariah

ABSTRAK

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan para *stakeholders* dengan tujuan menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang, meskipun bersifat sukarela. Pada era global saat ini, CSR mendapatkan perhatian lebih karena dapat memberikan kontribusi positif atas kinerja suatu perusahaan.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis sumber dana *Corporate Social Responsibility* dan pemanfaatan bentuk tanggung jawab sosial pada perbankan syariah di BNI Syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif-Analisis yaitu dengan hasil wawancara dengan divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan yang bersangkutan dengan dana *Corporate Social Responsibility* dan mengumpulkan data dari literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Sumber dana pelaksanaan program CSR di BNI Syariah berasal dari dana kebajikan dan dana zakat yang merupakan kewajiban suatu lembaga keuangan yang berlabel syariah, sedangkan Peraturan Pemerintah yang mengharuskan untuk mengurangi laba sebagai indikator biaya non usaha untuk kegiatan CSR merupakan aturan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Pemanfaatan dana CSR BNI syariah berkerjasama dengan program penyaluran Yayasan Hasanah Titik dengan menggunakan 4 pilar yaitu dalam bidang pendidikan, bidang ekonomi, bidang kesehatan, bidang sosial dan dakwah. Masing-masing bidang tersebut mempunyai program sendiri sesuai dengan bidangnya untuk mendorong upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat dan perbaikan lingkungan, dan Memberikan kontribusi positif bagi seluruh masyarakat khususnya di seputar lingkungan perusahaan, serta Menumbuhkan dan memelihara citra positif perusahaan dimata masyarakat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah yang menguasai seluruh alam, tidak ada daya upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Baginda Rasul Muhammad SAW serta kepada para keluarganya yang suci, sahabat-sahabat serta para pengikutnya yang sholeh.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Manajemen Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan-kesalahan, untuk itu segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun sangat penulis perlukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Pelaksanaan dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

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, Drs. Tajudin, M.A., selaku Wakil Dekan I, Asep Supyadillah, M.Ag., selaku Wakil Dekan II, Nurhadi, M.A selaku Wakil Dekan III.
3. Nurhidayat, S.Ag., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah.

4. Drs. Isa Anshori, M.A, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberi bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen S1 Jurusan Manajemen Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis pada saat awal masuk perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini, beserta staf dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
6. Motivator utamaku, yaitu ibu saya tercinta Etty Latifah terimakasih telah mendidik, mengajarkan dan membimbing sejak kecil serta dukungan moril maupun materil dan tiada hentinya memberikan doa. Terima kasih juga kepada kakak tercinta Faqih Aziz Sya'bani S.Kom yang telah memotivasi penulis menjadi lebih semangat lagi.
7. Sahabat-sahabatku tersayang Imas Nuraeni, Nurazizah, Putri Hayatun Nufus , Inas Kamilah, Sitti Aslamiah, Isma Halimatu Rachmah dan Nadya Aprilia sebagai teman berbagi, bercerita, berkeluh kesah, bertukar pikiran, memberikan desakan dan semangat agar cepat lulus.
8. Seluruh teman seperjuangan kelas MPS B 2013, terima kasih atas kebersamaan selama 4 tahun ini dan rasa persaudaraan yang semakin erat semoga tetap selalu terjalin.
9. Kepada Divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada bapak Iqbal Taqudin yang telah memfasilitasi saya dalam mengadakan wawancara di BNI Syariah kantor pusat. Dan ibu Moelyati

selaku program penyaluran Yayasan Hasanah Titik yang bersedia diwawancara

10. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Jakarta dan Fakultas Agama Islam yang telah meminjamkan buku-buku yang diperlukan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Serta semua pihak yang belum tercantum, yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini akan mendapat pahala dari Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, 5 Mei 2017

Penulis

(Rachma Fadhilah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN PERTANYAAN PENELITIAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	12
1. Sumber Dana BNI Syariah	12
a. Pengertian Sumber Dana	12

b. Sumber Dana CSR BNI Syariah.....	17
c. Legalitas Sumber Dana CSR	18
d. Pemanfaatan Dana CSR BNI Syariah	19
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility / CSR</i>).....	20
a. Definisi CSR.....	20
b. Tujuan dan Manfaat CSR	25
c. Prinsip – prinsip CSR	29
d. Ruang lingkup CSR	33
e. Model CSR	38
f. CSR di BNI Syariah	41
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Kerangka Berpikir.....	44
D. Pertanyaan Penelitian	46
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	47
B. Metodologi Penelitian	47
C. Sumber Data.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	51
1. Sejarah BNI Syariah.....	51

2. Visi dan Misi BNI Syariah.....	53
3. Produk dan Jasa BNI Syariah.....	54
4. Struktur Organisasi	57
5. Corporate Social Responsibility di BNI Syariah	57
B. Analisa Data	61
C. Interpretasi Data	77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	24
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah	57

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Program Kerja Bidang Pendidikan	66
Tabel 4.2 Program Kerja Bidang Ekonomi.....	68
Tabel 4.3 Program Kerja Bidang Kesehatan.....	69
Tabel 4.4 Program Kerja Bidang Sosial dan Dakwah	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permasalahan sosial yang tumbuh di masyarakat akibat aktifitas perusahaan semakin menyadarkan pemilik modal untuk berperan aktif dalam mensejahterakan masyarakat terkena dampak. Hal tersebut sejalan dengan praktik kedermawanan sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang dilandasi mandat dunia untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi juga harus bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial.

Islam bukanlah ideologi, bebas dan materialis yang menutup mata terhadap kemiskinan dan pengangguran, yang hanya memuaskan kepentingan sendiri, tetapi islam memberikan berbagai fasilitas kesejahteraan kepada seluruh umatnya, hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Mannan dalam konteks ekonomi. Ilmu ekonomi Islam mendasarkan diri pada kenyataan pokok bahwa alam semesta diciptakan oleh Yang Maha Esa¹.

CSR dalam sejarah modern dikenal sejak Howard R. Bowen seperti yang dikutip Untung menerbitkan bukunya berjudul *Social Responsibilities of The Businessman*. Buku yang diterbitkan di Amerika Serikat itu menjadi buku terlaris dikalangan usaha pada era 1950 – 1960. Pengakuan publik terhadap prinsip prinsip tanggung jawab sosial yang ia kemukakan membuat dirinya dinobatkan secara aklamasi sebagai bapak CSR. Sejak itu sudah

¹ M.A.Mannan, *Islamic Economic, Theory and Practice*, Diterjemahkan dengan judul: *Ekonomi Islam Teori dan Praktek* (Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf, 1997), h.25

banyak referensi ilmiah lain yang diterbitkan diberbagai negara mengacu pada prinsip-prinsip dunia usaha kepada masyarakat yang telah dijabarkan dalam buku Bowen².

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, model CSR ikut pula berkembang dalam cakupan makna dan jangkauan. Terdapat dua metode yang lahir pada decade 1990, yaitu *Cause Branding* dan *Venture Philanthropy*. Yang dimaksud *Cause Branding* adalah pendekatan *Top Down*, dalam hal ini perusahaan menentukan masalah sosial dan lingkungan seperti apa yang perlu dibenahi. Kebalikannya adalah *Venture Philanthropy* yang merupakan pendekatan *Bloom up*, disini perusahaan membantu berbagai pihak non-profit dalam masyarakat apa yang dikehendaki masyarakat³.

Perhatian perusahaan terhadap kepedulian sosial masyarakat semakin besar seiring perubahan paradigma pembangun, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Hal tersebut mengacu dan menjadi kesepakatan bersama pada hasil Konferensi Tingkat tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Jenerio Brazilia pada tahun 1992⁴.

Prinsip yang keberlanjutan serta mengedepankan pertumbuhan, khususnya bagi masyarakat miskin dalam mengelola lingkungannya dan kemampuan institusinya dalam mengelola pembangunan, serta strateginya

² Bowen, dalam, Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, Edisi Indonesia (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 37

³ *Ibid*, h. 39

⁴ Nancy Silvana Haliwelda, dalam penulisan skripsi “Tinjauan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)”, Sasi XVII, No 4, skripsi, naskah tidak diterbitkan (Oktober 2011), h.53

adalah kemampuan untuk mengintegrasikan dimensi ekonomi, ekologi dan sosial yang menghargai kemajemukan ekologi dan sosial budaya. Kemudian dalam proses pengembangannya tiga pemangku kepentingan inti diharapkan mendukung penuh, diantaranya adalah perusahaan, pemerintah dan masyarakat⁵.

Kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan merupakan salah satu misi PT. BNI Syariah yang berkaitan erat dengan komitmen terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sebagai warga korporasi yang bertanggung jawab, PT. BNI Syariah berkomitmen untuk mengedepankan kinerja dan pencapaian yang tidak hanya diukur melalui profit semata. Oleh karena itu, program CSR menjadi bentuk perwujudan investasi sosial PT. BNI Syariah kepada masyarakat. Melalui implementasi program CSR yang berkelanjutan dan terarah, PT. BNI Syariah berharap agar masyarakat dapat merasakan manfaat dari kehadiran perusahaan melalui upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Penyaluran zakat PT. BNI Syariah dilakukan kepada Lembaga Amil Zakat yang programnya selaras dengan program CSR di PT. BNI Syariah, di mana dalam implementasinya Lembaga Amil Zakat bekerja sama dengan Yayasan Hasanah Titik⁶.

⁵ Elkinston, dikutip, I Wayan Bayu Diatmika, *Corporate Social Responsibility Dan Konsep Tripple Bottom Line Reportin*, <http://www.bayudiatmika.com/2012/04/corporate-social-responsibility-dan.html> , diakses pada tanggal 28 April 2012, pukul 22.57

⁶ PT. Bank BNI Syariah, <http://www.bnisyariah.co.id/>, diakses pada tahun 2014.

Di tahun sebelumnya, kegiatan CSR di PT. BNI Syariah mengusung tema “*Commitment for Humanity*” dengan fokus program mencakup bidang pendidikan, pemberdayaan ekonomi, serta lingkungan dan kesehatan. Ketiga bidang tersebut menjadi 3 pilar utama dari pelaksanaan program CSR di PT. BNI Syariah dan telah memberikan manfaat yang cukup besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar. Di tahun 2014, Yayasan Hasanah Titik menyelaraskan program-program kerjanya dengan komitmen yang telah dibangun PT. BNI Syariah sebelumnya. Atas dasar ini, ada empat pilar yang menjadi landasan penyusunan program CSR Yayasan Hasanah Titik.

Program-program CSR yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping itu, aktivitas CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang⁷.

Tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.

⁷ Margiono, Menuju Corporate Social Leadersip, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006

Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Pada kenyataannya tidaklah sesederhana itu, banyak penduduk (merupakan bagian dari komunitas) tempat perusahaan tersebut berada, bersuara lantang dan nyaring mengkritik perusahaan tersebut. Mereka menyuarakan berbagai macam hal, mulai dari minta perhatian agar perusahaan dapat memberikan bantuan maupun sumbangan untuk fasilitas sosial maupun umum, bahkan juga ada yang sampai mengancam akan menutup perusahaan jika perusahaan tidak mengabulkan tuntutan mereka. Apalagi jika produk yang dihasilkan perusahaan menimbulkan limbah yang dirasakan merugikan masyarakat. perusahaan dianggap tidak dapat memberikan sesuatu yang sifatnya positif bagi komunitas setempat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusinya dalam kehidupan komunitas lokal sebagai rekanan dalam kehidupan bermasyarakat. Artinya bahwa perusahaan harus mempunyai kewajiban sosial terhadap komunitas disekitarnya dan memperlakukan komunitas lainnya sebagai sesuatu yang berdiri sejajar dan saling membutuhkan. Pembangunan untuk masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan pada awalnya terkadang hanya bersifat *ad hoc* saja, tanpa dilandasi semangat untuk memandirikan masyarakat dan pada umumnya juga bersifat *charity* atau kedermawanan,

terutama sumbangan-sumbangan pada perayaan tertentu atau fasilitas modal olah raga, dan sebagainya.

Hal ini berkaitan dengan anggapan perusahaan bahwa urusan meningkatkan kualitas hidup komunitas lokal adalah urusan pemerintah. Seringkali komunitas disekitar perusahaan diperhatikan secara minimal. Khususnya pada aspek yang hanya menguntungkan perusahaan semata dengan memakai kebutuhan dari sudut perusahaan. Sedangkan segala hal yang berkenan dengan kerugian di daerah pemukiman perusahaan sering kali ditimpakan kepada komunitas lokal sebagai biang keladinya. Pada perkembangan selanjutnya, CSR mulai tampak kepedulian terhadap komunitas disekitarnya dan ini disebabkan adanya tekanan dari komunitas sekitarnya. Perusahaan diwajibkan untuk selalu mengikuti perkembangan sosial komunitas sekitarnya. Pembangunan yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk perhatian untuk mengatasi tuntutan dengan memperhatikan nilai-nilai yang berkembang dimasyarakat dan hak-hak komunitas lokal⁸.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu instrumen ekonomi secara umum. Dan arti khusus dapat di kategorikan sebagai instrumen ekonom islam. Namun eksistensinya sebagai kelembagaan sosial tidak banyak diketahui masyarakat khususnya umat muslim.

Permasalahan di atas muncul disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah kurangnya tenaga khusus yang mensosialisasikan kepada

⁸ Tantri Widiyanatri. *CSR : Model Community Development* oleh Korporat (Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya, 2005) h. 12.

masyarakat, sehingga masyarakat kurang mengerti dari program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Nama CSR sendiri tidak dipahami oleh sebagian orang. Kurangnya kegiatan seminar yang secara khusus membahas CSR. Kurangnya buku – buku atau literature yang membahas tentang CSR. Image umat muslim tentang ibadah sosial hanya tertuju terhadap zakat, infaq, dan sadaqah, padahal CSR perusahaan mengelola distribusi dana – dana yang sama substansinya dengan Z.I.S.

Sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal, baik karena mengendalikan aspek sosial (*social driven*) maupun mengendalikan aspek lingkungan (*environmental driven*). Artinya pemenuhan tanggungjawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan. Berikutnya adalah mengendalikan reputasi (*reputation driven*), yaitu motivasi pelaksanaan CSR untuk mendongkrak citra perusahaan. Banyak korporasi yang sengaja berupaya mendongkrak citra dengan memanfaatkan peristiwa bencana alam seperti memberi bantuan uang, sembako, medis dan sebagainya, yang kemudian perusahaan berlomba menginformasikan kontribusinya melalui media massa. Tujuannya adalah untuk mengangkat reputasi.

Kritik lain dari pelaksanaan CSR adalah karena seringkali diselenggarakan dengan jumlah biaya yang tidak sedikit, maka CSR identik dengan perusahaan besar yang ternama. Yang menjadi permasalahan adalah dengan kekuatan sumberdaya yang ada dengan kekuatan sumber daya yang dimilikinya, perusahaan-perusahaan besar dan ternama ini mampu membentuk

opini publik yang mengesankan seolah-olah mereka telah melaksanakan CSR, padahal yang dilakukannya hanya semata-mata hanya aktivitas filantropis, bahkan boleh jadi dilakukan untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.

Dengan demikian penulis tertarik untuk mengetahui dari mana sumber dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan apa saja pemanfaatan dana CSR dilaksanakan oleh PT. BNI Syariah. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Sumber Dan Pemanfaatan Dana *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah”**

B. Identifikasi Masalah

Dari Latar Belakang di atas, dapat diperoleh identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Sebagian masyarakat belum mengetahui sosialisasi tentang dana *corporate social responsibility*.
2. Kurangnya kesiapan difisi pada bidang penanggung jawab sosial perusahaan.
3. Terdapat konflik kepentingan antara perusahaan dengan masyarakat berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan.
4. Perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* bukan karena kesadaran namun lebih karena keterpaksaan karena adanya peraturan perundang-undangan.

5. Kurangnya kegiatan seminar yang secara khusus membahas *Corporate Social Responsibility*.
6. Menurut umat muslim tentang ibadah sosial hanya tertuju pada zakat, infaq dan sadaqah.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan kemampuan peneliti dalam mengidentifikasi masalah, maka dalam penelitian ini akan dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Sumber dana *corporate social responsibility* di PT. BNI Syariah
2. Pemanfaatan dana *corporate social responsibility* di PT. BNI Syariah

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah yang penulis teliti adalah Bagaimana sumber dan pemanfaatan dana *corporate social responsibility* di PT. BNI Syariah?

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta berguna untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Memberikan informasi dan kontribusi bagi kalangan akademis, praktisi dan masyarakat umum yang ingin mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR pada PT. BNI Syariah

2. Manfaat Secara Praktis

Dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dalam menentukan strategi program CSR khususnya di PT. BNI syariah.

F. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan skripsi ini lebih mengarah, maka peneliti membagi pembahasan menjadi beberapa bab, tiap bab terdiri dari sub bab dengan maksud untuk mempermudah dalam mengetahui hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini terarah dan tersusun rapi. Adapun bab-bab yang dimaksud terbagi menjadi lima bab, yang akan peneliti uraikan dibawah ini, yaitu:

Bab I Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori bab ini terdiri dari sub bab terkait teori yang sesuai dengan pembahasan yang akan diteliti, sumber dan pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility*

Bab III Metodologi Penelitian bab ini memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan Pada bab ini terdapat profil perusahaan, deskripsi objek penelitian, dan akan diperoleh hasil dari penelitian berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan.

Bab V Penutup Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penulis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR,

DAN PERTANYAAN PENELITIAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Sumber dana PT. BNI Syariah

a. Pengertian Sumber Dana

Sebagai suatu lembaga keuangan, bank tersebut mempunyai usaha pokok yang berupa menghimpun dana yang (sementara) tidak dipergunakan yang kemudian menyalurkan kembali dana itu ke masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Fungsi bank untuk mencari dan juga selanjutnya menghimpun dana kedalam bentuk simpanan (deposito) yang turut juga mempengaruhi pertumbuhan suatu bank tersebut, karena volume dana yang berhasil dihimpun tersebut atau disimpan itu tentunya akan dapat menentukan pula volume dana yang akan dikembangkan oleh bank itu ke dalam bentuk penanaman dana yang dapat menghasilkan.

