

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini, tidak cukup bagi perusahaan hanya memfokuskan diri pada pertumbuhan ekonomi semata, akan tetapi dibutuhkan sebuah paradigma baru di bidang bisnis yaitu, pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) maksudnya adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan dan kesempatan generasi berikut untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Generasi masa kini harus memanfaatkan seefisien mungkin sumber daya alam yang tersedia dengan kebutuhan yang optimal.<sup>1</sup>

Seiring dengan semakin besar dan luasnya pengaruh perusahaan terhadap kehidupan masyarakat, sudah seharusnya perusahaan bertanggung jawab terhadap keseluruhan lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal. Setiap keputusan dan tindakan yang diambil perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab perusahaan.

Sejak sepuluh tahun terakhir ini, banyak perusahaan-perusahaan besar dan asosiasi-asosiasi industri mengembangkan program-program CSR bukan saja sebagai bagian dari “*risk management*” untuk merespon tekanan-tekanan konsumen dan masyarakat. Melainkan pula, menangkap pesan “*good governance*”, mengembangkan peluang-peluang pasar, serta

---

<sup>1</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 188

menerapkan pendekatan “bisnis etis” yang taat hukum, ramah lingkungan dan peduli sosial. Hal ini setidaknya sejalan dengan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED) sebagaimana yang dimuat dalam *Brundtland Report*.<sup>2</sup>

Menurut Eka Tjipta Foundation dalam Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama (2008), CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merk produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan yang kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Dilain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang.<sup>3</sup>

Di Indonesia sendiri, perkembangan praktik dan pengungkapan CSR mendapat dukungan dari pemerintah, yaitu dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan CSR melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pada Pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan

---

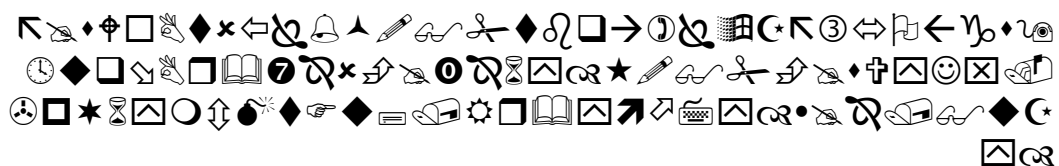
<sup>2</sup>Edi Suharto, *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 8

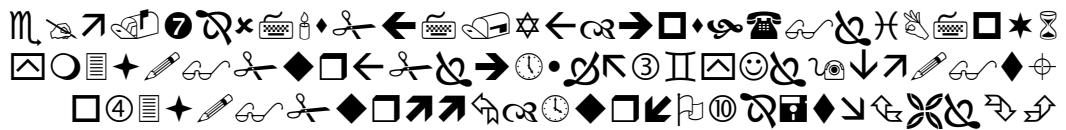
<sup>3</sup>Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Jakarta: Forum Sahabat, 2008, h. 52

tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 pasal 15 bagian b, pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Bagi umat Islam kegiatan bisnis termasuk bisnis dalam bidang lembaga keuangan tidak akan pernah terlepas dari ikatan etika syari'ah. Dalam islam, etika memiliki dua pengertian: *Pertama*, etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. *Kedua*, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

CSR dalam Islam bukanlah sesuatu yang baru, tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam al-Qur'an. Seperti firman Allah dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 261:





“Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas, Maha mengetahui”.<sup>4</sup>

Ayat di atas menggambarkan secara nyata tentang keutamaan menafkahkan harta di jalan Allah, baik dalam bentuk zakat, infak, atau sedekah. Ayat ini seharusnya dapat dijadikan bahan introspeksi bagi setiap individu untuk lebih giat lagi dan menjadikan zakat, infak, dan sedekah sebagai prioritas utama dalam setiap anggaran pengeluarannya.

Berbagai perusahaan diharuskan untuk menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan, baik berupa perusahaan industri, perbankan, maupun lembaga keuangan non-bank. Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan akan mendapatkan banyak manfaat, salah satunya adalah peningkatan reputasi (*brand image*). Bagi perusahaan, reputasi atau citra korporat merupakan aset yang paling utama dan tidak ternilai harganya, karena citra korporat akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karena itu segala upaya, daya, dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat, serta menumbuhkembangkannya.

