

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.1.1 Pengertian CSR

Defenisi *corporate social responsibility* CSR adalah “kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional”.¹

Sedangkan dilihat dari sisi etimologi CSR kerap diterjemahan sebagai “Tanggung jawab sosial perusahaan atau tanggung jawab sosial korporasi atau tanggung jawab sosial dunia usaha. Yusuf Wibisono mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.”²

Kita lihat di Revolusi industri pada dekade 19-an, telah mengakibatkan adanya ledakan industri. Di era itu, korporat memandang dirinya sebagai organisasi yang mengeruk keuntungan semata. Kontribusi terhadap komunitas hanya sebatas penyediaan lapangan kerja dan pajak. Padahal komunitas

¹Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung: Rekayasa Sains, 2007, Hlm. 220

²Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, (Gresik: Fascho publishing, 2007), hlm. 7

menghendaki lebih dari itu, akibatnya kegiatan ekonomi yang dilakukan korporat telah membawa kerusakan lingkungan yang pemulihan dibebankan pemerintah. Seiring perkembangan teori manajemen, periode 1970-an korporat mulai menyadari pentingnya keberadaan lingkungan eksternal dan internal. Komunitas tidak dianggap sebagai konsumen semata melainkan mitra (*partnership*).³

Perkembangan CSR saat ini, tidak bisa terlepas dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Definisi pembangunan berkelanjutan menurut *The World Commission on Environment and Development* yang lebih dikenal dengan *The Brundtland Commission*, adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak 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 luas. Sedangkan *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.⁴

CSR dapat dikatakan sebagai tanggung jawab perusahaan yang bersifat sukarela dan salah satu konsep yang mendorong organisasi untuk memiliki

³Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2009, Hlm. 19

⁴Ibid, Hlm.10

tanggung jawab sosial secara seimbang kepada *stakeholder* dan lingkungan alam. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan saja, tetapi konsep tanggung jawab yang lebih luas dan tidak statis.

2.1.1.2 Peraturan atau Undang – Undang CSR

Peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

Bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 74 ayat (4) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756).

Menetapkan:

Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang

Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta peraturan pelaksanaannya.

2. Rapat Umum Pemegang Saham yang selanjutnya disebut RUPS adalah organ Perseroan yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris dalam batas yang ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan/atau anggaran dasar.
3. Direksi adalah organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.
4. Dewan Komisaris adalah organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi.

Pasal 2

Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 3

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.

Pasal 4

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.
- (2) Rencana kerja tahunan Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 5

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat(2) harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (2) Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diperhitungkan sebagai biaya Perseroan.

Pasal 6

Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Pasal 7

Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 8

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 tidak menghalangi Perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2.
- (2) Perseroan yang telah berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Pasal 9

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.⁵

2.1.1.3 Tujuan CSR

Ada beberapa hal yang mendorong perlunya keterlibatan perusahaan dalam program CSR antara lain:⁶

- a. Kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin berubah.

Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat agar tetap bisa survive, maka perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, melainkan harus peka terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat yang selalu berubah.

⁵www.Hukumonline.com. Didownload pada tanggal 16 september 2013

⁶ Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998, Hlm. 129-132

b. Terbatasnya sumber daya alam.

Dengan adanya sumber daya alam yang sangat terbatas, maka usaha perbankan syariah juga harus menggunakannya SDA seefisien mungkin.

c. Menciptakan lingkungan sosial yang lebih baik.

CSR yang diimplementasikan bank syariah akan memberikan kesejahteraan masyarakat yang lebih merata dan memberikan lingkungan sosial yang seimbang.

d. Mengimbangi antara tanggung jawab dan kekuasaan.

Bisnis sangat mempengaruhi lingkungan, konsumen, kondisi masyarakat, kehidupan moral dan budaya masyarakat. Maka, kekuasaan yang sangat besar ini harus diimbangi dengan program tanggung jawab sosial agar kekuasaan yang tak terbatas bisa dikendalikan.

e. Keuntungan jangka panjang.

Keterlibatan sosial merupakan nilai yang sangat positif bagi perkembangan dan kelangsungan jangka panjang. Karena bank syariah yang bersangkutan akan mendapatkan citra positif dimata masyarakat. Tidak bisa disangkal lagi, bahwa bisnis akan tetap bertahan jika kepentingan semua pihak dapat diperhatikan dan terpenuhi.