Pengertian sumber dana bank menurut Kasmir menjelaskan bahwa “Dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya.”¹

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000) h. 61

Pengertian sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat. Perolehan dana ini tergantung dari bank itu sendiri, apakah dari simpanan masyarakat atau dari lembaga lainnya. Kemudian untuk membiayai operasinya, dana dapat pula diperoleh dari modal sendiri, yaitu dengan mengeluarkan atau menjual saham. Perolehan dana disesuaikan pula dengan tujuan dari penggunaan dana tersebut. Pemilihan sumber dana akan menentukan besar kecilnya biaya yang ditanggung.² Oleh karena itu, pemilihan sumber dana harus dilakukan secara cepat. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan persoalan yang paling utama. Tanpa dana, bank tidak dapat berbuat apa-apa, artinya tidak berfungsi sama sekali.

Secara garis besar sumber dana bank dapat diperoleh dari :

- 1) Dari bank itu sendiri
- 2) Dari masyarakat luas
- 3) Dari lembaga lainnya

Yang paling penting bagi bank adalah bagaimana memilih dan mengelola sumber dana yang tersedia. Bagi bank pengelolaan sumber dana dari masyarakat luas, terutama dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito adalah sangat penting. Dalam mengelola sumber dana dimulai dari perencanaan akan

² Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Revisi 2008*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) h. 45

kebutuhan dana, kemudian pelaksanaan pencarian sumber dana dan pengendalian terhadap sumber-sumber dana yang tersedia. Pengelolaan sumber dana ini kita kenal dengan nama manajemen dana bank. Dengan kata lain pengertian manajemen dana bank adalah *suatu kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terhadap penghimpunan dana yang ada di masyarakat*. Sehubungan dengan itu, maka sumber – sumber dana bank terbagi sebagai berikut:

a) Dana Yang Bersumber Dari Bank Itu Sendiri

Perolehan dana dari sumber bank itu sendiri (modal sendiri) maksudnya adalah dana yang diperoleh dari bank dalam. Perolehan dana ini biasanya digunakan apabila bank mengalami kesulitan untuk memperoleh dana dari luar. Kemudian dana ini dapat pula dicari sesuai dengan tujuan bank. Misalnya apabila bank hendak melakukan perluasan usaha atau mengganti berbagai sarana dan prasarana yang lama dengan yang baru.

Dana dari modal sendiri adalah dana yang berasal dari para pemegang saham bank, yakni pemilik bank. Dana sendiri ini terdiri dari beberapa bagian yaitu :³

³ Muchdarsyah Sinungan, *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. (Jakarta: Bumi Askara, 2000), h.85

- 1) Setoran modal dari pemegang saham, yaitu merupakan modal dari para pemegang saham lama atau pemegang saham baru.
- 2) Cadangan laba, yaitu merupakan laba yang setiap tahun dicadangkan oleh bank dan sementara waktu belum digunakan.
- 3) Laba bank yang belum dibagi, yaitu merupakan laba tahun berjalan tapi belum dibagikan kepada para pemegang saham.

Keuntungan dari dana sendiri adalah tidak perlu membayar bunga yang relatif lebih besar dari pada jika meminjam ke lembaga lain. Keuntungan lainnya adalah mudah untuk memperoleh dana yang diinginkan. Sedangkan kerugiannya adalah untuk jumlah dana yang relatif besar harus melalui berbagai prosedur yang relatif lama.

b) Dana Yang Berasal Dari Masyarakat Luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Untuk memperoleh dana dari masyarakat luas bank dapat menggunakan tiga macam jenis simpanan (rekening). Masing-masing jenis simpanan memiliki keunggulan tersendiri, sehingga bank harus

pandai dalam menyiasati pemilihan sumber dana. Sumber dana yang dimaksud adalah ssebagai berikut:⁴

- 1) Simpanan Giro
- 2) Simpanan Tabungan
- 3) Simpanan Deposito

Pembagian jenis simpanan ke dalam beberapa jenis dimaksudkan agar para penyimpan mempunyai pilihan sesuai dengan tujuan masing-masing. Tujuan utama menyimpan uang dalam bentuk rekening giro adalah untuk kemudahan dalam melakukan pembayaran. Terutama bagi mereka yang bergelut dalam dunia bisnis. Dan sedangkan bagi mereka yang menyimpan uangnya dalam rekening tabungan disamping kemudahan untuk mengambil uangnya juga adanya pengharapan bunga yang lebih besar jika dibandingkan dengan rekening giro. Kemudian tujuan menyimpan uang direkening deposito dengan mengharapkan penghasilan dari bunga yang lebih besar. Hal ini disebabkan bunga deposito yang diberikan kepada deponan paling tinggi dari simpanan lainnya.

c) Dana Yang Bersumber Dari Lembaga Lain

Dalam praktiknya sumber dana yang ketiga ini merupakan tambahan jika bank mengalami kesulitan dalam pencarian sumber

⁴ Kasmir. *Op. Cit*, h. 45

dana pertama dan kedua. Perolehan dana dari sumber ini antara lain dapat diperoleh dari:

- 1) Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), merupakan kredit yang diberikan Bank Indonesia kepada bank-bank yang mengalami kesulitan likuiditasnya.
- 2) Pinjaman antar bank (Call Money). Biasanya pinjaman ini diberikan kepada bank-bank yang mengalami kalah kliring dan tidak mampu untuk membayar kekalahannya.
- 3) Pinjaman dari bank-bank luar negeri. Merupakan pinjaman yang diperoleh oleh perbankan dari pihak luar negeri.
- 4) Surat Berharga Pasar Uang (SBPU). Dalam hal ini pihak perbankan menerbitkan SBPU kemudian diperjual belikan kepada pihak yang berminat, baik perusahaan keuangan maupun non keuangan.

b. Sumber Dana CSR

Sumber dana yang dikeluarkan untuk program CSR pada PT. BNI Syariah terdiri dari laba perusahaan, donasi karyawan, dan dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah. Laba perusahaan yang dipotong tiap tahun untuk dana CSR sesuai dengan kebijakan manajemen pusat. Donasi karyawan diberikan sesuai dengan sumbangan sukarela pegawai PT. BNI Syariah. Sedangkan dana

dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah dikeluarkan dari pengelolaan (pengumpulan dan penyaluran) dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf dilingkungan PT. BNI Syariah termasuk dari nasabahnya. Namun dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah hanya dikeluarkan sebagian untuk program CSR, karena mereka sudah mempunyai motif kegiatan tersendiri.⁵

c. Legalitas Sumber Dana CSR

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan secara berkesinambungan untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* telah diatur dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 yang menyebutkan bahwa Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 juga telah memberikan penjelasan mengenai pengungkapan dampak lingkungan dengan mengatur bahwa perusahaan menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), khususnya bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan

⁵ Edwin Erwanda, *TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA ORGANISASI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Malang)*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2012) h.11

lingkungan hidup (atau karyawan dan *stakeholder* lainnya sebagai pengguna laporan keuangan penting).⁶

d. Pemanfaatan Dana CSR PT. BNI Syariah

Bentuk pemanfaatan dana tanggung jawab sosial perusahaan / *Corporate social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah ialah berorientasi kepada bidang sosial khususnya sektor pendidikan. Sumber pendanaan dari kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan PT. BNI Syariah ialah berasal dari sebagian laba perusahaan. Selain itu donasi dari karyawan dan dana dari Unit Pelayanan Zakat (UPZ) PT. BNI Syariah juga merupakan sumber dana untuk pelaksanaan kegiatan CSR di PT. BNI Syariah.

Program kegiatan tanggung jawab sosial oleh PT. BNI Syariah dinamakan manajemen syukur yang difokuskan pada peningkatan kualitas pendidikan. Ini dilakukan dengan tujuan agar dengan semakin meningkatnya kualitas pendidikan maka, kualitas sumber daya manusia itu sendiri semakin meningkat pula. Sehingga dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia tersebut dapat memajukan daerah asalnya dan hal tersebut dapat meratakan sekaligus memajukan kualitas sumber daya manusia di

⁶ *Ibid*, h.14

Indonesia, tidak hanya mencakup wilayah kota-kota besar saja, namun juga kota-kota kecil.⁷

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility / CSR*)

a. Definisi CSR

CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan saat ini menjadi konsep yang kerap kita dengar, walau definisinya sendiri masih menjadi perdebatan di antara para praktisi maupun akademisi. CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu konsep bahwa organisasi atau perusahaan memiliki suatu konsep tanggung jawab sosial terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek oprasional perusahaan.⁸

Akan tetapi, *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), lembaga internasional yang berdiri 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*

⁷ *Ibid*, h.13

⁸ “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” artikel diakses pada 01 Maret 2010 dari [http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung Jawab Sosial Perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan) .

the 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.⁹

Sedangkan *the European Commission* mendefinisikan CSR sebagai, "*Essehtially a concept where by companies decide voluntarily to contribute to better socilty and a cleaner environment*". Komisi Eropa mendefinisikan CSR, bagaimana sebuah perusahaan secara sukarela memberi kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.

Definisi CSR juga telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Magnan dan Ferrel yang mendefinisikan CSR sebagai "*A business acts in socially responsible manner when is decision on account for and balance diverse stake holder interst*". Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap

⁹ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, cet. II, (Gersik: Fascho Publishing, 2007), h. 7

keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.¹⁰

Menurut definisi yang dikemukakan *The Jakarta Consulting Group* tanggung jawab sosial ini diarahkan baik ke dalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan. Ke dalam tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Seperti diketahui, pemegang saham telah menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya guna mendukung berbagai aktivitas operasional perusahaan, dan oleh karenanya mereka akan mengharapkan profitabilitas yang optimal serta pertumbuhan perusahaan sehingga kesejahteraan mereka di masa depan juga akan mengalami peningkatan. Oleh karenanya perusahaan harus berjuang keras agar memperoleh laba yang optimal dalam jangka panjang serta senantiasa mencari peluang bagi pertumbuhan di masa depan.¹¹

Di samping kepada pemegang saham, tanggung jawab social internal ini juga diarahkan kepada karyawan. Karena hanya dengan kerja keras, kontribusi karyawanlah perusahaan dapat menjalankan berbagai macam aktivitasnya serta meraih kesuksesan. Oleh karenanya perusahaan dituntut untuk memberikan kompensasi yang adil serta memberikan peluang pengembangan karir bagi karyawannya.

¹⁰ A. B. Susanto, *A Strategic management Approach CSR* (Jakarta: The Jakarta Consulting Group, 2007), h. 21

¹¹ *Ibid*, h. 24

Ke luar, tanggung jawab sosial ini berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang. Pajak diperoleh dari keuntungan yang diperoleh perusahaan. Oleh karenanya perusahaan harus dikelola dengan sebaik-baiknya agar mampu memperoleh laba yang maksimal. Demi kelancaran aktivitas perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya, perusahaan membutuhkan banyak tenaga kerja. Seiring dengan tumbuh kembangnya perusahaan, kebutuhan akan tenaga kerja ini akan mengalami peningkatan. Perusahaan berkewajiban untuk ikut berpartisipasi menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat. Perusahaan juga memiliki kewajiban untuk berpartisipasi dalam usaha-usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, baik yang berkaitan dengan perusahaan maupun tidak. Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memelihara kualitas lingkungan hidup masyarakat dalam jangka panjang, baik untuk generasi saat ini maupun bagi generasi penerus.¹²

Pandangan lebih komperhensif mengenai CSR dikemukakan oleh Carrol (1996) dalam Teori Paradigma Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Menurutnya, tanggung jawab perusahaan

¹² *Ibid*, h. 24-25

dapat dilihat berdasarkan empat jenjang (ekonomi, hukum, etis dan filantropis) yang merupakan satu kesatuan.¹³

Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan¹⁴



Gambar 2.1

Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomis, sebuah perusahaan haruslah menghasilkan laba sebagai pondasi untuk mempertahankan eksistensinya dan berkembang. Tanggung jawab ekonomis ini merupakan hasrat paling natural dan primitif dari perusahaan sebagai organisasi bisnis untuk mendapatkan keuntungan (laba). Namun demikian, dalam mencapai tujuan mencari laba, sebuah perusahaan juga harus bertanggung jawab secara hukum dengan menaati ketentuan hukum yang berlaku.

¹³ Archie B. Carrol, *Business and Society: Ethics and Stakeholders Management* (Ohio: South Western College Publishing, 1996), h. 39

¹⁴ *Ibid*, h. 40

Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang sehingga perusahaan tidak menggunakan atau menghalalkan segala cara.

Perusahaan juga harus bertanggung jawab secara etis. Ini berarti sebuah perusahaan berkewajiban mempraktikkan hal-hal yang baik dan benar sesuai dengan nilai-nilai etis. Oleh karena itu, nilai-nilai dan norma-norma masyarakat harus menjadi rujukan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya sehari-hari. Lebih dari itu, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab filantropis yang mensyaratkan agar perusahaan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat, agar kualitas hidup masyarakat meningkat sejalan dengan operasi bisnis sebuah perusahaan.¹⁵

Dari beberapa pengertian CSR di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk tindakan etis perusahaan/dunia bisnis yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan, masyarakat, dan alam sekitar perusahaan.

b. Tujuan dan manfaat CSR

1. Tujuan CSR

¹⁵ Fajar Nursahid, *Tanggung Jawab Sosial BUMN: Analisis terhadap Model Kedermawanan Sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina dan PT Telekomunikasi Indonesia* (Depok: Primedia, 2006), h. 14-15

Dalam menerapkan CSR ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, diantaranya adalah¹⁶:

- a) Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan.
- b) Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di negara tempat perusahaan melakukan kegiatan produksi.
- c) Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerjasama yang erat dengan komunitas lokal. Termasuk kepentingan bisnis. Selain mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan.
- d) Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan perusahaan.
- e) Mencegah diri perusahaan untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, pemburuhan, perpajakan, intensif finansial dan isu-isu lainnya.

¹⁶ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: dari voluntary menjadi mandatory*, (Jakarta: Raja grafindo perkasa, 2012) h. 50.

- f) Mendorong dan mengimplementasikan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) serta menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang sehat.
- g) Mengembangkan dan mengimplementasikan praktik-praktik system manajemen yang mengatur diri perusahaan sendiri (*self-regulation*) secara efektif untuk menumbuhkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat setempat dimana perusahaan beroperasi.
- h) Memperluas mitra bisnis, termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk mengimplementasikan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
- i) Mendorong kesadaran pekerja perusahaan yang sejalan dengan kebijakan perusahaan tersebut melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melakukan program-program pelatihan kepada para pekerja.

Penjelasan tujuan CSR jika disinergiskan dengan nilai-nilai keislaman sangat banyak. Tujuan CSR sendiri adalah untuk menjadikan masyarakat berdaya dan mandiri baik fisik maupun materil. Masyarakat islam jika ekonominya tidak diberdayakan, maka mereka ditakutkan tidak kuat menjalani hidup dan menggantungkan diri kepada pihak nonislam, dari hal tersebut

dikhawatirkan mereka tidak kuat menahan dorongan misionaris untuk mengeluarkan mereka dari agama islam.

CSR merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat. CSR dalam agama Islam sama seperti zakat dari perniagaan. Dana dari zakat disalurkan salah satunya kepada orang miskin. Dalam islam nilai kepedulian terhadap orang lain sangat dijunjung tinggi, CSR adalah pembelajaran dari nilai-nilai islami. Masyarakat islam dan non-islam diberdayakan dengan cara-cara yang islami.

2. Manfaat CSR

Dalam artikel yang berjudul *Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives*, Branco dan Rodrigues (2006) membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal dan eksternal. Dari sisi internal, manfaat itu meliputi¹⁷ :

- a) Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Untuk itu dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung jawab secara sosial.
- b) Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan

¹⁷ Mursitama. *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Institute for Develop of Eco and Finance (Indef) 2011, h 27

dengan supplier berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.

- c) Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
- d) Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik.

Sementara itu manfaat eksternal yang dapat diperoleh perusahaan dari penerapan CSR sebagai berikut:¹⁸

- a) Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggung jawaban secara sosial.
- b) 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.
- c) Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan khalayak.

c. Prinsip – prinsip CSR

Menurut Prof. Alyson Warshut dari *University of Bath Inggris* (1998) yang dikutip oleh Yusuf Wibisono dalam bukunya

¹⁸ Nugraha Mursitama, Tirta dkk, *Reformasi Pelayanan Perizinan dan Pembangunan Daerah: Cerita Sukses Tiga Kota (Purbalingga, Makassar, dan Banjarbaru)*, (Jakarta: Masyarakat Transparansi Indonesia, 2010) h.30

Membedah Konsep dan Aplikasi CSR¹⁹, mengajukan prinsip - prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut :

1. Prioritas Korporat

Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan. Dengan begitu korporat bisa membuat kebijakan, program dan praktek dalam menjalankan bisnisnya dengan cara yang bertanggungjawab secara sosial.

2. Manajemen Terpadu

Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek ke dalam setiap kegiatan bisnis sebagai salah satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.

3. Proses Perbaikan

Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasar temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.

4. Pendidikan Karyawan

Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.

5. Pengkajian

¹⁹ Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Gresik : Fascho Publishing, 2007). h 39

Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.

6. Produk dan Jasa

Mengembangkan produk dan jasa yang tak berdampak negatif secara sosial.

7. Informasi Publik

Memberi informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor dan publik tentang penggunaan aman, transportasi, penyimpanan dan pembuangan produk, dan begitu pula dengan jasa,

8. Fasilitas dan Operasi

Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.

9. Penelitian

Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.

10. Prinsip Pencegahan

Memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan produk atau jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir, untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.

11. Kontraktor dan Pemasok

Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok, disamping itu bila diperlukan mensyaratkan perbaikan dalam praktis bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok.

12. Siaga menghadapi darurat

Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan berbahaya bekerjasama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.

13. *Transfer Best Practice*

Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.

14. Memberi sumbangan

Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen

pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.

15. Keterbukaan

Menumbuh kembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengantisipasi dan member respon terhadap *potential hazard*, dan dampak operasi, produk, limbah atau jasa.

16. Pencapaian dan Pelaporan

Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, publik.

d. Ruang Lingkup CSR

Jika merujuk pemahaman yang digunakan oleh para ahli yang menggodok ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility* yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial, maka masalah CSR akan mencakup beberapa isu pokok antara lain :

1. Pengembangan masyarakat,
2. Konsumen,
3. Praktek kegiatan institusi yang sehat,
4. Lingkungan,

5. Ketenagakerjaan,
6. Hak asasi manusia.

Terdapat beberapa jenis lingkup program CSR yaitu program komunitas dan masyarakat luas, program-program karyawan, program - program penanganan pelanggan / produk, program-program lingkungan, program komunikasi dan pelaporan, Program-program pemasok, program tata pamong/pedoman perilaku.²⁰

- 1) Program Komunitas Dan Masyarakat Luas Program komunitas dan masyarakat luas ini berfungsi untuk menjalin hubungan timbal balik bagi perusahaan maupun masyarakat. Adapun contoh dari pengimplementasian program ini antara lain :
 - a) mempekerjakan tenaga lokal,
 - b) membeli produk lokal,
 - c) mendukung karyawan yang bersedia menjadi sukarelawan,
 - d) jadwal kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal,
 - e) filantropi,
 - f) kajian dampak sosial, dan

²⁰ Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Gresik : Fascho Publishing, 2007) h.134

g) program pengembangan masyarakat.

2) Program – program Karyawan

Program-program karyawan ini berfungsi untuk menjalin hubungan timbal balik bagi perusahaan maupun karyawan. Adapun contoh dari pengimplementasian program ini antara lain:

- a) pelatihan / kemajuan karir,
- b) manfaat bagi karyawan paruh waktu,
- c) partisipasi karyawan dan pengambilan keputusan,
- d) kesehatan dan keselamatan kerja,
- e) saluran komunikasi yang terbuka antara karyawan dan manajer,
- f) survey kepuasan karyawan.

3) Program - Program Penanganan Pelanggan / Produk

Program ini merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggannya. Contoh dari pengimplementasian program ini antara lain :

- a) program pelabelan,
- b) informasi kesehatan,
- c) kajian pelanggan,
- d) komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan,

e) keterlibatan pelanggan dalam pengembangan produk

4) Program – Program Lingkungan

Program ini berfungsi agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan usahanya dan berwawasan lingkungan sehingga menciptakan hubungan timbal balik yang menguntungkan antara organisasi lingkungan dengan perusahaan. Contoh dari pengimplementasian program ini antara lain :

- a) manajemen daur ulang,
- b) evaluasi lingkungan atas investasi atau proyek modal,
- c) program gas rumah kaca,
- d) program *energi alternative*,
- e) program efisiensi sumber daya (air, bahan baku, energi),
- f) transportasi serta distribusi .

5) Program Komunikasi dan Pelaporan

Komunikasi dan pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem reformasi baik bagi *stakeholders* maupun bagi *shareholders*. Contoh pengimplementasian program ini antara lain :

- a) memasukkan data kontribusi sosial ke laporan tahunan,
 - b) membuat laporan tersendiri tentang lingkungan hidup,
 - c) membuat laporan tersendiri tentang tanggung jawab sosial, korporat,
 - d) situs web,
 - e) berbagai laporan kepada pemerintah,
 - f) program - program pemegang saham.
- 6) Program - Program Pemasok

Program ini berfungsi untuk menjalin hubungan timbal balik bagi perusahaan maupun pemasok. Contoh dari pengimplementasian program ini antara lain :

- a) kajian atas pemasok (lingkungan, kondisi kerja),
 - b) komunikasi dengan pemasok,
 - c) audit pemasok dan,
 - d) pelatihan atau bekerja bersama pemasok untuk memperbaiki kinerja.
- 7) Program Tata Pamong / Pedoman Perilaku

Standar - standar yang berlaku untuk diperhatikan sebagai pedoman perusahaan dalam beroperasi sehingga masalah tidak muncul karena perusahaan telah

mengikuti standar tersebut. Contoh dari pengimplementasian program ini antara lain:

- a) Kode etik,
- b) Sistem akuntabilitas,
- c) Kajian investasi (HAM & lingkungan hidup)

e. Model CSR

Menurut Saidi dan Abidin setidaknya ada empat model atau pola CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang umumnya diterapkan di Indonesia.²¹

1) Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan 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 or Public Affair Manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *Public Realation*.

2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal,

²¹ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri 'Memperkuat Tanggung Jawab Social Perusahaan (CSR)*, (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 106

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 atau organisasi non pemerintah, universitas atau media massa. Baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

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 modal 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 produktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Bidang kegiatan yang dibantu perusahaan juga mencakup berbagai bidang. Dari jumlah dana yang disalurkan, bidang yang paling banyak hingga yang paling sedikit menerima sumbangan dari perusahaan berturut-turut adalah pendidikan dan penelitian, pelayanan sosial, kesehatan, musibah mendadak, pembangunan dan prasarana perumahan, seni dan pariwisata serta ekonomi produktif dan

lingkungan. Namun dari frekuensi bidang yang disumbang secara berturut mulai dari yang paling sering dilakukan adalah pelayanan sosial, pendidikan dan pelatihan, kesehatan, musibah mendadak, lingkungan hidup, ekonomi produktif, seni olah raga dan pariwisata, dan pengembangan prasarana perumahan.²²

Kedermawanan sosial juga berhubungan dengan beberapa hal, antara lain adalah motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan kedermawanan sosial. Cara pengambilan keputusan dan nilai-nilai yang akan dicapai dalam memberikan sumbangan. Hal-hal tersebut merupakan hal yang penting untuk diketahui dalam rangka menggali potensi dana karena selama ini ada kecenderungan dana lokal lewat dana sosial perusahaan tersalurkan dalam area yang sangat variatif sesuai dengan keinginan perusahaan penyumbang.

Di Indonesia, kebiasaan perusahaan dalam menyumbang pada dasarnya tidak sepopuler dengan kebiasaan individu yang menjadi pemilik atau eksekutif puncak perusahaan tertentu. Bahkan kadang kala sulit membedakan apakah sumbangan yang diberikan oleh perusahaan adalah sumbangan yang secara sengaja dan terencana menjadi program perusahaan, atau justru karena program atau motivasi dari pemilik perusahaan.²³

²² Edi Suharto, *Pekerjaan di Dunia Industri*, (Bandung: Refika Aditama, 2007) h. 107

²³ Zaim Saidi Dan Hamid Abidin, *Sumbangan Social Perusahaan 'Profil Dan Pola Distribusinya Di Indonesia': Survey 226 Perusahaan di 10 kota*. cet. Ke-1 (Jakarta: Priamedia, 2003) h. 15

f. CSR di PT. BNI Syariah

PT. BNI Syariah menjalankan aktivitas sosialnya karena menyadari bahwa manusia juga merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan. Sebagai pihak yang mampu, PT. BNI Syariah merasa bahwa harus berbagi kepada pihak yang membutuhkan. Begitu pula sebaliknya, PT. BNI Syariah juga membutuhkan nasabah untuk melakukan aktivitasnya sehingga pembalasan jasa ini mereka berikan kepada pihak yang membutuhkan melalui CSR. Di samping itu, PT. BNI Syariah menyadari bahwa di dalam hak yang mereka miliki juga terdapat hak orang lain karena mereka sebagai khalifah di muka bumi ini wajib untuk mempertanggungjawabkan hartanya kepada Allah sebagai pencipta semesta alam dan isinya.

Pelaksanaan kegiatan CSR di PT. BNI Syariah diperkuat oleh beberapa faktor pendorong, baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Faktor pendorong yang berasal dari lingkungan internal perusahaan berkaitan dengan komitmen dan kesadaran seluruh manajemen dan karyawan PT. BNI Syariah untuk menciptakan kondisi kehidupan yang lebih baik untuk pihak di sekitar kegiatan operasional perusahaan. Berlandaskan pada komitmen tersebut, Perusahaan merancang sekaligus memelopori program CSR dengan melibatkan dukungan finansial dan partisipasi dari seluruh karyawan, termasuk dana Zakat, Infaq dan Sedekah Unit Pengelola Zakat (UPZ) PT. BNI Syariah.

Di sisi lain, pelaksanaan kegiatan CSR PT. BNI Syariah juga didukung oleh faktor eksternal berupa dukungan Pemerintah dan pedoman peraturan perundang-undangan yang memperkuat praktik CSR di PT. BNI Syariah serta sambutan positif dari seluruh pemegang saham dan pemangku kepentingan terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah hingga saat ini.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka penulis mengacu pada skripsi yang berkaitan dengan judul skripsi ini. Penulis dapat membedakan dengan skripsi lain yang membahas tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) diantaranya :

1. Skripsi Oki Saputra, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009, yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Telkom Indonesia (Studi di Dusun Trumpon Kel. Merdikorejo Kab. Sleman Yogyakarta)” Skripsi ini menjelaskan implementasi Program CSR PT. Telkom Indonesia di Dusun Trumpon dan menjelaskan dampak program CSR PT. Telkom Indonesia terhadap peningkatan pendapatan petani di Dusun Trumpon Kel. Merdikorejo Kab. Sleman Yogyakarta.²⁵

²⁴ Anonim. 2013. *Sejarah BNI Syariah*. (Online). <http://www.bnisyariah.co.id>. Diakses tanggal 3 Maret 2013.

²⁵ Oki Saputra, *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia (Studi di Dusun Trumpon Kel. Merdikorejo Kab. Sleman Yogyakarta)*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2009).

2. Skripsi Ika Fitrianti, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008, dengan judul “Strategi Pendistribusian Dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT.(PERSERO) Angkasa Pura II Kantor Cabang Utama Dalam Upaya Mensejahterakan Masyarakat Sekitar Bandara Soekarno Hatta” Skripsi ini menekankan pada bagaimana mensejahterakan masyarakat yang berada disekitar Bandara Soekarno Hatta dengan cara bina lingkungan dan melakukan peminjaman modal usaha kepada pemilik usaha kecil agar lebih tangguh dan lebih mandiri.²⁶

3. Skripsi Nurul Islam Fakultas Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009, yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Melalui *Community Development* PT. Semen Tonasa (PERSERO)” Skripsi ini membahas konsep CSR melalui program *community development* yang dilaksanakan oleh PT. Semen Tonasa dan membahas implementasi CSR perusahaan tersebut.²⁷

Perbedaan antara skripsi yang ditulis oleh peneliti dengan beberapa skripsi di atas terletak pada program CSR-nya berbeda, implementasi perusahaannya, dan lokasi penelitiannya. Dalam penelitian ini

²⁶ Ika Fitrianti, *Strategi Pendistribusian Dana CSR (Corporate Social Responsibility) PT.(PERSERO) Angkasa Pura II Kantor Cabang Utama Dalam Upaya Mensejahterakan Masyarakat Sekitar Bandara Soekarno Hatta, Skripsi tidak diterbitkan.* (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008)

²⁷ Oki Saputra, *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia (Studi di Dusun Trumpon Kel. Merdikorejo Kab. Sleman Yogyakarta)*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2008).

pembahasan yang diutamakan adalah sumber dan pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah.

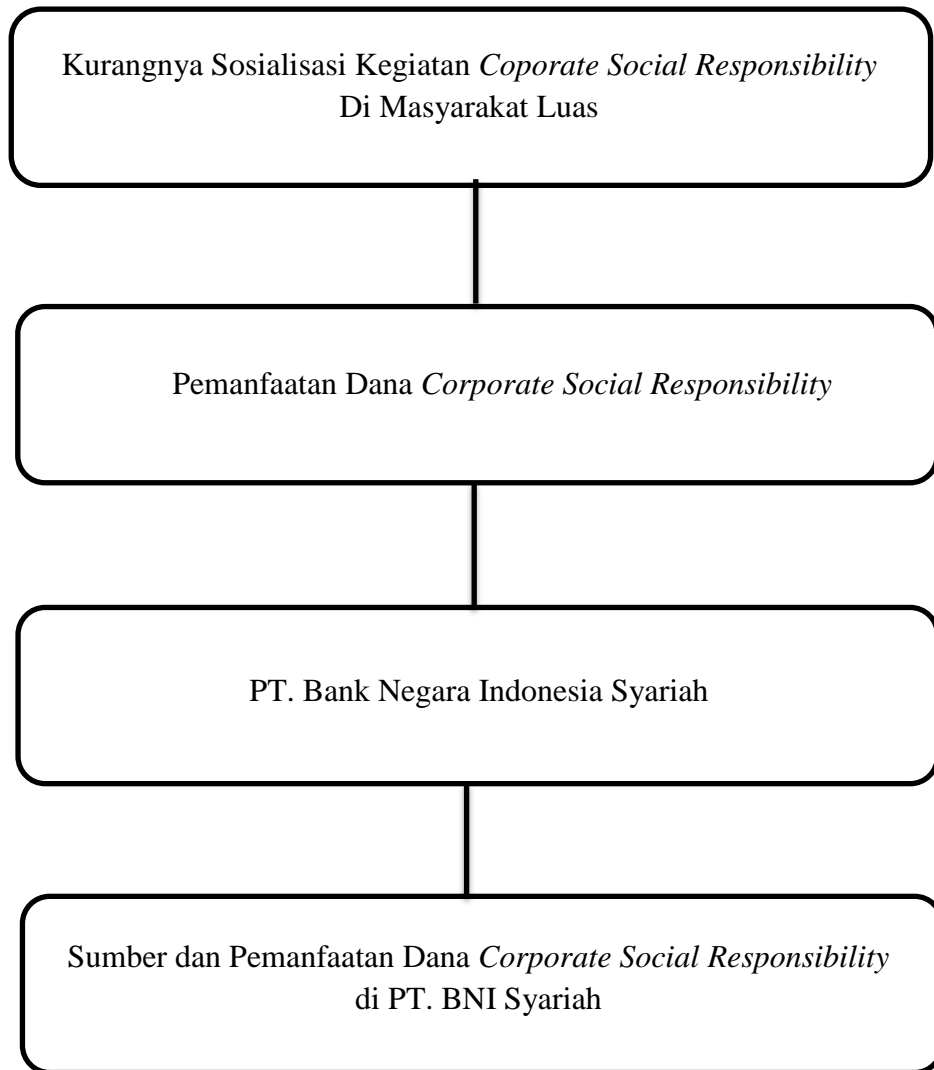
C. Kerangka berpikir

kerangka berpikir dalam skripsi disampaikan dalam bentuk bagan sebagai berikut:

Program kegiatan *Corporate Social Responsibility* di perbankan syariah merupakan salah satu instrumen ekonomi dimana dana yang disalurkan harus tepat pada sasaran, akan tetapi pada kenyataannya masih kurangnya sosialisasi kegiatan CSR tersebut dimasyarakat.

Bank syariah dalam mengumpulkan sumber dana CSR nya berasal dari laba perusahaan, donasi karyawan dan dana kebajikan. Dan kegiatan CSR seharusnya diarahkan untuk menyebarkan manfaat yang seluas-luasnya, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan.

Untuk meyakinkan para *stakeholders* bahwa dana CSR telah tepat penggunaannya yang dilakukan oleh lembaga perbankan syariah. Maka penulis hanya akan meneliti sejauh mana sumber dan pemanfaatan dana *corporate social responsibility* di PT. BNI Syariah yang dijadikan sebagai objeknya.



Gambar 2.2

D. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana sejarah perusahaan mulai melaksanakan CSR Pada PT. BNI Syariah? Kapan mulai mengimplementasikan CSR?
2. Bagaimana visi, misi dan tujuan aktifitas CSR pada PT. BNI Syariah?
3. Berasal dari manakah sumber dana CSR pada PT. BNI Syariah?
4. Bagaimana bentuk penyaluran dana CSR pada PT. BNI Syariah?
5. Apakah tujuan dan manfaat dana CSR pada PT. BNI Syariah?
6. Program apa saja yang pernah dilakukan oleh perusahaan?

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian di kantor pusat PT. BNI Syariah berada di Gedung Tempo Pavilion 1, Jl.HR Rasuna Said Kav.11, Kuningan, Jakarta Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian mulai tanggal 5 Desember 2016 sampai dengan 5 April 2017.

B. Metodologi penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yang digunakan untuk mendapatkan gambaran mendalam, sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki.

Sedang metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Induktif

Metode induktif yaitu suatu metode dengan mengambil suatu kesimpulan secara umum dari fakta-fakta nyata yang ada dilapangan, induktif merupakan cara berpikir, dimana ditarik kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual. Penarikan

kesimpulan secara induktif dimulai dengan menyatukan pernyataan-pernyataan yang bersifat umum.

2. Deduktif

Metode Deduktif, yaitu suatu metode berdasarkan pemikiran logika dan diterima umum dalam rangka pengambilan keputusan dari fakta yang sedang diamati, kemudian memberikan saran atas dasar kesimpulan.¹

C. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.² Data yang penulis peroleh langsung dari objek penelitian berupa dokumen yaitu laporan keuangan dan data yang didapat berupa:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini

¹ Sugiyono. 2007. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*".(Bandung: Alfabeta, 2007). h. 50

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 112.

³ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cet.VI, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004) h. 42.

dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.⁴

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*Field Research*) adalah merupakan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dan mendatangi responden.⁵ Dimana penelitian tersebut dilakukan dengan cara:

a. Wawancara

Interview merupakan suatu alat pengumpulan informasi langsung tentang beberapa jenis data.⁶ Dalam penelitian ini peneliti langsung mewawancarai Divisi tersebut pada PT BNI Syariah

b. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai bahan tertulis maupun data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berupa catatan formal organisasi itu sendiri. Data yang didapat peneliti dalam penelitian ini dari PT. BNI Syariah adalah berupa profil PT. BNI Syariah

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke 8 (Bandung: Alfabeta, 2009)

h. 137.

⁵ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public relation dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2006) h.32

⁶ Sustrisno Hadi, "Metodologi Research", (Yogyakarta: Andy Offset, 1983) h.49.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasi data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁷ Untuk analisa data kualitatif, maka pola berfikir yang digunakan untuk menganalisa data adalah induktif dan deduktif. Pola fikir induktif adalah untuk menganalisa data-data yang bersifat khusus untuk ditarik kepada yang umum. Sedangkan pola fikir deduktif adalah untuk menganalisa data-data yang bersifat umum untuk ditarik ke khusus .⁸

Dari data yang dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Adapun dalam menganalisis data, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu penelitian untuk memberikan penjelasan mengenai karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu, maksudnya adalah cara melaporkan data dengan menerangkan dan memberi gambaran mengenai data yang terkumpul secara apa adanya dan kemudian data tersebut disimpulkan.⁹

⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (Bandung: Rosda Karya, 2007) h. 248.