Sebuah survei menyebutkan dibutuhkan biaya 6 kali lebih besar bagi sebuah perusahaan untuk menarik pelanggan baru daripada ia

---

<sup>4</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Kudus: Menara Kudus, 2006, h.

mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dan dibutuhkan biaya 20 kali lebih besar untuk menarik kembali pelanggan yang terlanjur kecewa.<sup>5</sup>

Posisi lembaga keuangan syari'ah non-bank sebagai lembaga keuangan yang berkecimpung dalam usaha-usaha skala mikro harus mampu menjadi contoh dalam menggerakkan program CSR, yang mana CSR bukan hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan industri maupun perbankan-perbankan skala makro yang memang telah memiliki modal dan keuntungan yang besar tetapi juga dilakukan oleh lembaga-lembaga keuangan skala mikro.

Pelaksanaan program CSR lembaga keuangan syari'ah non-bank bukan hanya untuk memenuhi amanah undang-undang, akan tetapi lebih jauh dari itu bahwa tanggung jawab sosial dibangun atas dasar falsafah dan *tasawwur* (gambaran) Islam yang kuat untuk menjadi salah satu lembaga keuangan yang dapat mensejahterakan masyarakat. Program CSR yang dilakukan harus benar-benar menyentuh kebutuhan asasi masyarakat untuk menciptakan pemerataan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat.

LKI Buana Kartika yang tumbuh sebagai salah satu koperasi syari'ah dalam industri lembaga keuangan syari'ah non-bank, menyadari dunia usaha tidak lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan keuntungan demi kelangsungan usahanya, melainkan juga tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

---

<sup>5</sup>Handi Chandra, *Marketing untuk Orang Awam*, Palembang: Maxikom, 2008, h. 151

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Antara Jumlah Nasabah**  
**Setelah Adanya Program CSR**

<b>TAHUN</b>	<b>CSR</b>	<b>NASABAH</b>	<b>PERUBAHAN (%)</b>
2010	Rp. 4.000.000	697	-
2011	Rp. 6.000.000	825	15,51%
2012	Rp. 9.000.000	821	-0,48%

*Sumber: LKI Buana Kartika*

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah perbandingan nasabah setelah adanya penerapan CSR. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah nasabah mengalami kondisi naik turun, dimana jumlah nasabah terbanyak tercatat pada tahun 2011 yaitu sebanyak 825 nasabah. Jumlah ini mengalami kenaikan cukup drastis sebanyak 128 nasabah dari tahun 2010.

Berbagai jenis program CSR dilakukan oleh LKI Buana Kartika melalui berbagai macam kegiatan seperti: santunan kepada anak yatim piatu, memberikan bantuan pendidikan terhadap yatim piatu, memberikan sumbangan terhadap program-program keagamaan, dan lain-lain.

Memang tidak mudah untuk mewujudkan kebijakan dan program CSR yang ideal, namun pada intinya program CSR harus terkait dengan upaya memaksimalkan dampak positif dan meminimumkan dampak negatif dari suatu kegiatan bisnis lembaga keuangan itu sendiri. Oleh

karena itu diperlukan konsep penerapan CSR yang efektif dan efisien yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan. Sehingga CSR tidak hanya memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat tetapi juga bagi perusahaan.

Semakin banyaknya perbankan syariah yang muncul saat ini, tentunya persaingan usaha terjadi begitu ketat. Akan tetapi dengan selalu berkomitmen untuk melaksanakan program CSR, maka akan mampu menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat. Sehingga secara tidak langsung, CSR akan membentuk loyalitas dari nasabah yang akan membawa keuntungan di masa yang akan datang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Islam (Studi pada Nasabah LKI Buana Kartika Mranggen)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah ada pengaruh CSR terhadap loyalitas nasabah di LKI Buana Kartika?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh CSR terhadap loyalitas nasabah di LKI Buana Kartika.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan peneliti dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk meningkatkan khasanah ilmu pengetahuan terutama masalah seberapa besar pengaruh penerapan CSR terhadap loyalitas nasabah.
- b. Hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan pengetahuan khususnya mengenai penerapan CSR pada lembaga keuangan syariah.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi jika perusahaan ingin mengetahui apakah penerapan program *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi loyalitas nasabah dan juga sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan program *Corporate Social Responsibility*.



- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama ataupun penelitian lanjutan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memperjelas arah dan tujuan penelitian ini, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang masalah dari penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini akan dikemukakan deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran data, dan metode analisis data.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan mengemukakan tentang gambaran umum objek penelitian, implementasi CSR, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data dan pembahasan. Pada bab ini

menyajikan hasil pengolahan data dan analisis terhadap hasil tersebut.

#### BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini memuat tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut.