

**PENGARUH PENGANGGARAN DAN
PENGELOLAAN DANA *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
PENINGKATAN CITRA BANK SYARIAH
(Studi pada BNI Syariah)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)**

Oleh

Hendra Ramadhan

NPM : 1751020159

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, SE., ME. Sy

Pembimbing II : Vicky F. Sanjaya, M.Sc

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H / 2021 M**

**PENGARUH PENGANGGARAN DAN
PENGELOLAAN DANA *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
PENINGKATAN CITRA BANK SYARIAH
(Studi pada BNI Syariah)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Ekonomi
(S.E.)**

Oleh

Hendra Ramadhan

NPM : 1751020159

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, SE., ME. Sy

Pembimbing II : Vicky F. Sanjaya, M.Sc

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H / 2021 M**

ABSTRAK

Dalam sebuah perusahaan terdapat *Good Corporate Governance* (GCG), Peranan GCG pada perusahaan diperlukan untuk membuat suatu sistem pada perusahaan yang baik. *Good corporate governance* (GCG) akan membuat perusahaan dapat bertahan dari generasi ke generasi dan menghindari adanya konflik, salah satunya dengan melaksanakan program CSR salah satunya pada perusahaan BUMN sekaligus BUS yaitu BNI Syariah. Praimplementasi dan implementasi program CSR dibutuhkan sebuah proses penganggaran dan pengelolaan yang baik agar terhindar dari defisit anggaran yang dapat merugikan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada BNI Syariah hal ini dikarenakan pada BNI Syariah data yang laporkan dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh BNI Syariah dilaporkan secara transparan, dan mendetail apabila dibandingkan dengan laporan tahunan yang dikeluarkan bank-bank lain. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan yang bersifat lapangan. Populasi penelitian ini adalah seluruh orang yang menjadi nasabah BNI Syariah di Indonesia selama tiga tahun berturut-turut dari 2017, 2018, dan 2019 dengan jumlah sampel 72 orang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability* yaitu teknik penarikan sampel *convenience (accidental sampling)*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan citra perbankan syariah khususnya pada BNI Syariah. Dalam persepektif ekonomi islam penganggaran dan pengelolaan dana CSR di BNI Syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah dan sesuai dengan prinsip-prinsip pengelolaan dana dalam perspektif Islam.

Kata kunci : Penganggaran dan Pengelolaan Dana, *Corporate Social Responsibility* (CSR), prinsip-prinsip ekonomi islam

ABSTRACT

In a company there is Good Corporate Governance (GCG), the role of GCG in the company is needed to create a system in a good company. Good corporate governance (GCG) will enable companies to survive from generation to generation and avoid conflicts, one of which is by implementing CSR programs, one of which is in BUMN and BUS companies, namely BNI Syariah. Pre-implementation and implementation of CSR programs requires a good budgeting and management process to avoid a budget deficit that can harm the company.

This research was conducted on BNI Syariah, this is because in BNI Syariah the data that is reported in the annual report issued by BNI Syariah is reported transparently, and in detail when compared to the annual reports issued by other banks. This research is a type of quantitative research and uses a field approach. The population of this study is all people who have been customers of BNI Syariah in Indonesia for three consecutive years from 2017, 2018, and 2019 with a sample of 72 people. This study uses a non-probability sampling technique, namely a convenience sampling technique (accidental sampling). The data analysis method used is simple linear regression analysis with the help of SPSS 23 program.

The results of this study indicate that partially the variables of budgeting and managing Corporate Social Responsibility (CSR) funds have a positive and significant effect on improving the image of Islamic banking, especially in BNI Syariah. In an Islamic economic perspective, the budgeting and management of CSR funds at BNI Syariah is in accordance with sharia provisions and in accordance with the principles of fund management in an Islamic perspective.