⁸ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004) h. 15

⁹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public relation dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2006) h. 274

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data¹

Penelitian dalam penulisan skripsi ini pada PT. BNI Syariah Gedung Tempo Pavilion 1 Jl. HR Rasuna Said Kav 10-11, Lt 3-6, Jakarta 12950, Indonesia. Dimana perusahaan yang bergerak di bidang perbankan (keuangan) milik pemerintah. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan keterangan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan dijelaskan pula hasil dari penelitian dengan data-data dan alat uji statistik yang telah dipilih.

1. Sejarah PT. BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Negara Indonesia dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS PT. Bank Negara Indonesia terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

¹ www.bnisyariah.co.id di akses pada tanggal 1 April 2017

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang PT. BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, PT. BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk PT. BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT BNI Syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS PT. Bank Negera Indonesia tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya PT. BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang PT. BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

2. Visi dan Misi PT. BNI Syariah

- a. Visi PT. BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

Mewujudkan suatu visi, maka harus didukung dengan suatu misi-misi. Misi merupakan sebuah pernyataan yang menegaskan visi, yang memaparkan secara garis besar, langkah-langkah yang diambil untuk mencapai visi dan sesuai visinya PT. BNI Syariah terus-menerus melakukan perbaikan dalam layanan dan kinerja dengan serangkaian training dan motivasi untuk meningkatkan mutu serta kualitas layanan yang akan diberikan kepada masyarakat.

- b. Misi PT. BNI Syariah

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.

5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Di dalam mencapai misinya, PT. BNI Syariah selalu berupaya memberikan layanan yang baik bagi nasabah/mudharib mulai dari mengenali kebutuhan nasabah/mudharib, membimbing nasabah/mudharib dalam melakukan transaksi, memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, sampai memelihara (*maintaince*) hubungan baik dengan nasabah/mudharib.

3. Produk dan Jasa PT. BNI Syariah

Produk dan Jasa PT. BNI Syariah dikelompokkan menjadi empat yaitu:

a. *Consumer Banking*

1) Investasi

- a) Tabungan iB Prima Hasanah
- b) TabunganKu iB
- c) Tabungan iB Hasanah
- d) Tabungan iB Haji Hasanah
- e) Deposito iB Hasanah
- f) iB Tapenas Hasanah

2) Pembiayaan

- a) Multiguna iB Hasanah
- b) Griya iB Hasanah
- c) Pembiayaan THI iB Hasanah
- d) CCF iB Hasanah

- e) Oto iB Hasanah
- f) Multijasa iB Hasanah
- g) Gadai Emas iB Hasanah
- h) iB Hasanah Card

b. *Small Bossiness*

1) Investasi

- a) Deposito iB Hasanah
- b) Giro iB Hasanah
- c) Tabungan iB Bisnis Hasanah

2) Pembiayaan

- a) Pembiayaan Kerjasama *Linkage* Program iB Hasanah
- b) Usaha Kecil iB Hasanah
- c) Tunas Usaha iB Hasanah
- d) Pembiayaan Kerjasama Dealer iB Hasanah
- e) Pembiayaan Kerjasama Kopkar/Kopeg iB Hasanah
- f) Pembiayaan Valas iB Hasanah
- g) Wirausaha iB Hasanah

3) Layanan

- a) Bank Garansi
- b) Kiriman Uang
- c) Surat Keterangan Bank

c. *Corporate Banking*

1) Investasi

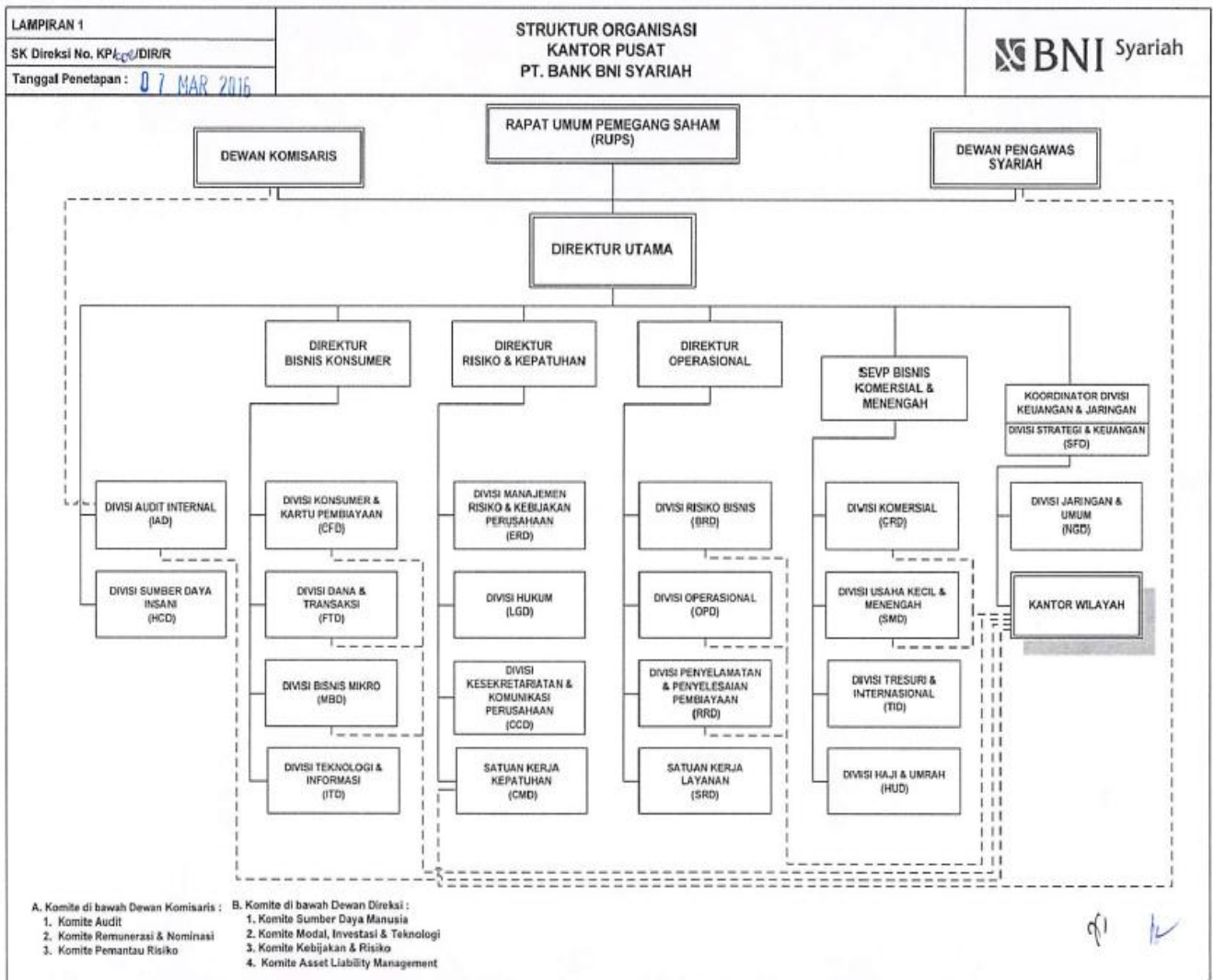
- a) Giro iB Hasanah
- b) Deposito iB Hasanah
- 2) Pembiayaan
 - a) Pembiayaan Sindikasi iB Hasanah
 - b) Pembiayaan Onshore iB Hasanah
 - c) Pembiayaan Ekspor iB Hasanah
 - d) Pembiayaan Valas iB Hasanah
 - e) Usaha Besar iB Hasanah
 - f) Pembiayaan Kerjasama Kopkar/Kopeg iB Hasanah
 - g) Pembiayaan Kerjasama *Multifinance* iB Hasanah
- 3) Layanan
 - a) *Internet Banking Corporate*
 - b) *Cash Management*
 - c) Transaksi Ekspor
 - d) Transaksi Impor
 - e) Bank Garansi
 - f) Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri
 - g) Transaksi Kiriman Uang Luar Negeri
 - h) *Traveller Cheque*
 - i) *Collections*
- d. Layanan 24 Jam
 - 1) *Internet Banking*
 - 2) ATM

3) *Phone Banking*

4) *SMS Banking*

4. Struktur organisasi PT. BNI Syariah

Struktur organisasi di PT. BNI Syariah adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1

5. *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. BNI Syariah diarahkan untuk menyebarkan manfaat yang seluas-luasnya,

khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan. Tujuan PT. BNI Syariah dalam implementasi CSR adalah untuk menginspirasi nilai-nilai Hasanah kepada masyarakat sekitar.

Rencana dan strategi kegiatan CSR di tahun 2013 masih akan tetap difokuskan pada bidang pendidikan namun akan disertai dengan optimalisasi di bidang lainnya seperti kesehatan, pemberdayaan ekonomi, sosial kemasyarakatan dan bencana alam. Di tahun sebelumnya, kegiatan CSR PT. BNI Syariah mengusung tema “*Commitment for Humanity*” dengan fokus program mencakup bidang pendidikan, pemberdayaan ekonomi, serta lingkungan dan kesehatan.

PT. BNI Syariah akan mengembangkan pendekatan CSR yang berbasiskan pada konsep *triple bottom line* yaitu, *people*, *profit*, dan *planet*. Dengan demikian, penerapan strategi CSR akan mengarah pada pemanfaatan profit perusahaan untuk mendatangkan kebaikan bagi masyarakat dan lingkungan tempat PT. BNI Syariah berkegiatan secara berkesinambungan.

Seiring dengan perkembangan bisnis PT. BNI Syariah, maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diemban. Perkembangan ini menuntut pengelolaan dana sosial yang semakin baik dan tepat sasaran. Untuk itu PT. BNI Syariah menunjuk Yayasan Hasanah Titik (YHT) sebagai mitra dalam pengelolaan Zakat Perusahaan sebagai pelaksana penyaluran dana zakat. Yayasan Hasanah Titik sesuai dengan Anggaran Dasarnya mempunyai maksud

dan tujuan di bidang sosial, kemanusiaan dan keagamaan yang sejalan dengan tujuan CSR PT. BNI Syariah. Yayasan Hasanah Titik dibentuk berdasarkan Akta Notaris No.18 tanggal 22 Agustus 2014. Saat ini Yayasan Hasanah Titik bermitra dengan Dompot Dhuafa untuk mengelola zakat, infak dan sedekah di lingkungan PT. BNI Syariah.²

Di tahun 2014, Yayasan Hasanah Titik menyelaraskan program-program kerjanya dengan komitmen yang telah dibangun PT. BNI Syariah sebelumnya. Untuk dapat memberikan manfaat yang seluas-luasnya, PT. BNI Syariah telah menetapkan empat pilar utama untuk menjadi landasan penyusunan program CSR. Penjelasan dan sasaran dari keempat pilar tersebut adalah sebagai berikut:

a. Bidang Pendidikan

Sasaran utama program pendidikan adalah area-area pendidikan Islam, baik berupa program fisik, bantuan pendidikan, maupun peningkatan keahlian dan manajerial. Pesantren, madrasah, institusi-institusi pendidikan lain yang banyak diisi oleh masyarakat kelas bawah/dhuafa di kota dan desa menjadi sasaran calon penerima program pendidikan ini. Program yang dilaksanakan dalam bidang pendidikan antara lain, memberikan fasilitas kepada madrasah-madrasah yang sudah tidak layak untuk proses belajar mengajar berupa renovasi/pembangunan gedung dan

² Wawancara pribadi dengan ibu Moelyati, sebagai divisi program penyaluran Yayasan Hasanah Titik pada tanggal 22 Maret 2017 jam 16:30

fasilitas lain seperti Perpustakaan. Melalui rekomendasi kantor-kantor cabang PT. BNI Syariah.

b. Bidang Ekonomi

Selain selaras dengan area bisnis PT. BNI Syariah, program pemberdayaan ekonomi memiliki tujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri. Program ini dikembangkan untuk membangun usaha-usaha kecil dan menengah di kelompok atau komunitas Islam seperti pesantren, kelompok remaja putus sekolah dan ibu-ibu. Target program pemberdayaan ekonomi adalah mendukung keterampilan lokal masyarakat setempat di daerah masing-masing.

c. Bidang Kesehatan dan Lingkungan

Program CSR di bidang kesehatan dan lingkungan dikembangkan dengan landasan pertimbangan untuk mengutamakan pemberian bantuan sesuai dengan kebutuhan daerah sasaran. Implementasi dari program ini sangat didukung oleh kebijakan pemerintah untuk menyelenggarakan program kesehatan gratis bagi masyarakat tidak mampu. Program yang dilaksanakan dalam bidang kesehatan dan lingkungan antara lain, Program penyediaan sumber air bersih (pipanisasi) dan penyediaan MCK bagi masyarakat. Yang sebelumnya kondisi MCK sangat tidak layak dan higienis. Serta Bentuk program berupa layanan

kesehatan bagi anak-anak dari sekolah/madrasah pada program “Bedah Madrasah”.

d. Bidang Sosial dan Dakwah

Bidang sosial dan dakwah adalah ruang terluas bagi Yayasan Hasanah Titik untuk menyusun program penyaluran CSR. Salah satu fokusnya adalah untuk memberikan dukungan program dakwah para da’i untuk wilayah-wilayah pedalaman nusantara yang dilaksanakan bekerja sama dengan Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII). Di bidang sosial dan dakwah, Yayasan Hasanah Titik juga ikut serta dalam membantu saudara-saudara muslim yang sedang mengalami krisis kemanusiaan di Gaza, Palestina. Program sosial dan dakwah yang berdampak luas dan langsung kepada kebutuhan dasar adalah Program *One Day One Liter One Family* (ODOLOF). Program ditujukan untuk membantu masyarakat yang terkena musibah bencana alam terutama untuk wilayah tanah air, seperti banjir, tanah longsor, gunung meletus dan lain -lain.

B. Analisis dan Hasil Penelitian Sumber dan Penggunaan Dana *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah

Kebijakan perusahaan dalam rangka peningkatan kualitas layanan kepada konsumen, PT. BNI Syariah telah menetapkan standar layanan yang disebut sebagai GREAT (*Greeting, Relationship, Empathy, Attention, dan Trust*). Standar layanan ini berlaku bagi semua karyawan

PT. BNI Syariah dan diharapkan dapat diaplikasikan melalui program dan acara layanan yang telah disosialisasikan kepada seluruh kantor cabang dalam bentuk:

1. Penyusunan panduan standar layanan
2. Buku panduan *frontliners*
3. Pembuatan video standar layanan
4. Sosialisasi saleskit online
5. Kunjungan tak terjadwal
6. Sesi pertemuan

PT. BNI Syariah mempunyai kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) didudukkan sebagai jantung bisnis perusahaan, dimana pelaksanaannya dilakukan secara terencana dan berkerjasama dengan Yayasan Hasanah Titik dalam penyaluran dana sosial. Sebagai sebuah investasi, di samping ikut serta dalam pelaksanaan pembangunan masyarakat dan lingkungan, PT. BNI Syariah juga memikirkan tentang pembangunan perusahaan di masa depan.

a. Sumber Dana *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah

Menurut bapak Iqbal Taqiudin selaku *corporate communication manager*,³ sumber dana yang dikeluarkan untuk program CSR di PT. BNI Syariah terdiri dari laba perusahaan,

³ Wawancara pribadi dengan bpk. Iqbal Taqiudin, sebagai corporate communication manager pada tanggal 22 Maret 2017 jam 16:30

donasi karyawan, dan dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah. Laba perusahaan yang dipotong tiap tahun untuk dana CSR sesuai dengan kebijakan manajemen pusat sebesar 5% per tahun. Donasi karyawan PT. BNI Syariah sebesar 2,5% untuk dana zakat, dan dari dana kebajikan. Dana kebajikan di PT. BNI Syariah didapatkan dari denda keterlambatan pembayaran (*late charge*) Hasanah Card dan denda karena pemegang kartu melampaui Pagu yang diberikan (*overlimite charge*) tanpa persetujuan penerbit kartu. Dalam hal biaya keterlambatan dan biaya *over limite* maka ganti rugi (*ta'widh*) berlaku sesuai dengan Fatwa DSN-MUI NO.43/DSN-MUI/V/2004 yaitu memperhitungkan kerugian riil yang secara nyata dialami oleh PT. BNI Syariah dan besarnya akan diberitahukan kemudian secara tertulis oleh PT. BNI Syariah kepada Nasabahnya. Jumlah biaya ganti rugi oleh PT. BNI Syariah dan dipahami oleh Nasabah PT. BNI Syariah serta denda dana kebajikan sebesar 2.95 % yang tertunggak yang diakui seluruhnya untuk kepentingan sosial. Dari jumlah pembayaran minimum Sedangkan dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah dikeluarkan dari pengelolaan (pengumpulan dan penyaluran) dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf dilingkungan PT. BNI Syariah termasuk dari nasabahnya. Namun dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah hanya dikeluarkan sebagian untuk program CSR, karena mereka sudah mempunyai motif kegiatan tersendiri.

b. Bentuk pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah

Sebagai warga korporasi yang bertanggung jawab, PT. BNI Syariah berkomitmen untuk mengedepankan kinerja dan pencapaian yang tidak hanya diukur melalui profit semata. Oleh karena itu, implementasi program CSR menjadi bentuk perwujudan investasi sosial dari PT. BNI Syariah kepada masyarakat. Melalui implementasi program CSR yang berkelanjutan dan terarah, PT. BNI Syariah berharap agar masyarakat dapat merasakan manfaat dari kehadiran perusahaan melalui upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Dalam menyusun program-program CSR, PT. BNI Syariah juga harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Pengalihan anggaran tanggung jawab sosial dari bentuk dana sosial umum (CSR) menjadi zakat perusahaan berdampak pada pola pelaksanaan program-program tanggung jawab sosial PT. BNI Syariah. Dari sisi penerima, program tanggung jawab sosial harus disesuaikan dengan ketentuan syariah yang mengatur dengan tegas kelompok-kelompok penerima program, yaitu kelompok-kelompok masyarakat yang masuk dalam kategori ashnaf di antaranya fakir, miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang,

untuk jalan Allah, dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan/musafir.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. BNI Syariah diarahkan untuk menyebarkan manfaat yang seluas-luasnya, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan. Namun untuk beberapa tahun kemarin kegiatan CSR yang dilakukan PT. BNI Syariah hanya berfokus pada beberapa bidang, seperti santunan kepada kaum dhuafa dan peningkatan kualitas pendidikan. Dilandasi kesadaran bahwa mencerdaskan bangsa bukan hanya tanggung jawab negara, tetapi juga tanggung jawab bersama, program Manajemen Syukur PT. BNI Syariah difokuskan pada pendidikan dengan mengusung moto “Dari PT. BNI Syariah Untuk Indonesia Yang Lebih Cerdas”.