2.1.1.3 Bentuk- Bentuk CSR.

CSR dikonsepsikan sebagai piramid yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu:⁷

⁷ Sinuor Yosephus, Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer, Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010, Hlm. 298

a. Tanggung jawab ekonomi (*Economic responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat *profit oriented*. Aktifitas ekonomi dalam *profit oriented* akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh iktikad untuk memberikan *price* yang memihak pada nasabah, artinya *price* merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa), dll.

b. Tanggung jawab hukum (*Legal responsibilities*)

Saat perbankan syariah memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka ia telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek norma dan hukum yang telah ada maupun yang akan muncul kemudian. Tanggung jawab hukum mengupayakan bahwa bank syariah selalu mematuhi terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan tidak akan melakukan hal yang melawan hukum.

c. Tanggung jawab etis (*Ethical responsibilities*)

Tanggung jwabetis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari *stakeholder* terhadap bank syariah. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan dan adat lokal.

d. Tanggungjawab Filantropis (*Philanthropic responsibilities*)

Tanggung jawab filantropis adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif bank syariah dalam memajukan kesejahteraan manusia. Jadi

tanggung jawab filantropi didasari oleh iktikad bank syariah untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro sosial.

Pada dasarnya bentuk tanggung jawab usaha bisnis dapat beraneka ragam dari yang bersifat *charity* sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan komunitas (*community development*). *Community Development* adalah kegiatan pembangunan komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses komunitas guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, lingkungan dan kualitas kehidupan yang lebih baik.⁸

Maka ada 3 bentuk CSR dari sudut pandang pelaku usaha yaitu:⁹

a. *Public relations*

Yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga akan tertanam image komunitas bahwa perusahaan tersebut hanya melakukan kegiatan sosial, biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk.

b. *Strategi defensive*

Usaha yang dilakukan guna untuk menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam pada perusahaan tersebut. Jadi usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan negatif dengan mengubah hal yang baru yang bersifat positif.

c. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan baik yang merupakan visi perusahaan.

⁸ Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung: Rekayasa Sains, 2007, Hlm. 234

⁹ *Ibid*, Hlm. 210-212

2.1.2.4 CSR dalam Perspektif Islam

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah makhluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.¹⁰

Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).¹¹

¹⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, Hlm. 160

¹¹ Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, Hlm. 37

Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

a. *Al- adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam Al-Qur'an Surat Hud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

وَيَنْقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”¹²

12 Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah, Huud :

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, gharar(*spekulasi*), najsi (iklan palsu), ihtikar (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

b. *Al-ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat al-Baqarah ayat 195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

*“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”.*¹³

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah beauty dan perfection dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

c. Manfaat

¹³ Ibid, Al-Baqarah: 195

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan).

Pada dasarnya perbankan syariah juga telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Bank syariah sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk philanthropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan, dll

d. *Amanah*

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan.¹⁴ Bank syariah yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpujidi dalam setiap aktivitas bisnis.

Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dll. Amanah dalam skala makro

¹⁴ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, Hlm. 99

dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan. Al-Quran Surat An-Nisa ayat 58 telah menjelaskan sebagai berikut:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ

النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat*”.¹⁵

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengembang tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:¹⁶

1. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan stakeholder.

Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Islam mendorong terwujudnya hubungan kemitraan antara pelaku bisnis dengan *stakeholders* internal maupun eksternal perusahaan dalam hal

¹⁵ Op.cit., an – Nisa: 58

¹⁶ Rafik Issa Beekum, Etika Bisnis Islami, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, Hlm. 63

kebaikan dansaling menguntungkan. Seperti firman Allah SWT dalam al-Quran Surat al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“.....dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.¹⁷

2. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam.

Bagian utama yang juga harus diperhatikan dalam kaitannya dengan CSR adalah lingkungan alam. Lingkungan alam dapat berupa lingkungan alam biotik ataupun abiotik, baik yang dapat diperbarui maupun tidak dapat diperbarui. Fenomena hujan asam, pemanasan global, teracuninya rantai makanan, kepunahan, perubahan musim adalah sebagai akibat dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab. Sehingga, korporat salah satunya bank syariah harus andil terhadap perbaikan lingkungan, ramah lingkungan, serta selalu mendukung dan proaktif dalam pelestarian lingkungan. Seperti firman Allah SWT dalam al-Quran Surat Huud ayat 61:

﴿وَإِلَىٰ ثَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَأَسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوا لَهُمْ تَتُوبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيمٌ مُّجِيبٌ ﴿٦١﴾﴾

¹⁷Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah, Al – Maidah : 2

“Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. dia Telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya[726], Karena itu mohonlah ampunan-Nya, Kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya).”¹⁸

3. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Selain bertanggungjawab terhadap pihak yang berkepentingan terhadap usahanya dan lingkungan alam, perbankan syariah juga sudah seharusnya memberikan perhatian terhadap kesejahteraan umum masyarakat. Islam selalu menyeru untuk berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal. Al-quran Surat An-Nisa ayat 75 telah menerangkan sebagai berikut:

مَا الْمَسِيحُ ابْنُ مَرْيَمَ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ
 مِنْ قَبْلِهِ الرُّسُلُ وَأُمُّهُ صِدِّيقَةٌ كَانَا يَأْكُلَانِ الطَّعَامَ أَنْظِرْ كَيْفَ نُبَيِّنُ
 لَهُمُ الْآيَاتِ ثُمَّ أَنْظِرْ أَنِّي يُؤْفَكُونَ ﴿٧٥﴾

“Mengapa kamu tidak mau berperang di jalan Allah dan (membela) orang-orang yang lemah baik laki-laki, wanita-wanita maupun anak-anak yang semuanya berdoa;” Ya tuhan kami, keluarkanlah kami dari negeri ini (mekkah), yang zalim penduduknya dan berilah pelindung dari sisi Engkau dan berilah penolong dari sisi Engkau”¹⁹

¹⁸Ibid, Huud:61

¹⁹ Ibid, An- Nisa : 75

Islam sangat mendukung terhadap CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.²⁰ Sejatinya, bank syariah harus dapat menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebijakan (*wisdom*) baik dihadapan manusia maupun Allah SWT.

2.1.2.5 Perbedaan CSR dengan Promosi

Perusahaan dalam kegiatan operasionalnya, dapat dikategorikan berdasarkan sejumlah tanggung jawab yang dilakukannya, yaitu *green (CSR as lifeblood and essential strategi, CSR is not only as obligation but also as need)*, *blue (CSR is an investment, not costs)*, *red (CSR is a cost that minimizes profits)*, *black (business oriented only)*.²¹

Ketika CSR diimplementasikan, terdapat beberapa kritik yang biasa ditujukan pada program maupun pelaksanaan CSR yaitu, bahwa CSR dianggap hanyalah strategi marketing yang tujuan mendongkrak profit, program CSR

²⁰ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, Hlm. 92

²¹ Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2009, Hlm. 41

hanyalah sekumpulan kegiatan PR yang biasanya *lip service* dan mengarah pada kebohongan, korporat berlindung dibalik program CSR untuk mendapatkan promosi. Padahal antara marketing dan CSR terdapat berbagai perbedaan antara lain:

Tabel. 2.1
Perbedaan CSR dengan marketing

Aspek	Maketing	Csr
Pelaksana	MarketingDepartemen,Marketing PR	PR Officer, CSR officer
Tujuan	Meningkatkan profit korporat melalui tingginya angka penjualan	Membangun reputasi dan positif imagedengan membangun mutual relationsdengan stakeholders
Sifat	Berdasarkan trend	Kontinyu dan jangka panjang
Pola komunikasi	Satu arah dengan tujuan mengkomunikasikan produk kepada khalayak	Dua arah melalui dialog dan community need assessment

Apapun kritik yang disampaikan masyarakat, perbankan syariah mempunyai konsep baru yang tentunya selalu berpedoman pada al - Quran dan sunah sehingga akan bisa membatasi diri terhadap praktik- praktik yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.CSR bukan hanya entitas divisi yang sifatnya parsial, atau hanya berfungsi dalam pendongkrakan citra bagi stakeholder, padahakikatnya CSR adalah nilai yang melandasi aktivitas perbankan syariah

secara umum, karena CSR dapat menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan, dan lingkungan.

2.1.3 Pengertian Minat

Dari beberapa buku, minat diartikan hampir samadiantaranya:

- a. Minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.
- b. Minat ialah suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungan.²²
- c. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasatakut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.²³
- d. Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya, yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat.²⁴

Dari beberapa definisi minat di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginanyang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu.