Keywords: Budgeting and Fund Management, Corporate Social Responsibility (CSR), Islamic economic principles



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame,
Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendra Ramdhan
NPM : 1751020159
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan Citra Bank Syariah (studi Pada BNI Syariah)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Mei 2021
Penyusun

Hendra Ramdhan
1751020185



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame,
Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan
Dana Corporate Social Responsibility
(CSR) terhadap Peningkatan Citra Bank
Syariah (studi pada BNI Syariah)
Nama : Hendra Ramadhan
NPM : 1751020159
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden
Intan Lampung

Pembimbing I,

Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.
NIP. 198605172015031005

Pembimbing II

Vicky F. Sanjaya, M.Sc
NIP. 19941112201903009

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A.
NIP. 198208082011012009



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Sekretariat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame,
Bandar Lampung 35131 Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan Dana Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Peningkatan Citra Bank Syariah (studi pada BNI Syariah)” disusun oleh **Hendra Ramadhan**, NPM: 1751020159, Program Studi: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Rabu, 30 Juni 2021

TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Ahmad Isaeni, M.Ag.**

Sekretaris : **Gustika Nurmalia, M.Ek.**

Penguji I : **Nurlaili, M.A**

Penguji II : **Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.**

Penguji III : **Vicky F. Sanjaya, M.Sc**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si.
198008012003121001

MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا

Artiya : Jika Kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri (Q.S Al-Isra Ayat [17] : 7)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. atas segala nikmat-Nya, sehingga penulis mampu menyajikan hasil penelitian yang semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Dengan lafal *bismillah* dan rasa syukur serta kerendahan hati, penulis persembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Kedua orangtua saya yang menjadi alasan saya untuk selalu bertahan di setiap langkah. Ibunda tercinta, Nuraini A yang telah melahirkan saya ke dunia ini dan tiada henti-hentinya mendo'akan, menyayangi, dan memotivasi. Ayahanda tersayang, Abdul Rohman yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil, dan pengorbanan yang tiada henti-hentinya.
2. Kakak ku tersayang, Zuli Arniansyah dan adik ku tercinta Annisa Nadhiah Kamila yang telah memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga besar Margadantaran yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, serta motivasi hidup, sehingga skripsi ini selesai dengan semaksimal mungkin.
4. Kedua pembimbing saya Bapak Muhammad Kurniawan, S.E. M.E.Sy. dan Bapak Vicky F. Sanjaya yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing saya, serta selalu memberi motivasi dan dukungan untuk perjalanan hidup saya selanjutnya
5. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempat penulis mengenyam pendidikan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Hendra Ramadhan, dilahirkan di Desa Gedong Harta Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan pada tanggal 17 Januari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Abdul Rohman dan Ibu Nuraini A. Berikut riwayat pendidikan yang telah penulis selesaikan :

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Gedong Harta Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan, dan lulus pada tahun 2011.
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 2 Lampung Selatan lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2014.
3. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Kalianda lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2017.
4. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2017.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan Dana Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Peningkatan Citra Bank Syariah (studi Pada BNI Syariah)” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat menyelesaikan Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak yang sangat penulis harapkan, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa memberikan arahan dan kemudahan agar penulis dapat segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku Pembimbing Akademik I yang dengan tulus meluangkan waktunya dan mencurahkan pemikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan arahan juga motivasi, sehingga terselesaikannya skripsi yang baik dan benar dari penulis.
4. Vicky F. Sanjaya. selaku Pembimbing Akademik II yang dengan meluangkan waktunya dan mencurahkan pemikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan arahan juga motivasi, sehingga terselesaikannya skripsi yang baik dan benar dari penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen selaku guru yang amat berjasa bagi penulis baik dalam memberikan ilmu, membentuk karakter, juga perubahan pola pikir dan sudut pandang.

6. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut berperan dalam penyelesaian studi penulis.
7. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mempertemukan penulis dengan banyak jendela dunia.
8. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan pula kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman dari Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Olahraga Raden Intan (ORI) yang sudah meberikan semangat serta motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
10. Teman-teman seperjuangan Fajar, Yusuf, Tsaniyah, Rakhmah dan teman-teman dari jurusan perbankan syariah kelas D semangat serta motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
11. Sahabat-sahabat saya yang sudah saya anggap sebagai keluarga Dika Adina Yuha, Mizwar Ilham, Roby Nizar Pratama, Berlian Indriani, Cindri Anisa, Indri Kusuma Putri, dan Selly Viyolia yang memberikan semangat mental dan motivasi serta selalu ada di setiap keadaan saya baik suka maupun duka.

Semoga Allah SWT. selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada Orang Tua, Bapak dan Ibu dosen, Sahabat dan seluruh pihak yang terlibat. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan, waktu, dan biaya yang dimiliki. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun guna melengkapi tulisan ini dan menjadikannya lebih baik lagi.