Melanjutkan komitmen tanggung jawab sosial yang telah dimulai sebelumnya, PT. BNI Syariah melalui kebijakan Manajemen Syukur sebagai landasan utama kegiatan tanggung jawab sosialnya. Pendidikan satu-satunya jalan mengangkat derajat, martabat, dan harkat sebuah bangsa. Hanya pendidikanlah satu-satunya untuk bisa memajukan peradaban sebuah bangsa. Baik peradaban ekonomi, peradaban politik, peradaban teknologi, dan lain sebagainya. Semua kemajuan, kesejahteraan, dan ketertiban merupakan *output* dan *outcome* proses pendidikan. Pendidikan sangat punya peran sentral memangkas kebodohan.

Kegiatan/program CSR dalam berbagai bidang diselenggarakan oleh PT. BNI Syariah melalui Yayasan Hasanah Titik antara lain adalah sebagai berikut:⁴

1. Bidang Pendidikan

Sasaran utama program pendidikan adalah area-area pendidikan Islam, baik berupa program fisik, bantuan pendidikan, maupun peningkatan keahlian dan manajerial. Pesantren, madrasah, institusi-institusi pendidikan lain yang banyak diisi oleh masyarakat kelas bawah/dhuafa di kota dan desa menjadi sasaran calon penerima program pendidikan ini.

PROGRAM	DESKRIPSI
<ul style="list-style-type: none"> • Bedah Madrasah dan Perpustakaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan fasilitas kepada madrasah-madrasah yang sudah tidak layak untuk proses belajar mengajar berupa renovasi/pembangunan gedung dan fasilitas lain seperti Perpustakaan. Melalui rekomendasi kantor - kantor cabang PT. BNI Syariah.

Tabel 4.1 Program Kerja Bidang Pendidikan

2. Bidang Ekonomi

Selain selaras dengan area bisnis PT. BNI Syariah, program pemberdayaan ekonomi memiliki tujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri. Program ini dikembangkan untuk

⁴ *Ibid*, wawancara pribadi.

membangun usaha-usaha kecil dan menengah di kelompok atau komunitas Islam seperti pesantren, kelompok remaja putus sekolah dan ibu-ibu. Target program pemberdayaan ekonomi adalah mendukung keterampilan lokal masyarakat setempat di daerah masing-masing.

PROGRAM	DESKRIPSI
<ul style="list-style-type: none"> • Santri Hasanah 	<ul style="list-style-type: none"> • Program pengembangan ekonomi di pesantren-pesantren, terutama pesantren berbasis siswa dhuafa. Program ini, selain bertujuan agar dapat tercipta usaha yang mampu mendukung operasional pesantren, juga diharapkan menjadi sarana belajar santri untuk menjadi seorang santripreneur.
<ul style="list-style-type: none"> • Mutiara Bangsa Berhasanah (MBB) 	<ul style="list-style-type: none"> • Program pengembangan ekonomi kecil dan kreatif berbasis komunitas melalui Duta-duta Mutiara Bangsa Berhasanah PT. BNI Syariah. Program ini berusaha menularkan keberhasilan Duta Mutiara Bangsa Berhasanah (MBB) kepada anggota masyarakat lain di sekitar MBB agar tercipta entrepreneur-entrepreneur baru.
<ul style="list-style-type: none"> • BMT Masalahah 	<ul style="list-style-type: none"> • Program kerja sama perguliran dana untuk

	usaha-usaha kecil dan calon usaha kecil di Malang dan sekitarnya, dengan menggunakan skema dan sistem BMT mitra (Maslahah).
--	---

Tabel 4.2 Program Kerja Bidang Ekonomi

3. Bidang Kesehatan

Program CSR di bidang kesehatan dan lingkungan dikembangkan dengan landasan pertimbangan untuk mengutamakan pemberian bantuan sesuai dengan kebutuhan daerah sasaran. Implementasi dari program ini sangat didukung oleh kebijakan pemerintah untuk menggelontorkan program kesehatan gratis bagi masyarakat tidak mampu.

PROGRAM	DESKRIPSI
<ul style="list-style-type: none"> Layanan Kesehatan PT. BNI Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk program berupa layanan kesehatan bagi anak-anak dari sekolah/madrasah pada program “Bedah Madrasah”.
<ul style="list-style-type: none"> Kampung Hasanah 	<ul style="list-style-type: none"> Program penyediaan sarana dan prasarana pada desa atau kampung yang masih dalam kondisi tertinggal. Program penyediaan sumber air bersih (pipanisasi) dan penyediaan MCK bagi masyarakat. Yang sebelumnya kondisi MCK sangat tidak layak dan

	higenis.
--	----------

Tabel 4.3 Program Kerja Bidang Kesehatan

4. Bidang Sosial dan Dakwah

Bidang sosial dan dakwah adalah ruang terluas bagi Yayasan Hasanah Titik untuk menyusun program penyaluran CSR. Salah satu fokusnya adalah untuk memberikan dukungan program dakwah para da'i untuk wilayah-wilayah pedalaman nusantara yang dilaksanakan bekerja sama dengan Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII). Di bidang sosial dan dakwah, Yayasan Hasanah Titik juga ikut serta dalam membantu saudara-saudara muslim yang sedang mengalami krisis kemanusiaan di Gaza, Palestina. Program sosial dan dakwah yang berdampak luas dan langsung kepada kebutuhan dasar adalah Program *One Day One Liter One Family* (ODOLOF).

PROGRAM	DESKRIPSI
<ul style="list-style-type: none"> • Tanggap Bencana 	<ul style="list-style-type: none"> • Program ditujukan untuk membantu masyarakat yang terkena musibah bencana alam terutama untuk wilayah tanah air, seperti banjir, tanah longsor, gunung meletus dan lain-lain.
<ul style="list-style-type: none"> • Ta'jil on The Road 	<ul style="list-style-type: none"> • Program ditujukan kepada pengendara dan masyarakat umum di seluruh wilayah kerja PT. BNI Syariah yang masih

	di jalan saat berbuka.
<ul style="list-style-type: none"> • Paket Lebaran Guruku 	<ul style="list-style-type: none"> • Program berupa pemberian paket lebaran dan tabungan bagi 1.100 guru madrasah, TPA, TPQ di wilayah kerja PT. BNI Syariah.
<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan Rutin (Proposal) 	<ul style="list-style-type: none"> • Program bantuan rutin untuk mengakomodir masyarakat umum dan pegawai yang mengajukan permohonan bantuan.
<ul style="list-style-type: none"> • Qardh 	<ul style="list-style-type: none"> • Qardh diperuntukkan kepada pegawai PT. BNI Syariah dengan kualifikasi ashnaf dan atau keadaan mendesak.
<ul style="list-style-type: none"> • Da'i Pedalaman 	<ul style="list-style-type: none"> • Da'i Pedalaman adalah program yang membantu masyarakat muslim (muallaf) di daerah-daerah minoritas dan perbatasan.
<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan Internasional 	<ul style="list-style-type: none"> • Program bantuan yang ditujukan bagi negara-negara muslim yang dilanda konflik kemanusiaan (perang) dan bencana alam.
<ul style="list-style-type: none"> • <i>One Day One Litre One Family</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Program ini untuk memberikan bantuan kebutuhan dasar berupa beras bagi 1.000 keluarga miskin di Jabodetabek (jompo, janda, tidak bekerja) diberikan beras satu liter satu hari. Diberikan per minggu

	dengan mengikuti pengajian di masjid atau majelis taklim.
--	---

Tabel 4.4 Program Kerja Bidang Sosial dan Dakwah

Dalam mendapatkan persetujuan terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan ketika perusahaan akan melakukan program CSR, setidaknya terdapat empat tahap, diantaranya:⁵

1. Tahap Perencanaan

Perencanaan terdapat tiga langkah utama, yaitu *awareness building*, *CSR Assessment*, dan *CSR manual building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai pentingnya CSR dan komitmen manajemen, Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok, dan lain-lain.

CSR Assessment merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif.

Langkah selanjutnya adalah membuat CSR manual. Hasil *assessment* merupakan dasar menyusun manual atau pedoman implementasi CSR. Upaya yang mesti dilakukan antara lain melalui benchmarking, menggali dari referensi atau menggunakan tenaga ahli.

⁵ Wibisono, Yusuf. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. (Gresik. Fascho Publishing, 2007)

Manual merupakan inti dari perencanaan, karena menjadi panduan atau petunjuk pelaksanaan CSR bagi komponen perusahaan. Penyusunan manual CSR dibuat sebagai acuan, panduan dan pedoman dalam pengelolaan kegiatan sosial kemasyarakatan yang dilakukan oleh perusahaan. Pedoman ini diharapkan mampu memberikan kejelasan dan keseragaman pola pikir dan pola tindak seluruh elemen perusahaan guna tercapainya pelaksanaan program yang terpadu, efektif dan efisien.

2. Tahap Implementasi

Dalam memulai implementasi, pada dasarnya terdapat tiga aspek yang harus disiapkan, yaitu; siapa yang akan menjalankan, apa yang harus dilakukan, dan bagaimana cara mealakukan impelementasi beserta alat apa yang diperlukan. Dalam istilah manajemen populer, aspek tersebut diterjemahkan kedalam:

- a) Pengorganisasi, atau sumber daya yang diperlukan.
- b) Penyusunan (*staffing*) untuk menempatkan orang sesuai dengan jenis tugas atau pekerjaan yang harus dilakukannya.
- c) Pengarahan (*directing*) yang terkait dengan bagaimana cara melakukan tindakan.

- d) Pengawasan atau kontrol terhadap pelaksanaan.
- e) Pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana.
- f) Penilaian (*evaluating*) untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan.

Tahap implemementasi ini terdiri dari tiga langkah utama, yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi CSR khususnya mengenai pedoman penerapan CSR. Agar efektif, upaya ini perlu dilakukan dengan suatu tim atau divisi khusus yang dibentuk untuk mengelola program CSR, langsung berada dibawah pengawasan salah satu direktur atau CEO. Tujuan utama sosialisasi adalah agar program CSR yang akan diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen perusahaan, sehingga dalam perjalanannya tidak ada kendala serius yang dapat dialami oleh unit penyelenggara.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman CSR yang ada, berdasarkan *roadmap* yang telah disusun. Sedangkan internalisasi adalah tahap jangka panjang. Internalisasi mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh aspek bisnis perusahaan, misalnya melalui sistem manajemen kinerja,

prosedur pengadaan, proses produksi, pemasaran dan proses bisnis lainnya. Dengan upaya ini dapat dinyatakan bahwa penerapan CSR bukan sekedar kosmetik namun telah menjadi strategi perusahaan, bukan lagi sebagai upaya untuk *compliance* tetapi sudah *beyond compliance*.

3. Tahap Evaluasi

Setelah program di implementasikan langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan CSR. Terkadang ada kesan, evaluasi baru dilakukan jika ada program yang gagal. Sedangkan jika program tersebut berhasil, justru tidak dilakukan evaluasi. Padahal evaluasi harus tetap dilakukan, baik saat kegiatan tersebut berhasil atau gagal. Bahkan kegagalan atau keberhasilan baru bisa diketahui setelah program tersebut dievaluasi.

Evaluasi juga bukan tindakan untuk mencari-cari kesalahan. Evaluasi dilakukan sebagai sarana untuk pengambilan keputusan. Misalnya keputusan untuk menghentikan, melanjutkan, memperbaiki atau mengembangkan aspek-aspek tertentu dari program yang telah diimplementasikan.

4. Pelaporan

Pelaporan dilakukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi selain berfungsi untuk keperluan *shareholder* juga untuk *stakeholder* yang memerlukan.

Kesiapan pada divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan di PT. BNI Syariah dalam mengatur program *Corporate Social Responsibility* sudah sangat siap karena telah memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) sebagai landasan dalam operasional Bank. Setiap penerbitan SOP atau review SOP harus melalui mekanisme sertifikasi dan persetujuan. Sertifikasi SOP dilakukan oleh Divisi Manajemen Risiko & Prosedur Perusahaan, namun sebelum melakukan sertifikasi, SOP harus divalidasi terlebih dahulu oleh unit-unit terkait.

Terdapat tiga peraturan yang mewajibkan perusahaan pengelola sumber daya alam untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR, diantaranya diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (PT) No.40 Tahun 2007. Dalam pasal 74 yang bunyinya adalah:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan,

2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran,
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain Undang-undang PT, peraturan lain yang sifatnya umum namun terkait dengan kewajiban pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa: "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan."

Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA), terikat dalam Undang-undang No 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, Pasal 13 ayat 3 (p), yang isinya:

” Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu :

(p). pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.”

C. Interpretasi Data

Dari hasil penelitian melalui wawancara dengan bapak Iqbal Taqiudin *Corporate Communication Manager* dan ibu Moelyati Divisi Program Hasanah Titik, *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah bekerja sama melimpahkan Dana Zakat kepada Yayasan Hasanah Titik untuk disalurkan dalam kegiatan-kegiatan sosial, di mana Yayasan Hasanah Titik Yayasan berdasarkan Akta Notaris No.18 tanggal 22 Agustus 2014 dalam pelaksanaannya bekerja sama dengan Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Dhuafa. Di tahun 2014, Yayasan Hasanah Titik menyelaraskan program-program kerjanya dengan komitmen yang telah dibangun PT. BNI Syariah sebelumnya.

Sumber dana yang dikeluarkan untuk program *Corporate Social Responsibility* di PT. BNI Syariah terdiri dari laba perusahaan, donasi karyawan, dan dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah. Laba perusahaan yang dipotong tiap tahun untuk dana CSR sesuai dengan kebijakan manajemen pusat sebesar 5% per tahun. Donasi karyawan PT. BNI Syariah sebesar 2,5% untuk dana zakat, dan dari dana kebajikan. Dana kebajikan di PT. BNI Syariah didapatkan dari denda keterlambatan pembayaran (*late charge*) Hasanah Card dan denda karena pemegang kartu melampaui Pagu yang diberikan (*overlimite charge*) tanpa persetujuan penerbit kartu. Dalam

hal biaya keterlambatan dan biaya *over limite* maka ganti rugi (ta'widh) berlaku sesuai dengan Fatwa DSN-MUI NO.43/DSN-MUI/V/2004 yaitu memperhitungkan kerugian riil yang secara nyata dialami oleh PT. BNI Syariah dan besarnya akan diberitahukan kemudian secara tertulis oleh PT. BNI Syariah kepada Nasabahnya. Jumlah biaya ganti rugi oleh PT. BNI Syariah dan dipahami oleh Nasabah PT. BNI Syariah serta denda dan kebajikan sebesar 2.95 % yang tertunggak yang diakui seluruhnya untuk kepentingan sosial. Sedangkan dana dari unit pengelola zakat PT. BNI Syariah dikeluarkan dari pengelolaan (pengumpulan dan penyaluran) dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf dilingkungan PT. BNI Syariah termasuk dari nasabahnya.

Sedangkan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. BNI Syariah diarahkan untuk menyebarkan manfaat yang seluas-luasnya, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan.

Dalam menyusun program-program CSR, di PT. BNI Syariah juga harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Pengalihan anggaran tanggung jawab sosial dari bentuk dana sosial umum (CSR) menjadi zakat perusahaan berdampak pada pola pelaksanaan program-program tanggung jawab sosial di PT. BNI Syariah. Dari sisi penerima, program tanggung jawab sosial harus disesuaikan dengan ketentuan syariah yang mengatur dengan tegas kelompok-kelompok penerima program, yaitu kelompok-kelompok masyarakat yang masuk dalam kategori ashnaf di antaranya fakir, miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk

(memerdekakan) budak, orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah, dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan/musafir.

Kegiatan/program CSR dalam berbagai bidang diselenggarakan oleh PT. BNI Syariah melalui Yayasan Hasanah Titik antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bidang Pendidikan

Sasaran utama program pendidikan adalah area-area pendidikan Islam, baik berupa program fisik, bantuan pendidikan, maupun peningkatan keahlian dan manajerial. Pesantren, madrasah, institusi-institusi pendidikan lain yang banyak diisi oleh masyarakat kelas bawah/dhuafa di kota dan desa menjadi sasaran calon penerima program pendidikan ini. Program yang dilaksanakan dalam bidang pendidikan antara lain, memberikan fasilitas kepada madrasah-madrasah yang sudah tidak layak untuk proses belajar mengajar berupa renovasi/pembangunan gedung dan fasilitas lain seperti Perpustakaan. Melalui rekomendasi kantor-kantor cabang PT. BNI Syariah.

2. Bidang Ekonomi

Selain selaras dengan area bisnis PT. BNI Syariah, program pemberdayaan ekonomi memiliki tujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri. Program ini dikembangkan untuk membangun usaha-usaha kecil dan menengah di kelompok atau komunitas Islam seperti pesantren, kelompok remaja putus sekolah

dan ibu-ibu. Target program pemberdayaan ekonomi adalah mendukung keterampilan lokal masyarakat setempat di daerah masing-masing. Program yang dilaksanakan dalam bidang ekonomi antara lain,

3. Bidang Kesehatan dan Lingkungan

Program CSR di bidang kesehatan dan lingkungan dikembangkan dengan landasan pertimbangan untuk mengutamakan pemberian bantuan sesuai dengan kebutuhan daerah sasaran. Implementasi dari program ini sangat didukung oleh kebijakan pemerintah untuk menyelenggarakan program kesehatan gratis bagi masyarakat tidak mampu. Program yang dilaksanakan dalam bidang kesehatan dan lingkungan antara lain, Program penyediaan sumber air bersih (pipanisasi) dan penyediaan MCK bagi masyarakat. Yang sebelumnya kondisi MCK sangat tidak layak dan higienis. Serta Bentuk program berupa layanan kesehatan bagi anak-anak dari sekolah/madrasah pada program “Bedah Madrasah”.

4. Bidang Sosial dan Dakwah

Bidang sosial dan dakwah adalah ruang terluas bagi Yayasan Hasanah Titik untuk menyusun program penyaluran CSR. Salah satu fokusnya adalah untuk memberikan dukungan program dakwah para da'i untuk wilayah-wilayah pedalaman nusantara yang dilaksanakan bekerja sama dengan Dewan Dakwah Islam

Indonesia (DDII). Di bidang sosial dan dakwah, Yayasan Hasanah Titik juga ikut serta dalam membantu saudara-saudara muslim yang sedang mengalami krisis kemanusiaan di Gaza, Palestina. Program sosial dan dakwah yang berdampak luas dan langsung kepada kebutuhan dasar adalah Program *One Day One Liter One Family* (ODOLOF). Program ditujukan untuk membantu masyarakat yang terkena musibah bencana alam terutama untuk wilayah tanah air, seperti banjir, tanah longsor, gunung meletus dan lain-lain

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Sumber dana pelaksanaan program CSR di PT. BNI Syariah berasal dari dana kebajikan dan dana zakat yang merupakan kewajiban suatu lembaga keuangan yang berlabel syariah, sedangkan Peraturan Pemerintah yang mengharuskan untuk mengurangi laba sebagai indikator biaya non usaha untuk kegiatan CSR merupakan aturan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Hasil tinjauan sumber dana CSR terdiri dari 3 sumber dana yakni anggaran CSR, zakat dan dana kebajikan. Penyajian laporan *Corporate Social Responsibility* harus detail dan lengkap baik sumber atau pun penggunaan dana agar jelas dan akurat. Pelaporan CSR harus dibuat secara konsisten dan dibuat secara reguler agar setiap kejadian dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penggunaan dana CSR terdapat cerminan positif dari kegiatan yang dilakukan.
2. BNI Syariah mengaplikasikan CSR dengan menggunakan pendekatan Atas dasar ini, ada empat pilar yang menjadi landasan penyusunan program penyaluran dana CSR Yayasan

Hasanah Titik moto “Dari PT. BNI Syariah Untuk Indonesia Yang Lebih Cerdas”., dengan demikian terjadi kesesuaian antara aplikasi yang telah dilakukan oleh PT. BNI Syariah dengan konsep konsep yang ada. Aplikasi yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah apabila dilakukan diluar dari teori yang ada, tidak menjadi permasalahan selama tujuan utamanya masih tercapai sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan diatas maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Dalam mengoptimalkan kegiatan CSR sebaiknya PT. BNI Syariah meningkatkan kuantitas dan kualitas pengawas dilapangan untuk kegiatan UMKM, serta melaksanakan pelatihan binaan dan pengawas Untuk PT. BNI Syariah agar memaksimalkan dana dan memperbanyak program dibidang lain.
2. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan pemerintah tentang kegiatan CSR. Agar masyarakat bisa memanfaatkan kegiatan tersebut dan pemerintah bisa memberikan bantuan dalam melaksanakan kegiatan CSR.

3. Membangun komunikasi yang baik terhadap para binaan agar cepat merespon hal-hal yang dihadapi agar mendapatkan solusi yang baik agar kegiatan berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A. B. Susanto. 2007. *A Strategic management Approach CSR*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group
- Archie B. Carrol. 1996. *Business and Society: Ethics and Steakeholders Management*. Ohio: South Western College Publishing
- Bowen, dalam, Hendrik Budi Untung. 2008. *Corporate Social Responsibility, Edisi Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika
- Busyra Azheri. 2012. *Corporate Social Responsibility: dari voluntary menjadi mandatory*. Jakarta: Raja grafindo perkasa
- Deddy Mulyana. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Edi Suharto. 2007. *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri 'Memperkuat Tanggung Jawab Social Perusahaan (CSR)*. Bandung: Refika Aditama.
- Edwin Erwanda. 2012. *TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA ORGANISASI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Fajar Nursahid. 2006 *Tanggung Jawab Sosial BUMN: Analisis terhadap Model Kedermawanan Sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina dan PT Telekomunikasi Indonesia*. Depok: Primedia
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Cet.VI*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lexy J. Moleong, 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Lexy J. Moleong. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Rosda Karya.

- M.A.Mannan. 1997. *Islamic Economic, Theory and Practice*, Diterjemahkan dengan judul: *Ekonomi Islam Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf.
- Muchdarsyah Sinungan. 2000. *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Jakarta: Bumi Askara.
- Mursitama. 2010. *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Institute for Develop of Eco and Finance (Indef)
- Rosady Ruslan. 2006. *Metode Penelitian: Public relation dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet ke 8. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta
- Sustrisno Hadi. 1983. "Metodologi Research". Yogyakarta: Andy Offset
- Tantri Widiyanatri. 2005. *CSR : Model Community Development* oleh Korporat. Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya.
- Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Gresik : Fascho Publishing, 2007)
- Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik. Fascho Publishing.
- Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, cet. II. Gersik: *Fascho Publishing*
- Zaim Saidi Dan Hamid Abidin. 2003. *Sumbangan Social Perusahaan 'Profil Dan Pola Distribusinya Di Indonesia': Survey 226 Perusahaan di 10 kota*. cet. Ke-1. Jakarta: Priamedia

JURNAL DAN SKRIPSI

"Tanggung Jawab Sosial Perusahaan" artikel diakses pada 01 Maret 2010 dari [http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung Jawab Sosial Perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan) .

Elkinston, dikutip, I Wayan Bayu Diatmika, *Corporate Social Responsibilty Dan Konsep Tripple Bottom Line Reportin*,

<http://www.bayudiatmika.com/2012/04/corporate-social-responsibility-dan.html> , diakses pada tanggal 28 April 2012, pukul 22.57

Nancy Silvana Haliwelda. 2011. dalam penulisan skripsi “Tinjauan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)”, Sasi XVII, No 4, skripsi, naskah tidak diterbitkan.

Oki Saputra. 2009. *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia (Studi di Dusun Trumpon Kel. Merdikorejo Kab. Sleman Yogyakarta)*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Yogyakarta).

Ika Fitriani. 2008. *Strategi Pendistribusian Dana CSR (Corporate Social Responsibility) PT.(PERSERO) Angkasa Pura II Kantor Cabang Utama Dalam Upaya Mensejahterakan Masyarakat Sekitar Bandara Soekarno Hatta*, Skripsi tidak diterbitkan. (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

Oki Saputra. 2008. *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia (Studi di Dusun Trumpon Kel. Merdikorejo Kab. Sleman Yogyakarta)*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Yogyakarta).

ARTIKEL DAN LAINNYA

www.bnisyariah.co.id

Wawancara pribadi dengan bpk. Iqbal Taqiudin, sebagai *Corporate Communication Manager*. [22 Maret 2017].

Wawancara pribadi dengan ibu Moelyati, sebagai divisi program penyaluran Yayasan Hasanah Titik. [22 Maret 2017]

**TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PADA ORGANISASI PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Malang)**

**Disusun Oleh:
Edwin Erwanda**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Aji Dedi Mulawarman SP., MSA**

Universitas Brawijaya, Jl. MT. Haryono 165, Malang
Email: edwin.erwanda@gmail.com

Abstract: SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ISLAMIC BANKING ORGANIZATION (Case Study at Malang Branch of BNI Syariah).

The objectives of this study are to describe and to analyze the social responsibility on Islamic bank that is BNI Syariah responsibility. This study used a qualitative descriptive method with case study approach. The analysis was performed on the annual report and interviews at BNI Syariah in Malang. The social responsibility of BNI Syariah Malang is only for educational program aid called Manajemen Syukur. The Social responsibility of BNI Syariah Malang is reported in the Annual Report which is presented narratively and qualitatively hence. The social responsibility report of BNI Syariah Malang is only on the educational aspect and not on the economic and environmental aspects.

Abstrak: TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA ORGANISASI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Malang).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk tanggung jawab sosial pada organisasi perbankan syariah yaitu BNI Syariah beserta pelaporannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Analisis dilakukan terhadap laporan tahunan dan atas hasil wawancara dengan unit yang mengurus tanggung jawab sosial serta masyarakat yang menerima hasil kegiatan tanggung jawab sosialnya. Bentuk tanggung jawab sosialnya berorientasi pada bidang pendidikan berupa program manajemen syukur. Pelaporan tanggung jawab sosial dilaporkan dalam laporan tahunan yang disajikan secara naratif kualitatif. Tanggung jawab sosial BNI Syariah Cabang Malang dilaporkan hanya pada aspek sosial khususnya pendidikan dan belum melaporkan kegiatannya pada aspek ekonomi maupun lingkungan.

Kata kunci: Tanggung jawab Sosial, Organisasi Perbankan Syariah, Pendidikan

PENDAHULUAN

Pemakaian istilah tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility* - selanjutnya disebut CSR) perusahaan akhir-akhir ini sedang marak diperbincangkan dengan semakin meningkatnya keingintahuan perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi swasta yang ingin mengaplikasikan program CSR di dalam perusahaan mereka. Istilah CSR yang mulai dikenal sejak tahun 1970-an, saat ini menjadi salah satu bentuk inovasi bagi hubungan perusahaan dengan masyarakat dan konsumen. CSR kini banyak diterapkan baik oleh perusahaan multi-nasional maupun perusahaan nasional atau lokal. CSR adalah tentang nilai dan standar yang berkaitan dengan beroperasinya sebuah perusahaan dalam suatu masyarakat. CSR diartikan sebagai komitmen usaha untuk beroperasi secara legal dan etis yang berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas dalam kerangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan (Hardiansyah, 2008).

CSR pada dasarnya memiliki tujuan yang sama yakni ingin menjalankan bisnis dengan lebih bermartabat, dengan konsekuensi akan mengurangi profit. Pengusaha seharusnya menjalankan bisnis tidak semata untuk profitabilitas melainkan lebih dari itu, yakni sustainability. Merujuk pada UU No.40/2007 menyebutkan, tanggung jawab sosial dan lingkungan 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. UU No 40/2007 juga menyebutkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Aktivitas tersebut merupakan kewajiban yang dianggarkan dan diperhitungkan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Salah satu jenis bank yang memainkan peranan penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bank syariah. Menurut Meutia (2010: 3), bank syariah seharusnya 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. Menurut Yusuf (2010:99), posisi bank syariah sebagai lembaga keuangan yang sudah eksis di tingkat nasional maupun internasional harus menjadi lembaga keuangan percontohan dalam menggerakkan program CSR. Pelaksanaan program CSR bank syariah bukan hanya untuk memenuhi amanah undang-undang, akan tetapi lebih jauh dari itu bahwa tanggung jawab sosial bank syariah dibangun atas dasar falsafah dan *tasawwur* (gambaran) Islam yang kuat untuk menjadi salah satu lembaga keuangan yang dapat mensejahterakan masyarakat. Yusuf (2010:100) menambahkan, program CSR perbankan syariah harus benar-benar menyentuh

kebutuhan asasi masyarakat untuk menciptakan pemerataan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat.

Bagi umat Islam kegiatan bisnis termasuk bisnis perbankan tidak akan pernah terlepas dari ikatan etika syariah. Muhammad (2005:11) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan akuntansi syariah adalah "konsep dimana nilai-nilai Al-Quran harus dijadikan prinsip dasar dalam aplikasi akuntansi". Menurut Yusuf (2010:101-102), CSR dalam Islam bukanlah sesuatu yang baru, tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur'an. Dalam Surah Al-Baqarah 205 dan Al-A'raaf 56 dijelaskan bahwa manusia memiliki kecenderungan membuat kerusakan di muka bumi. Melalui ayat tersebut, Islam melakukan koreksi terhadap perilaku dunia bisnis khususnya perbankan syariah dalam beraktivitas sosial. Itulah sebabnya patut menjadi perhatian tentang beberapa perkara. Pertama, di zaman sekarang ini bank syariah wajib mendorong umat agar lebih aktif berperan serta dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi demi kemajuan umat. Kedua, bank syariah juga harus berperan agar lebih giat lagi dalam komitmen sosial yang akan memiliki dampak kepada kehidupan yang lebih baik bagi manusia. Dalam ayat ini juga dijelaskan secara nyata bagaimana Islam sangat memperhatikan kelestarian alam. Segala usaha, baik dalam bentuk bisnis maupun non-bisnis harus menjamin kelestarian alam.

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang pelaporan tanggung jawab sosial di sektor perbankan terbatas pada pelaporan sosial yang dilakukan oleh bank-bank konvensional dan jarang membahas pelaporan sosial oleh perbankan syariah. Penelitian Deegan dan Gordon (1996) menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan bagaimana pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Mereka menemukan pengungkapan meningkat dari waktu ke waktu terkait dengan keanggotaan kelompok lingkungan yang meningkat. Mulyanita (2009) meneliti tentang pengaruh biaya tanggung jawab sosial (biaya karyawan dan biaya produk) terhadap kinerja perusahaan (perubahan nilai saham).

Beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa penelitian-penelitian akuntansi selama ini hanya berkutat pada data-data yang bersifat angka-angka saja (kuantitatif), sangat sedikit sekali yang melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif. Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya hanya berkutat pada bank-bank konvensional. Jarang terdapat penelitian yang meneliti mengenai CSR perbankan syariah.

Atas argumen di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan analisis kualitatif terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu pada organisasi perbankan syariah, maka penelitian ini diberi judul "**Tanggung Jawab Sosial Pada Organisasi Perbankan Syariah Studi Kasus pada BNI Syariah cabang Malang**". Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam tentang bentuk tanggung jawab dan pelaporan organisasi perbankan syariah terhadap aspek ketuhanan, sosial, ekonomi, dan lingkungan sehingga dapat memberikan kontribusi positif, bagi dunia perbankan syariah.

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah bentuk *corporate social responsibility* dan pelaporannya pada organisasi perbankan syariah?

2. Bagaimanakah pelaksanaan *corporate social responsibility* pada organisasi perbankan syariah?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan konsep *corporate social responsibility* dan pelaporannya pada organisasi perbankan syariah
2. Untuk menganalisis pelaksanaan *corporate social responsibility* pada organisasi perbankan syariah.

TELAAH PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab social perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility) menurut Wales adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Sedangkan, Menurut Hackston dan Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga *sebagai corporate social responsibility* atau *social disclosure, corporate social reporting, social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al (1995) dalam Hasibuan (2001). Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan mengenai pengertian CSR, yaitu tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi untuk kesejahteraan sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan.

Pada awalnya CSR muncul sebagai sebuah pendekatan dalam mengatasi dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan. Terdapat tiga tantangan dalam hubungan bisnis-masyarakat: lingkungan, pemerintah dan pembangunan. Selanjutnya berkembang konsep *triple bottom line* yang terdiri dari komponen *economic, environmental, dan social*. Gagasan *triple bottom line* pertama kali dikemukakan oleh John Elkington (1998) berkaitan dengan *sustainable development*. Konsep *triple bottom line* mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham). Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari profit, planet dan people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people).

Hennigfeld (2006:40) menjelaskan bahwa motivasi perusahaan untuk mengikuti agenda CSR pada dasarnya dapat dibagi menjadi empat golongan berdasarkan pendorongnya. Motif yang pertama adalah faktor ekonomi, CSR mendukung profitabilitas jangka panjang. Selanjutnya ialah terdapat faktor managerial, CSR turut menyelesaikan masalah manajemen sehari-hari. Motif lainnya ialah karena faktor etis dengan alasan bahwa CSR adalah sesuatu yang secara moral sudah sepatutnya dilakukan. Motif terakhir adalah faktor politik yang berpandangan bahwa CSR adalah cara terbaik bagi perusahaan untuk dapat diterima sebagai masyarakat yang baik.

Wahyudi dan Azheri (2007) mengimplementasikan bentuk dari tanggung jawab sosial dapat digolongkan menjadi beberapa bagian. Pertama ialah pengelolaan lingkungan kerja secara baik, termasuk di dalamnya penyediaan lingkungan yang aman dan nyaman, system kompensasi yang layak dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan dan keluarganya. Kedua mengenai kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Kemitraan ini diwujudkan secara umum untuk membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam kurun waktu yang cukup panjang. Selanjutnya ialah penanganan kelestarian lingkungan, kegiatan ini dimulai dari lingkungan perusahaan sendiri, termasuk melakukan penghematan penggunaan listrik, air, dan sebagainya. Sampai penanganan limbah akibat kegiatan perusahaan agar tidak mencemari lingkungan sekitar kantor, pabrik, dan lahan. Dan terakhir tentang investasi sosial yang sering diartikan secara sempit “kegiatan amal perusahaan”/ makna sesungguhnya adalah perusahaan member dukungan yang dilakukan oleh sekelompok/ organisasi lain yang pada akhirnya akan menunjang kegiatan bisnis perusahaan. Karena melalui investasi sosial akan menuai citra yang positif (*corporate image*). Bentuk tanggung jawab sosial tersebut mencerminkan bahwa kegiatan tersebut dilakukan untuk kelangsungan perusahaan itu sendiri. Di mana seluruh biaya yang dikeluarkan harus dianggap sebagai investasi yang akan menghasilkan keuntungan diantaranya citra positif yang diperoleh oleh perusahaan.

Ada beberapa alasan perusahaan untuk melakukan atau tidak melakukan pengungkapan CSR. Alasan-alasan tersebut dapat dijelaskan menggunakan *legitimacy theory* dan *stakeholders theory*. Meutia menjelaskan (2010:78) bahwa legitimasi adalah menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Untuk mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya. *Stakeholders Theory* (Teori Stakeholder), mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholdersnya* (Sembiring, 2003: 2).

Hendriksen (1991:203) mendefinisikan pengungkapan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang dilaksanakan selama tahun buku berakhir (Nor Hadi. 2011:206). Sedangkan menurut Darwin (dalam Fr. Reni 2006), pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum.

Perbankan Syariah sebagai organisasi yang mempunyai nilai-nilai syariah di dalamnya sangat tepat untuk mencapai tujuan pembangunan nasional. Pembangunan nasional tersebut harus berdasarkan nilai-nilai ketuhanan karena dalam menjalankan aktivitasnya mempunyai tanggung jawab kepada Allah sebagai pencipta nilai-nilai syari'ah tersebut.

Tujuan dari syariah atau biasa disebut dengan Maqashid syariah merupakan inti dari konsep syariah bahwa setiap kegiatan perusahaan harus mempertimbangkan apakah setiap aspek perusahaan tersebut mendukung tercapainya tujuan syariah. Tujuan syariah memiliki lima pilar utama yaitu, perlindungan terhadap kepentingan agama, perlindungan terhadap kepentingan kehidupan, perlindungan terhadap akal, perlindungan terhadap harta kekayaan, perlindungan terhadap asal-usul kehidupan, dan perlindungan terhadap kepentingan publik. Kelima pilar utama ini yang harus diusahakan setiap organisasi perbankan syariah dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metoda penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Moleong (2002:6), penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Berdasarkan karakteristik masalah yang diteliti, jenis penelitian ini merupakan penelitian studi kasus (*case and field study*). Penelitian studi kasus merupakan penelitian

tentang status obyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik dari keseluruhan personalitas.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland (1984:47) dalam Moleong (2002), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Di samping itu, informasi berupa tindakan didapatkan penulis dari kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan Bank Negara Indonesia Syariah berdasarkan laporan tahunan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian mengenai tanggung jawab sosial ini diperoleh dengan mengkombinasikan antara sumber data primer dan sumber data sekunder, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Sekaran (2006:60) menjelaskan bahwa data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Beberapa contoh sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus dan panel yang secara khusus ditentukan oleh peneliti dan di mana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu ke waktu. Penulis memperoleh data primer melalui wawancara dengan beberapa informan:

Tabel 3.1
Identitas Informan

No	Nama	Jabatan
1	Yudi Irawan	Asisten Pemasaran BNI Syariah
2	Sutikno	Guru SD Islam As Said Kalipare

Sumber data: diolah, 2013

Wawancara difokuskan kepada pihak yang menangani langsung masalah pelaksanaan tanggung jawab sosial pada BNI Syariah sehingga data, keterangan, dan informasinya bersifat andal. Namun disadari penulis membutuhkan konfirmasi dari pihak lain yang berada di luar lingkungan bank yaitu obyek sasaran kegiatan CSR yang dilaksanakan BNI Syariah. Informan berikutnya tersebut bertindak sebagai peserta program manajemen syukur. Penentuan informan berikutnya dalam penelitian ini dilakukan saat penulis mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung.

2. Data Sekunder

Sekaran (2006:60) menjelaskan bahwa data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan pada sumber yang telah ada. Data yang bisa diperoleh dari data sekunder, misalnya, catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industry oleh media, situs web, internet, dan seterusnya. Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Report* milik PT Bank Negara Indonesia (Persero) yang diperoleh situs resmi PT Bank Negara Indonesia (Persero). *Corporate Social Responsibility Report* yang dianalisis adalah program-program *Corporate Social*

Responsibility Report Bank Negara Indonesia Syariah maupun Laporan Tahunan Bank Negara Indonesia Syariah tahun 2011.

Metode Pengumpulan Data

Untuk menganalisis dan menginterpretasikan data dengan baik, maka diperlukan data yang akurat dan sistematis agar hasil yang didapat mampu mendeskripsikan situasi objek yang sedang diteliti dengan benar. Dalam tahap pengumpulan data, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting sekali dalam metode ilmiah untuk mencari sumber data sekunder yang akan mendukung penelitian dan untuk mengetahui sampai ke mana ilmu yang berhubungan dengan penelitian telah berkembang, sampai ke mana terdapat kesimpulan dan degeneralisasi yang pernah dibuat. Sumber data sekunder, diperoleh melalui teknik dokumentasi yang merupakan cara pengumpulan data dengan mempelajari buku, artikel, serta jurnal ilmiah yang berkaitan khususnya tentang CSR pada organisasi perbankan syariah.

2. Studi Lapangan

Studi Lapangan ini dilakukan untuk memperoleh data, yaitu dengan mengadakan penyelidikan atau pengamatan terhadap suatu obyek secara langsung sebagai instrument penelitian. Adapun instrument tersebut antara lain:

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan oleh dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Narbuko, 2007:83).

Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah *in depth interview* bebas terpimpin, atau disebut Sugiyono (2008:73) sebagai wawancara semi terstruktur. *In depth interview* yang dilakukan peneliti bersifat luwes dan susunan kata-kata dalam pertanyaan dapat disesuaikan dengan latar belakang informan, kebutuhan penelitian, serta karakteristik sosial budaya (agama, suku gender, usia, dsb.).

b. Observasi

Peneliti juga akan menggunakan strategi observasi langsung sebagai sumber bukti lainnya. Dimana hal ini akan memperkaya bukti-bukti yang telah diperoleh oleh peneliti. Observasi yang digunakan adalah observasi partisipatif pasif, yaitu dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Saat melakukan penelitian, penulis berpartisipasi pasif yaitu dengan mengamati hasil kegiatan di BNI Syariah khususnya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dianggap sebagai materi yang tertulis atau sesuatu yang menyediakan informasi tentang subjek. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumen yang didapatkan penulis selama penelitian berupa Laporan Tahunan Bank Negara Indonesia Syariah tahun 2011.

Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, bagaimana pandangan perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), strategi yang digunakan perusahaan dalam menerapkan program, serta manfaat yang diperoleh perusahaan dan masyarakat yang menerima program. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan melalui tiga jalur analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dan berlangsung selama penelitian berlangsung. Reduksi data dilakukan dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu serta mengorganisasi data sedemikian rupa hingga dapat ditarik kesimpulan akhir. Peneliti melakukan reduksi data dengan cara membuat catatan lapang berdasarkan hasil wawancara dengan informan maupun responden. Pemusatan perhatian dilakukan dengan memfokuskan pertanyaan pada pertanyaan penelitian yang ingin dijawab dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam hal ini digambarkan dengan sekumpulan informasi tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif berupa catatan lapangan yang kemudian diperkuat dan/atau dilengkapi dengan bentuk lainnya yaitu matriks dan bagan. Bentuk matriks dan bagan merupakan hasil dari gabungan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang terpadu, sehingga memudahkan untuk melihat kejadian yang terjadi.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang mencakup verifikasi atas kesimpulan terhadap data yang dianalisis agar menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan yang didapatkan selama penelitian dihasilkan dengan cara memikir ulang selama penulisan, meninjau kembali catatan lapangan harian, meninjau kembali dan bertukar pikiran dengan teman dan pembimbing skripsi.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu (<http://www.bnisyariah.co.id>).

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 750 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Motif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

BNI Syariah menjalankan aktivitas sosialnya .karena menyadari bahwa manusia juga merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan. Sebagai pihak yang mampu, BNI Syariah merasa bahwa harus berbagi kepada pihak yang membutuhkan. Begitu pula sebaliknya, BNI Syariah juga membutuhkan nasabah untuk melakukan aktivitasnya sehingga pembalasan jasa ini mereka berikan kepada pihak yang membutuhkan melalui CSR. Di samping itu, BNI Syariah menyadari bahwa di dalam hak yang mereka miliki juga terdapat hak orang lain karena mereka sebagai khalifah di muka bumi ini wajib untuk mempertanggungjawabkan hartanya kepada Allah sebagai pencipta semesta alam dan isinya.

Pelaksanaan kegiatan CSR BNI Syariah diperkuat oleh beberapa faktor pendorong, baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Faktor pendorong yang berasal dari lingkungan internal perusahaan berkaitan dengan komitmen dan kesadaran seluruh manajemen dan karyawan BNI Syariah untuk menciptakan kondisi kehidupan yang lebih baik untuk pihak di sekitar kegiatan operasional Perusahaan. Berlandaskan pada komitmen tersebut, Perusahaan merancang sekaligus memelopori program CSR dengan melibatkan dukungan

finansial dan partisipasi dari seluruh karyawan, termasuk dana Zakat, Infaq dan Sedekah Unit Pengelola Zakat (UPZ) BNI Syariah.

Di sisi lain, pelaksanaan kegiatan CSR BNI Syariah juga didukung oleh faktor eksternal berupa dukungan Pemerintah dan pedoman peraturan perundang-undangan yang memperkuat praktik CSR BNI Syariah serta sambutan positif dari seluruh pemegang saham dan pemangku kepentingan terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh BNI Syariah hingga saat ini.

Sumber Dana Tanggung Jawab Sosial BNI Syariah

Sumber dana yang dikeluarkan untuk program CSR BNI Syariah terdiri dari laba perusahaan, donasi karyawan, dan dana dari unit pengelola zakat BNI Syariah. Laba perusahaan yang dipotong tiap tahun untuk dana CSR sesuai dengan kebijakan manajemen pusat. Donasi karyawan diberikan sesuai dengan sumbangan sukarela pegawai BNI Syariah. Sedangkan dana dari unit pengelola zakat BNI Syariah dikeluarkan dari pengelolaan (pengumpulan dan penyaluran) dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf dilingkungan PT. Bank BNI Syariah termasuk dari nasabahnya. Namun dana dari unit pengelola zakat BNI Syariah hanya dikeluarkan sebagian untuk program CSR, karena mereka sudah mempunyai motif kegiatan tersendiri.

Bentuk Tanggung Jawab Sosial BNI Syariah

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) BNI Syariah diarahkan untuk menyebarkan manfaat yang seluas-luasnya, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan. Namun untuk beberapa tahun kemarin kegiatan CSR yang dilakukan BNI Syariah hanya berfokus pada beberapa bidang, seperti santunan kepada kaum dhuafa dan peningkatan kualitas pendidikan. Dilandasi kesadaran bahwa mencerdaskan bangsa bukan hanya tanggung jawab negara, tetapi juga tanggung jawab bersama, program Manajemen Syukur BNI Syariah difokuskan pada pendidikan dengan mengusung moto “Dari BNI Syariah Untuk Indonesia Yang Lebih Cerdas”. Melanjutkan komitmen tanggung jawab sosial yang telah dimulai sebelumnya, BNI Syariah melalui kebijakan Manajemen Syukur sebagai landasan utama kegiatan tanggung jawab sosialnya. Pendidikan satu-satunya jalan mengangkat derajat, martabat, dan harkat sebuah bangsa. Hanya pendidikanlah satu-satunya untuk bisa memajukan peradaban sebuah bangsa. Baik peradaban ekonomi, peradaban politik, peradaban teknologi, dan lain sebagainya. Semua kemajuan, kesejahteraan, dan ketertiban merupakan *output* dan *outcome* proses pendidikan. Pendidikan sangat punya peran sentral memangkas kebodohan.

Bentuk Kegiatan CSR

Tahun	Tempat Kegiatan CSR	Bentuk Kegiatan CSR
2011	SDI As Said Kalipare	-Renovasi Ruang Sekolah -Pemberian Fasilitas Sekolah
2012	MTS Nurul Huda Bantur	-Pelaksanaan Quantum Teaching -Pemberian Beasiswa

Sumber Data: diolah, 2013

BNI Syariah cabang Malang sendiri pada dua tahun terakhir yaitu 2011 dan 2012 juga melakukan kegiatan manajemen syukur yang berlokasi di pinggiran Kota Malang. Pada tahun 2011 Bank BNI Syariah Malang untuk mengucurkan dana *corporate social responsibility* (CSR) sebesar Rp 100 juta, dengan memberikannya pada guru dan siswa SD Islam As Said, di Desa Arjosari, Dusun Sidodadi, Kecamatan Kalipare, Kabupaten Malang. Penyampaian dana CSR sebesar Rp 100 juta itu diberikan dalam bentuk perangkat keras dan perangkat lunak. Bantuan perangkat keras diberikan dalam bentuk pengadaan paket perpustakaan (buku-buku perpustakaan dan almari perpustakaan), bantuan peralatan tulis menulis (buku dan tas), komputer, alat peraga pendidikan seperti peta dunia, bola dunia serta peraga edukasi lainnya dan perbaikan fisik sekolah. Adapun perbaikan perangkat lunak, BNI Syariah menggandeng Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) untuk program pemberdayaan guru, sebagai bentuk bantuan yang lebih luas dan permanen berupa paket pelatihan *quantum teaching* untuk para guru dan kepala sekolah.

Sedangkan pada tahun 2012, BNI Syariah kembali mengadakan program kegiatan CSR berupa manajemen syukur di MTS Nurul Huda Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang. Di sini BNI Syariah juga bekerja sama dengan Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF) untuk melakukan kegiatan manajemen syukur. Kegiatan yang dilakukan dalam bentuk perangkat keras dan perangkat lunak. Bantuan dalam perangkat keras ialah berupa perbaikan beberapa kelas yang rusak, pengadaan fasilitas-fasilitas kelas, dan pemberian beasiswa. Untuk bantuan dalam perangkat lunak, sama seperti tahun sebelumnya yaitu berupa paket pelatihan *quantum teaching* untuk para guru dan kepala sekolah.

Manfaat Tanggung Jawab Sosial BNI Syariah

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh BNI Syariah membawa manfaat yang cukup signifikan tidak hanya pada pihak BNI Syariah saja akan tetapi pihak sasaran aktivitas sosial juga. Dampak positif yang diterima masyarakat sebagai bagian komunitas sekitar perusahaan adalah terpenuhinya tuntutan masyarakat melalui aspek sosial seperti yang dilakukan BNI Syariah dalam program manajemen syukur. Tanggung jawab sosial BNI Syariah dilakukan atas dasar bentuk pertanggungjawabannya pada Allah melalui perhatian terhadap lingkungan sosial di mana BNI Syariah termasuk bagian di dalamnya. Karena dengan keyakinan memperoleh balasan yang lebih baik dari apa yang diberikan dengan ikhlas, maka dari itu salah satu poin penting terlaksananya kegiatan CSR di BNI Syariah.

Ketercapaian BNI Syariah dalam meningkatkan kinerja sosial (*social performance*) ternyata juga mengandung konsekuensi ekonomi (*economic consequences*). Sehingga, mendukung ketercapaian perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, termasuk nilai bagi investor (*marketvalue*) dan meningkatnya citra perusahaan. Terbukti pada tahun 2012, BNI Syariah mendapat penghargaan berupa Indonesia Brand Champion 2012 – Brand Equity Champion of Islamic Banking 2012, Anugerah Peduli Pendidikan 2012 – Program CSR Peduli Pendidikan Kategori Perusahaan/BUMN dan Bank Syariah Terbaik di Bidang Manajemen Risiko Operasional untuk

Pertanggungjawaban Risk Owner. Setidaknya dalam 4 tahun terakhir, BNI Syariah telah menerima penghargaan nasional maupun internasional.

Peningkatan citra BNI Syariah juga dibuktikan dengan diterimanya beberapa penghargaan juga mendukung kinerja dari aspek ekonominya. Pertumbuhan bisnis BNI Syariah pada tahun 2011 berjalan cukup baik. Asset tumbuh sebesar 32,4% menjadi Rp 8.466,88 miliar dari posisi Rp 6.394,92 miliar pada tahun 2010 lalu. Penghimpunan dana juga meningkat menjadi Rp 6.088,23 miliar atau tumbuh 34,75%. Demikian juga dengan halnya pembiayaan yang tumbuh sangat drastis sebesar 99,97% menjadi Rp 1.778,59 miliar dari yang hanya Rp 889,53 miliar pada tahun sebelumnya.

Bentuk Pelaporan Tanggung Jawab Sosial BNI Syariah

BNI Syariah memilih tipe pengungkapan naratif kualitatif untuk melaporkan aktivitas tanggung jawab sosialnya, hal ini dipilih karena tipe pelaporan ini lebih fleksibel dalam pengungkapannya. Di samping itu, pengungkapan sosial tidak harus bersifat materiil atau moneter. Pengungkapan yang dilakukan pada tipe naratif kualitatif ini menyajikan pernyataan mengenai kegiatan dukungan sosial yang dilakukan BNI Syariah.

Dana kegiatan sosial yang dilakukan oleh BNI Syariah dilaporkan sebagai beban non-operasioal pada laporan laba rugi. Sedangkan pengungkapan kegiatan sosialnya dilaporkan pada laporan tahunan BNI Syariah (*annual report*). Laporan tersebut disajikan secara kualitatif dan diharapkan menjadi sarana informasi yang mendorong peningkatan kualitas, penerapan keterbukaan, pertanggungjawaban dan tata kelola (*Good Corporate Governance*) yang baik.

Analisis Kualitatif Pelaporan (Pengungkapan) Tanggung Jawab Sosial BNI Syariah

BNI Syariah melaporkan secara kualitatif tanggung jawab sosial yang dilakukan dalam laporan tahunannya. Hal tersebut dilakukan BNI Syariah atas kesadarannya bahwa pelaporan tanggung jawab sosial merupakan kunci keberhasilan dalam berkompetisi dalam dunia perbankan syariah tiap tahunnya. Ini dilakukan karena hampir sebagian perusahaan menekankan faktor-faktor non finansial sebagai kunci performa perusahaan.

Mulawarman (2006) menjelaskan bahwa pelaporan tersebut bukan hanya sebagai kunci keberhasilan, namun juga dimaksudkan sebagai nilai tambah pada tataran spiritual bahwa BNI Syariah telah melakukan fungsi sebagai '*Abd Allah* dan *Khalifatullah fil Ardh*, di mana selain mempertanggungjawabkan interaksi fisik dan mental melalui tanggung jawab sosial (*habluminnash*), BNI Syariah juga melaporkan kegiatannya sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada Allah SWT dalam mencapai interaksi spiritual (*hablumminallah*). Ini dibuktikan dengan motif dari BNI Syariah sendiri untuk melakukan tanggung jawab sosial untuk dengan memberikan sedikit dari harta yang dimiliki, karyawan maupun perusahaan, berlandaskan menjalankan perintah Allah SWT untuk saling berbagi kepada yang membutuhkan. Mereka yakin dengan melakukan tanggung jawab sosial ialah sama dengan beribadah kepada Allah SWT, sehingga Allah SWT akan memberikan balasan yang setimpal dengan yang

mereka lakukan. Ini sudah dibuktikan dengan meningkatnya performa dari BNI Syariah yang terlihat dari laporan keuangannya dan berbagai penghargaan yang telah diraih oleh BNI Syariah.