²²Muhibbin Syah, "Psikologi Pendidikan", Bandung: Rosdakarya.2009. h.133

²³Agus Sujanto, "psikologi Umum", Jakarta: Aksaraya Baru.1983. h. 101

²⁴Andi Mappiare, "Psikologi Remaja", Surabaya: Usaha Nasional. 1982. h. 62

2.2 Penelitian Terdahulu

Rosita Candra Kirana (2009) dalam penelitiannya berupa tesis, mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang berjudul “ Studi Perbandingan Pengaturan tentang *Corporate Social Responsibility* di Beberapa Negara Dalam Upaya Perwujudan Prinsip *Good Corporate Governance* ” yang isinya berkaitan tentang perbandingan pengaturan CSR yang ada di Indonesia dengan Negara Australia dan Cina serta membahas hambatan-hambatan pelaksanaan pengaturan CSR yang ada di Indonesia dikaitkandengan teori-teori yang ada. Dalam penelitiannya memberikan kesimpulan bahwa terdapat perbedaan pengaturan CSR di Indonesia dengan Australia dan Cina dan terdapat beberapa hambatan pelaksanaan pengaturan dan Implementasi CSR di Indonesia.²⁵

Eli Dwi Susilawati (2010) mahasiswa Univesitas Muhamadiyah Surakarta dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan.²⁶

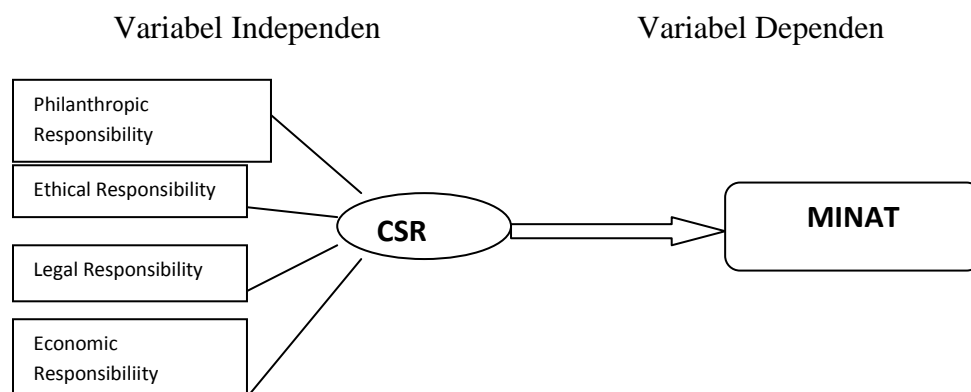
²⁵Kirana, Rosita Candra, Studi Perbandingan Pengaturan tentang *Corporate Social Responsibility* di Beberapa Negara Dalam Upaya Perwujudan Prinsip *Good Corporate Governance*, Surakarta : USM, Jurnal Tesis, 2009

²⁷Susilawati, Eli Dwi, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel, Surakarta: Univesitas Muhamadiyah Surakarta, Jurnal Penelitian, 2010

Syahriyah Sari, et.al., (2010) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT Bank Danamon Indonesia, Makassar”. Hasil penelitiannya menunjukkan kesimpulan bahwa komitmen CSR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di Bank Danamon tersebut.²⁷

Beberapa penelitian yang telah diuraikan di atas berfungsi sebagai literatur atau referensi terhadap penelitian penulis. Sedangkan penelitian yang akan di teliti disini adalah mengkombinasikan dan mengembangkan penelitian yang sudah ada, yaitu pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap minat nasabah untuk menabung.

2.3 Kerangka pemikiran teoritik



Dari gambar kerangka pemikiran teoritis di atas dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan indikator *economic responsibilities*, *legal responsibilities*, *ethical responsibilities*, dan *philanthropic responsibilities* dapat membuat minat nasabah untuk menabung.

²⁷Sari, Syahriah, et.al., Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kepuasan nasabah dan Loyalitas Nasabah pada Bank Danamon, tbk, Makassar :Jurnal, 2010

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu konklusi yang sifatnya masih sementara atau pernyataan berdasarkan pada pengetahuan tertentu yang masih lemah dan harus dibuktikan kebenarannya.²⁸ Dengan demikian, hipotesa merupakan dugaan sementara yang nantinya akan di uji dan dibuktikan kebenarannya melalui analisa data. Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, landasan teori, kerangka pemikiran teoritis, maka dirumuskan bahwa ;“ *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap minat untuk menabung”.

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, Hlm. 68