Bandar Lampung, Mei 2021

Penulis



Hendra Ramadhan
1751020159

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka)	14
H. Sistematika Penulisan	18

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS . 20

A. Kerangka Teoritik	20
1. Teori Maqosid Al-syariah.....	20
2. Teori Legitimasi	22
3. Teori Stakeholder	24
4. Konsep Umum Bank syariah.....	27
5. Budgeting (Penganggaran)	28
6. Pengelolaan Perusahaan	35
7. Corporate Social Responsibility (CSR).....	37
8. Imagery (Citra) Perusahaan	50
B. Kerangka Pikir	55
C. Hipotesis Penelitian	56

BAB III METODELOGI PENELITIAN 61

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian	61
B. Sumber Data	61
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	62
D. Definisi Operasional	65
E. Teknik Analisis Data.....	68
1. Uji Validitas	68
2. Uji Reabilitas.....	68
3. Uji Asumsi Klasik	68
F. Uji Hipotesis	69
1. Uji Regresi Linear Sederhana.....	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 72

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	72
1. Sejarah Singkat Berdirinya BNI Syariah.....	72
2. Visi Misi BNI Syariah	73

3. Logo BNI Syariah	74
4. Penghargaan yang diraih BNI Syariah	74
5. Produk dan Jasa BNI Syariah	76
6. Struktur Organisasi BNI Syariah.....	85
B. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI BNI SYARIAH.....	87
1. Latar Belakang CSR di BNI Syariah.....	87
2. Anggaran dan Pengelolaan <i>Dana Corporate Social Responsibility</i> (CSR) BNI Syariah.....	88
C. HASIL PENELITIAN	94
1. Deskriptif Data Penelitian	94
2. Hasil Uji Validitas Data.....	98
3. Hasil Uji Reabilitas Data	99
4. Uji Asumsi Klasik	100
5. Uji Hipotesis.....	102
D. PEMBAHASAN.....	105
1. Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan <i>Dana Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Peningkatan Citra Pada BNI Syariah.....	105
2. Penganggaran dan Pengelolaan <i>Dana Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Dalam Persepektif Ekonomi Islam	110
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR RUJUKAN	121
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jaringan BNI Syariah	8
Tabel 1.2	Tinjauan Pustaka	15
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian.....	66
Tabel 4.1	Tabel 4.1 Penghargaan BNI Syariah	75
Tabel 4.2	Tabel 4.2 Produk Simpanan BNI Syariah	76
Tabel 4.3	Produk Jasa BNI Syariah.....	82
Tabel 4.4	Produk Transaksional BNI Syariah.....	83
Tabel 4.5	Anggaran Program CSR BNI Syariah tahun 2017, 2018, dan 2019	89
Tabel 4.6	Traget Program CSR BNI Syariah	91
Tabel 4.7	Program CSR BNI Syariah Tahun 2017,2018, dan 2019.	92
Tabel 4.8	Umur Responden.....	95
Tabel 4.9	Jenis Kelamin Responden	96
Tabel 4.10	Pendidikan Responden	97
Tabel 4.11	Pekerjaan Responden	98
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas	99
Tabel 4.13	Hasil Uji Realibilitas	100
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas.....	101
Tabel 4.15	Hasil Uji Heterokedastistas	103
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)	105
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial (t).....	106
Tabel 4.18	Anggaran dan Pengelolaan Dana CSR BNI Syariah tahun 2017, 2018, dan 2019	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Kantong Cabang BNI Syariah	8
Gambar 2.1 Piramida CSR	48
Gambar 2.2 Proses terbentuknya citra perusahaan	53
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4.1 logo BNI Syariah	74
Gambar 4.2 struktur Organisasi BNI Syariah.....	86
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Yayasan Hasanah Titik.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Tabulasi Data Penelitian
2. Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Lampiran 3 : Statistik Deskriptif Responden BNI Syariah
4. Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik
5. Lampiran 5 : Statistik Hipotesis
6. Lampiran 6 : Lembar Kuesioner
7. Lampiran 7 : Dokumentasi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk dapat memahami judul skripsi ini dan untuk menghindari kesalahpahaman dan salah dalam penafsiran yang mungkin saja akan terjadi, maka perlu adanya penegasan sebuah judul agar dapat memiliki kesatuan pemahaman dan penafsiran yang sama terhadap isi judul skripsi ini yaitu **“Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan Dana Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan citra Bank Syariah (Studi pada BNI Syariah)”**. Maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang akan menjadi judul dalam skripsi ini. Adapun uraian dari beberapa istilah yang terdapat dalam Skripsi ini, sebagai berikut:

1. Analisis adalah usaha memilah suatu integritas menjadi unsur-unsur atau bagian-bagian sehingga jelas hirarkinya dan atau susunannya.¹
2. penganggaran adalah suatu proses menyusun rencana keuangan yaitu pendapatan dan pembiayaan, kemudian mengalokasikan dana ke masing-masing kegiatan sesuai dengan fungsi dan sasaran yang hendak dicapai dan dikelompokkan kedalam program berdasarkan tugas dan tanggung jawab dari satuan kerja tertentu.²
3. Pengelolaan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, penyusunan personalia, dan pengawasan anggota-anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.³

¹ Nana Sugjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), h. 27

² Nurkholis, Moh. Khusaini, *Penggaran Sektor Publik*, (Malang: UB Press, 2019), h. 4.

³ Rezha Pratama, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: PT Budi Utama, 2020), h. 8.

4. Dana adalah uang tunai dan/atau aktiva lainnya yang segera dapat diuangkan dan yang tersedia atau disisihkan untuk maksud tertentu. Semakin besar dapat menghimpun dana dana dari masyarakat, akan semakin besar kemungkinan dapat memberikan kredit dan berarti semakin besar lembaga memperoleh pendapatan, sebaliknya semakin kecil dana yang dihimpun semakin kecil pula kredit yang diberikan, maka semakin kecil pula pendapatan.⁴
5. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah kewajiban yang diimplikasikan untuk melayani atau melindungi kepentingan-kepentingan dari kelompok-kelompok diluar kepentingan diri mereka sendiri.⁵ Secara konseptual *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).⁶
6. citra merupakan sebuah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya, dan citra dapat dibentuk dari pengalaman dari luar sebagai suatu pesan dari informasi yang diterima.⁷
7. Bank Syariah adalah menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁸

⁴ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 1.

⁵ R.Wayne Mondy, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid 1, edisi 10 (Jakarta : Erlangga, 2011), h. 40

⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung : Alfabeta, 2014), h. 293

⁷ Fitri Yana Salam, Rafika Rahmawati, "Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi", *Paradigma*, Vol. 17, No. 1, (2020), h. 41.

⁸ Undang-Undang No 8 tahun 2008, tentang perbankan syariah

B. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki bentang alam yang luas dan sumber daya yang masih banyak, menjadikan negara Indonesia sebagai tempat yang strategis dalam perkembangan industri yang besar-besaran. Perkembangan perusahaan industri yang banyak bergerak diberbagai sektor berdampak positif untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Perusahaan-perusahaan tersebut menjadikan kesempatan bagi masyarakat untuk bekerja demi mensejahterakan dirinya sendiri dan keluarganya. Tidak dipungkiri lagi perusahaan-perusahaan tersebut menjadi faktor terpenting bagi pembangunan Indonesia, perusahaan-perusahaan tersebut terus memanfaatkan sumberdaya alam yang melimpah dengan melibatkan masyarakat sebagai sumber daya manusia, disamping itu juga masyarakat juga memerlukan pekerjaan. Hal itu adalah sebuah hubungan saling ketergantungan satu sama lain antara pihak perusahaan dan masyarakat.

Tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan atau laba sebanyak banyaknya. Akan tetapi tujuan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya perlu dilakukan sebuah strategi dimana pihak perusahaan juga harus memikirkan masyarakat, karena masyarakat merupakan faktor penting bagi perusahaan, karena pada akhirnya yang menjadi target pasar dari produk atau jasa yang dijual dipasar adalah masyarakat itu sendiri sebagai konsumen. Apabila masyarakat tidak percaya akan produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, maka bagaimana mungkin perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan atau laba.

Dalam sebuah perusahaan terdapat *Good Corporate Governance* (GCG), Peranan GCG pada perusahaan diperlukan untuk membuat suatu sistem pada perusahaan yang baik untuk menutupi kekurangan dari bisnis dan menyelaraskan seluruh organ perusahaan. *Good corporate governance* (GCG) akan membuat perusahaan dapat bertahan dari generasi ke generasi

dan menghindari adanya konflik.⁹ *Corporate Governance* adalah seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya di dalam dan diluar perusahaan yang berkaitan dengan hak dan kewajibannya, atau sistem yang mengendalikan perusahaan. Tujuan dari *Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan yang terlibat dalam perusahaan. *Good Corporate Governance* ada lima prinsip yang harus diterapkan oleh perusahaan, Kelima prinsip tersebut adalah transparansi (*Transparency*), Akuntabilitas (*Accountability*), Independensi (*Independensi*), Kewajaran dan kesetaraan (*Fairnes*) dan Responsibilitas (*Responsibility*).¹⁰

Didalam poin-poin pada prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* diatas terdapat poin yang berkenaan dengan tanggung jawab sosial yaitu *Responsibility*, didalam perusahaan hal tersebut disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Good Corporate Governance* bagaikan dua sisi uang, keduanya sama penting dan tak bisa dipisahkan, ketiga prinsip *Good Corporate Governance* yang pertama lebih memberikn penekanan terhadap kepentingan pemegang saham, sedangkan *Responsibility* penekanan diberikan terhadap *stakeholders* perusahaan.¹¹ *Stakeholder* perusahaan dapat definisikan sebagai suatu kelompok masyarakat atau inividu yang yang bisa mempengaruhi rencana pengambilan keputusan sampai implementasi keputusan sebuah organisasi.¹²

⁹ Iestyn Kelvianto dan Ronny H. Mustamu, "Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Untuk Keberlanjutan Usaha Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Manufaktur Pengolahan Kayu", (Jurnal manajemen bisnis universitas Kristen petra, AGORA Vol. 6, No. 2, 2018), h. 2.

¹⁰ Website ecgi.global Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006

¹¹ Muh. Ghafur Wibowo, *Potret Perbankan Syariah Terkini: Kajian Kritis Perkembangan Perbankan Syariah Terkini* (Yogyakarta: Biruni Press,2007), h. 136.

¹² Indra Mahardika, *Business Model and Business Plan di Era 4.0*, (Jakarta: Quadra, 2019), h. 6.

Di Indonesia Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kewajiban perusahaan yang bertanggungjawab bukan hanya untuk konsumen, pemegang saham, ataupun karyawannya. Perusahaan juga melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada lingkungan sekitar. Hal ini sebagaimana sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan.

Jika dipandang dari perspektif pembangunan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yaitu pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan masa sekarang tanpa mengabaikan generasi masa yang akan datang.¹³ Aspek CSR ini memiliki tempat dalam islam juga. Menegakan kadilan sosial dan melayani kepentingan publik sarana penting pencapaian muqasid syariah (gagasan dalam hukum islam bahwa syariah diturunkan oleh Allah untuk tujuan tertentu). Sebagai firman Allah dalam (Q.S. Al-Baqarah ayat 177) sebagai berikut:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى
وَالْيَتَامَى وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى
الزَّكَاةَ وَالْمُؤْفُونَ بَعْدَهُمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ
الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ (١٧٧)

Artinya : *Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitabkitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada*

¹³ Bambang Rudito dan Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bandung:RekayasaSains, 2007), h. 209.

kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.(QS. Al-Baqarah:177).¹⁴

Ayat diatas dihubungkan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena didalamnya terdapat kata “memberikan harta yang dicintai kepada kerabatnya” hal tersebut sesuai dengan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu sikap peduli dan mengeluarkan dana nya untuk lingkungan sekitarnya. Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik mampu meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan perbuatan saling tolong menolong dan mempererat hubungan antara manusia dengan manusia lainnya atau yang disebut dengan *hablum minannas*.

Jika semua perusahaan diwajibkan mengeluarkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka tidak terkecuali dengan bank, baik bank konvensional maupun bank syariah. Dalam PBI Nomor 11/33/PBI/2009 pada Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) bagi BUS dan UUS menerangkan bahwa Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah wajib menerapkan tata kelola bank yang baik berdasarkan prinsip-prinsip transparansi akuntabilitas, pertanggungjawaban, professional dan kewajaran dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sedangkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/14/PBI/2006 pasal 1 menjelaskan bahwa suatu tata kelola bank menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai upaya untuk memperkuat industri perbankan nasional sesuai dengan Arsitektur Perbankan Indonesia, maka dibutuhkan peningkatan kualitas pelaksanaan

¹⁴ Al-Qur'an Terjemahan. (Q.S. Al-Baqarah Ayat 177)

Good Corporate Governance (GCG) dalam menjalankan kegiatan usahanya.¹⁵

Sebelum bank syariah beroperasi atau mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, bank terlebih dahulu akan merencanakan tindakan apa yang akan dilakukan kedepannya dengan memanejemen dana dalam penganggaran. Dalam memanaajemen penganggaran perlu memprediksi terhadap kemungkinan dana tersebut terjadi surplus maupun defisit, dengan penganggaran yang cermat meliputi *funding* dan *financing*, oleh sebab itu dalam anggaran perlu dikelola dengan baik dan bijak.