BNI Syariah didirikan pada suatu daerah di mana pemilihan lokasi perusahaan telah dipilih oleh pihak manajemen perusahaan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Tentunya pendirian BNI Syariah di suatu tempat merupakan bagian dari lingkungan sosial tersebut, sehingga kesejahteraan masyarakat sekitar harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Kesejahteraan masyarakat yang terjamin akan berdampak pada kinerja BNI Syariah yang berkesinambungan. Selain itu, pelaksanaan tanggung jawab sosial BNI Syariah pada bidang pendidikan akan mencapai level interkasi mental hubungan manusia dengan manusia lain (*hablumminannas*) yang baik, sehingga kedatangan BNI Syariah dapat membawa dampak positif pada bidang peningkatan kualitas pendidikan. Hal itu sesuai dengan moto tanggung jawab sosial BNI Syariah, yaitu “Dari BNI Syariah Untuk Indonesia Yang Lebih Cerdas”. Karena dengan pendidikan ialah satu-satunya jalan mengangkat derajat, martabat, dan harkat sebuah bangsa juga memajukan peradaban sebuah bangsa dengan menciptakan anak-anak emas yang berkualitas. Sehingga Indonesia dapat menjadi sebuah Negara yang berkualitas, maju, dan sejahtera baik peradaban ekonomi, peradaban politik, peradaban teknologi, dan lain sebagainya.

Namun, untuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek ekonomi dan lingkungan belum diungkap pada *annual report* BNI Syariah. Ini dikarenakan BNI Syariah masih fokus untuk menjalankan moto CSR mereka sehingga lebih mengedepankan pendidikan terlebih dahulu untuk kemudian disusul dengan aspek lain pada tahun berikutnya. Pelaksanaan untuk aspek ekonomi dan lingkungan akan lebih digalakkan lagi pada tahun 2013, namun masih dengan mengedepankan tujuan awal program CSR mereka yaitu ke arah peningkatan kualitas pendidikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang dapat diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan secara berkesinambungan untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* telah diatur dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 yang menyebutkan bahwa Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 juga telah memberikan penjelasan mengenai pengungkapan dampak lingkungan dengan mengatur bahwa perusahaan menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), khususnya bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup (atau karyawan dan *stakeholder* lainnya sebagai pengguna laporan keuangan penting).

Di samping pelaksanaan yang bersifat sebuah keharusan, kini perusahaan juga mulai memiliki kesadaran secara sukarela untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan sadar bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* selain dilakukan sebagai ibadah kepada Allah SWT, juga akan membawa dampak positif bagi *stakeholder* maupun perusahaan baik dalam menjalankan operasi perusahaan maupun keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

Bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh BNI Syariah ialah berorientasi kepada bidang sosial khususnya sektor pendidikan. Sumber pendanaan dari kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan BNI Syariah ialah berasal dari sebagian laba perusahaan. Selain itu donasi dari karyawan dan dana dari Unit Pelayanan Zakat (UPZ) BNI Syariah juga merupakan sumber dana untuk pelaksanaan kegiatan CSR di BNI Syariah.

Program kegiatan tanggung jawab sosial oleh BNI Syariah dinamakan manajemen syukur yang difokuskan pada peningkatan kualitas pendidikan. Ini dilakukan dengan tujuan agar dengan semakin meningkatnya kualitas pendidikan maka, kualitas sumber daya manusia itu sendiri semakin meningkat pula. Sehingga dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia tersebut dapat memajukan daerah asalnya dan hal tersebut dapat meratakan sekaligus memajukan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, tidak hanya mencakup wilayah kota-kota besar saja, namun juga kota-kota kecil.

Pelaporan tanggung jawab sosial BNI Syariah dilaporkan secara naratif kualitatif dalam bentuk Laporan Tahunan (*Annual Report*). Sedangkan untuk dananya dimasukkan sebagai beban non-operasional dalam laporan laba rugi BNI Syariah. Komponen tanggung jawab sosial yang dilaporkan adalah aspek sosial khususnya di bidang pendidikan, namun untuk aspek ekonomi maupun lingkungan tidak dilaporkan dalam laporan tahunan tersebut. Kesimpulan umum atas pelaporan tanggung jawab sosial dilaporkan oleh BNI Syariah. Aspek yang dilaporkan hanya kegiatan sosial yang mengarah ke pendidikan saja. Aspek ekonomi maupun lingkungan tidak dilaporkan karena BNI Syariah menganggap belum terdapat standardisasi yang mengatur kegiatan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan secara baku. Belum terdapatnya standar akuntansi yang baku mengenai pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan menjadikan BNI Syariah tidak melakukan pelaporan akuntansi sosial.

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial pada bank syariah ini memiliki keterbatasan dalam beberapa hal, pertama data laporan tahunan BNI Syariah yang dianalisis hanya menggunakan tahun 2011, tidak dapat menggambarkan konsistensi tanggung jawab sosial BNI Syariah dari tahun ke tahun. Kedua, terbatasnya waktu penelitian. Perpanjangan waktu penelitian (*prolonge engagement in the field*) terkadang sulit dilakukan karena waktu penelitian terbatas pada jatah masa studi peneliti.

Saran yang diberikan oleh penulis diharapkan menjadi alternatif solusi untuk perbankan. Berdasarkan hasil penelitian, BNI Syariah hanya melaksanakan tanggung jawab sosial pada aspek sosial, khususnya pendidikan. Aspek ekonomi dan lingkungan kurang mendapat perhatian perbankan karena belum ada standar yang mengatur tanggung jawab terhadap ekonomi maupun

lingkungan. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis berharap agar tercipta standar bagi perbankan syariah untuk mengatur tentang tanggung jawab sosial pada ekonomi dan lingkungan supaya terpenuhi tujuan *environment sustainability* dan *economic consequences*. Partisipasi masyarakat dibutuhkan dalam meninjau pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan organisasi perbankan syariah agar sesuai dengan prosedur yang ada. Berdasarkan keterbatasan yang dialami dalam penelitian ini, peneliti mengajukan saran-saran yang diharapkan dapat mengurangi keterbatasan penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama agar dapat membandingkan laporan pelaksanaan CSR dari tahun ke tahun. Untuk mengurangi tingkat subyektivitas peneliti dalam penelitian berikutnya, diharapkan agar rajin memperkaya diri dengan literature terkait yang terbit pada tahun-tahun setelah skripsi ini selesai dengan kekinian informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M., dan Rukmana, 2010. *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Anggraini, F., R., R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan: Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Anonim. 2013. *Sejarah BNI Syariah*. (Online). <http://www.bnisyariah.co.id>. Diakses tanggal 3 Maret 2013.
- Anonim. 2013. *CSR Berpotensi Dongkrak Market Share Keuangan Tanah Air*. (Online). <http://ib.eramuslim.com>. Diakses tanggal 4 Maret 2013.
- Ascarya dan Yumanita, D. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. *Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta.
- Deegan, C., dan Gordon B. 1996. A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations. *Accounting and Business Research*. Vol. 26, No. 3, (Summer), pp. 187-199.
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21th Century Business*. Capstone: Oxford.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hardiansyah. 2008. *Lingkungan, Masyarakat dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan – CSR*. (online), (<http://fema.ipb.ac.id>. Diakses 11 Agustus 2012).
- Hasibuan, M. 2001. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hendriksen, E., S., dan Widjajanto, N. 1987. *Teori Akuntansi. (terjemahan) jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Henningfeld, Judith, Polh, M., dan Tolhurst N. 2006. *The ICCA Handbook on Corporate Social Responsibility*. England: John Wiley & Sons Ltd.

- Jensen, M., C., dan Meckling, W., H. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, October, 1976, V. 3, No. 4, pp. 305-360
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Refika Aditama.
- Meutia, Inten. 2010. Shariah Enterprise Theory sebagai Dasar Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial untuk Bank Syariah. *Disertasi*. Malang: Program Pascasarjana Universitas Brawijaya.
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2005. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulawarman, Aji Dedi. 2006. *Menyibak Akuntansi Syari'ah Rekonstruksi Teknologi Akuntansi Syariah Dari Wacana Ke Aksi*. Jogjakarta: Kreasi Wacana.
- Mulyanita, Sugesty. 2009. Pengaruh Biaya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan. *Skripsi*. Lampung: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Nugroho, Firmansyah FA. 2011. Analisis Hubungan antara Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Karakteristik Tata Kelola Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Saleh. 2008. *An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance in an Emerging Market*. Malaysia: University of Malaya.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business : Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Buku 2. Salemba Empat: Jakarta.
- Sembiring, E., R. 2003. Pengaruh karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat (Go – Public) di Bursa Efek Jakarta. *Tesis*. Semarang: Program Studi Magister Sains Akutansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Sembiring, E., R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. Solo.
- Siregar, C., N. 2007. Analisis Sosiologis terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*. Edisi 12 Tahun 6, Desember 2007.
- Slamet, M. 2001. Enterprise Theory dalam Konstruksi Akuntansi Syari'ah (Studi Teoritis pada Konsep Akuntansi Syari'ah). *Skripsi*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyudi, I., dan Azheri, B. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*. Malang: In Trans Publishing

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing.

DOKUMENTASI

Wawancara dengan bapak Iqbal Taqiudin dan ibu Moelyati



Sumber: Dokumen Pribadi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 52/F.6.I-UMJ/II/2017

Jakarta, 25 Jumadil Awal 1438 H

Hal : Permohonan Riset/Penelitian

21 Februari 2017 M

Kepada Yth.

Kepada HRD HCD (Human Capital Division)

di
tempat

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : Rachma Fadhilah
Nomor Pokok : 2013570040
Tempat Tgl/Lahir : Jakarta, 06 Agustus 1995
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. HP : 085780969988

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di lingkungan yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan Skripsi yang berjudul:

“Sumber dan Pemanfaatan dana Corporate Social Responsibility di Bank BNI Syariah”

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

Wabillahit Taufiq walhidayah
Wassalamu'alaikum W. W.



Drs. Tajudin, M.A.

Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
 Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

RACHMA FADHILAH

Mahasiswa : 2013570040
 Topik : Sumber dan Penggunaan Dana Sosial BNI Syariah
 Skripsi :

Pembimbing : Bapak Drs. Anshori, M.A.
 Tanggal : 05 Desember 2016 s.d. 05 Juni 2017

Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
14/2016 /12	Proposal	- Perubahan judul - Beant out line	
17/2016 /12	Proposal	- Susunan kembali out line - teknik catat belakang masalah	
21/2016 /12	Bab I	- Cover disusun kembali - Paragraf diperbaiki	
18/2017 /2	Bab I Bab	= masalah belkera, gelas = Perubahkan sub judul / out line	
24/2017 /2	Bab II 15 ab 117	- Perbaiki sesuai korrek - Teknik perulisan dan majalah/koran	

Jakarta, 27 MAR 2017

Nomor : BNISy/HCD/339
Jenis : Surat Keterangan Penelitian
Tempat : -

Kepada
Mrs. Tajudin, M.A.
Wakil Dekan I
Universitas Muhammadiyah Jakarta
Campus FAI-UMJ
Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menunjuk perihal pada pokok surat di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Rachma Fadhilah
NIM : 2013570040
Program Studi : S-1/ Manajemen Perbankan Syariah

Telah menyelesaikan pelaksanaan penelitian untuk penulisan skripsi pada Divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan. Selama penelitian, yang bersangkutan telah melaksanakan kewajibannya dengan baik sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT BANK BNI SYARIAH
Divisi Sumber Daya Insani



HASIL WAWANCARA

Nama : M. Iqbal Taqiudin
Jabatan : Corporate Communication Manager
Tempat : Kantor Pusat BNI Syariah
Waktu : 22 Maret 2017

1. Bagaimana sejarah perusahaan BNI Syariah? Kapan mulai mengimplementasikan CSR?

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

2. Apa visi dan misi BNI Syariah?

Visi BNI Syariah adalah Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja. Di dalam mencapai misinya, BNI Syariah selalu berupaya memberikan layanan yang baik bagi nasabah/mudharib mulai dari mengenali kebutuhan nasabah/mudharib, membimbing nasabah/mudharib dalam melakukan transaksi, memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, sampai memelihara (maintaince) hubungan baik dengan nasabah/mudharib.

3. Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai CSR?

BNI Syariah mempunyai kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) didudukan sebagai jantung bisnis perusahaan yang telah di atur oleh RUPS yang dikelola unit *Corporate Secretary & Communication Division* yang mengatur program-program *Corporate Social Responsibility*, dimana pelaksanaannya dilakukan secara terencana dan berkerjasama dengan Yayasan Hasanah Titik dalam penyaluran dana sosial.

4. Berasal dari manakah sumber dana CSR pada BNI Syariah?

Sumber dana yang dikeluarkan untuk program CSR di BNI Syariah terdiri dari laba perusahaan, donasi karyawan, dan dana dari unit pengelola zakat BNI Syariah. Laba perusahaan yang dipotong tiap tahun untuk dana CSR sesuai dengan kebijakan manajemen pusat sebesar 5%

per tahun. Donasi karyawan BNI Syariah sebesar 2,5% untuk dana zakat, dan dari dana kebajikan. Sedangkan dana dari unit pengelola zakat BNI Syariah dikeluarkan dari pengelolaan (pengumpulan dan penyaluran) dana Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf dilingkungan PT. Bank BNI Syariah termasuk dari nasabahnya. Namun dana dari unit pengelola zakat BNI Syariah hanya dikeluarkan sebagian untuk program CSR, karena mereka sudah mempunyai motif kegiatan tersendiri.

5. Bagaimana bentuk penyaluran dana CSR pada BNI Syariah?

Kegiatan/program CSR dalam berbagai bidang diselenggarakan oleh BNI Syariah melalui Yayasan Hasanah Titik ada empat pilar yang menjadi landasan penyusunan program penyaluran dana CSR yaitu:

- a. Bidang pendidikan
- b. Bidang ekonomi
- c. Bidang kesehatan
- d. Bidang sosial dan dakwah

6. Apakah tujuan dan manfaat dana CSR pada BNI Syariah?

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank BNI Syariah diarahkan untuk menyebarkan manfaat yang seluas-luasnya, khususnya bagi masyarakat yang membutuhkan. Tujuan BNI Syariah dalam implementasi CSR adalah untuk menginspirasi nilai-nilai Hasanah kepada masyarakat sekitar.

7. Bagaimana tahapan tahapan dalam pemanfaatan sumber dana CSR?

Tahapan pemanfaatan dana CSR di BNI Syariah adalah penetapan visi, memformulasikan misi, menetapkan tujuan, menetapkan kebijakan, merancang struktur organisasi, merancang program operasional, membagi wilayah, mengelola dana, dan sosialisasi.

8. Apakah masyarakat sudah mengetahui sosialisasi tentang dana corporate social responsibility?

Iya masyarakat disini sudah mengetahui tentang adanya dana CSR di BNI Syariah, bahkan masyarakat sudah merasakan manfaat dana CSR itu sendiri khususnya masyarakat yang ada disekitar kuningan, Jakarta selatan.

9. Bagaimana kesiapan difisi pada bidang penanggung jawab sosial perusahaan?

Kesiapan pada divisi Kesekretariatan dan Komunikasi Perusahaan di BNI Syariah dalam mengatur program *Corporate Social Responsibility* sudah sangat siap karena telah memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) sebagai landasan dalam operasional Bank. Setiap penerbitan SOP atau review SOP harus melalui mekanisme sertifikasi dan persetujuan. Sertifikasi SOP dilakukan oleh Divisi Manajemen Risiko & Prosedur Perusahaan, namun sebelum melakukan sertifikasi, SOP harus divalidasi terlebih dahulu oleh unit-unit terkait.

10. Aspek apa yang menjadi focus CSR di BNI Syariah?

Ada tiga hal yang menjadi fokus dari kegiatan CSR kami yaitu: *Profit* (Keuntungan), *People* (Masyarakat), dan *Planet* (Lingkungan)

11. Kendala apa saja yang dialami saat hendak melaksanakan CSR di suatu tempat?

Sejauh ini kendala yang dialami tidak begitu besar kendalanya, hanya kendala kendala yang biasa saja..

12. Program apa saja yang pernah dilakukan oleh perusahaan?

Program-program yang dilakukan oleh perusahaan sudah banyak dalam setiap bidang seperti bidang pendidikan, bidang ekonomi, bidang kesehatan, bidang sosial dan dakwah. Salah satunya kita setiap idul adha mengadakan Qurban Party yang diadakan oleh BNI Syariah pada setiap cabang.

13. Dimana saja program CSR di BNI Syariah telah berlangsung?

Kegiatan CSR kami itu melibatkan kantor wilayah dan kantor cabang, jadi BNI Syariah berfokus pada masyarakat atau lingkungan sekitar kantor terlebih dahulu

14. Apakah kegiatan CSR yang dilakukan BNI Syariahini mempunyai dampak positif dari masyarakat yang dapat memberikan image positif mengenai perusahaan?

Tujuan BNI dalam melaksanakan program CSR ini adalah meningkatkan atau memajukan masyarakat agar dapat hidup lebih baik, dan untuk mendapat tanggapan positif dari masyarakat kepada BNI Syariah dan syukurlah itu semua telah terwujud. Akan tetapi kami akan terus meningkatkan program CSR BNI agar masyarakat dan lingkungan sekitar BNI Syariah dapat berkembang dan lebih maju lagi

15. Apakah ada undang – undang perbankan syariah tentang CSR?

Undang-Undang Perseroan Terbatas (PT) No.40 Tahun 2007 pasal 74

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Rachma Fadhilah
Nama Panggilan : Dila
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 6 Agustus 1995
Umur : 21 Tahun
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah
Alamat : Jl. Kutilang Blok C 25 No. 14, Sarua Permai,
Benda Baru, Pamulang. Tangerang Selatan
Kewarganegaraan : Indonesia
No. Telp. : 08578096 9988
Alamat E-mail : fadhilahrachma@gmail.com



Riwayat Pendidikan

- SD Negeri Sarua 06 (2001-2007)
- SMP Negeri 9 Tangerang Selatan (2007-2010)
- SMA Negeri 9 Tangerang Selatan (2010-2013)
- Universitas Muhammadiyah Jakarta (2013-2017)