Salah satu BUS di Indonesia yaitu Bank BNI Syariah sudah mengimplementasi *Good Corporate Governance (GCG)* terkait dengan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*), dimana BNI syariah merupakan bank syariah yang didirikan pada tanggal tanggal 29 April 2000 sebagai 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. Dan tetap berkembang hingga saat ini. Dilampung lebih tepatnya diwilayah Bandar Lampung sudah terdapat 2 kantor cabang dan 5 kantor cabang.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI 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 BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi *spin off* tidak terlepas dari aspek regulasi UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.¹⁶

¹⁵ Website bi.go.id

¹⁶ sejarahperusahaan www.bnisyariah.co.id/ (3 Januari 2021)

Tabel. 1.1 Jaringan BNI Syariah¹⁷

Jaringan	Jumlah
Kantor Cabang/ <i>Branch Offices</i> .	68
Kantor Cabang Pembantu/ <i>Sub-branches</i> .	300
Kantor Kas/ <i>Cash Office</i> .	13
Kantor Fungsional/ <i>Functional Office</i> .	8
Mobil Layanan Gerak/ <i>Mobile Services Vehicles</i> .	23
Payment Point/ <i>Payment Points</i> .	55
Mesin ATM BNI/ <i>BNI ATM Machines</i> .	202
Outlet/ <i>Outlets</i> .	1500

Gambar 1.1 Peta Kantong Cabang BNI Syariah



Dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada BNI Syariah salah satu tujuannya untuk menginspirasi nilai-nilai hasanah kepada masyarakat sekitar, dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan merupakan salah satu misi BNI Syariah yang berkaitan erat dengan komitmen terhadap implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR menjadi bentuk perwujudan investasi sosial BNI Syariah kepada masyarakat.

¹⁷ profileperusahaan www.bnisyariah.co.id/ (3 Januari 2021)

Melalui implementasi program CSR yang berkelanjutan dan tepat sasaran, BNI Syariah berharap agar masyarakat dapat merasakan manfaat dari kehadiran perusahaan melalui upaya peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.¹⁸

Pengelolaan dana CSR pada Bank Syariah menghadirkan permasalahan tersendiri karena belum ada aturan spesifik untuk dalam anggaran dan pengelolaannya. Dalam data yang tertera pada laporan tahunan bank BNI syariah pada tahun 2017, 2018, dan 2019 terdapat permasalahan dimana pengelolaan dana yang kurang maksimal, karena pada tahun 2019 terjadi defisit, dimana dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di salurkan lebih besar dari pada dana yang diterima. Hal tersebut dipandang terdapat kesalahan terhadap pengelolaannya. Permasalahan terkait dengan anggaran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut, dikarenakan anggaran yang notabene masih sebuah rencana yang belum terealisasi, besaran dalam anggaran dana CSR juga tidak ditentukan oleh perundang-undangan Persesoran Terbatas (UUPT) dan hanya diatur dalam beberapa peraturan daerah saja. Hal tersebut bisa membuat sebuah dana yang dianggarkan bisa menjadi surplus maupun defisit. Kasus surplus tersebut terjadi pada tahun 2017, dan 2018 dimana dana yang diperoleh tidak dapat terealisasi semua dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan memberikan sisa saldo. Kasus tersebut bisa juga digolongkan terhadap permasalahan dalam mengelola dana *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Ketika bank syariah mengeluarkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR), selain merupakan kewajiban perusahaan karena tertera pada peraturan Bank Indonesia, hal tersebut juga merupakan sebagai bentuk menunjukkan kesyariahnya karena peduli antar sesama dan lingkungan. implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perbankan syariah adalah sebuah kebutuhan, bukan hanya sebatas *do good to look good* atau berbuat baik supaya terlihat baik. Aktivitas-aktivitas sosial dari bank syariah merupakan nilai tambah (*add value*) dan asset

¹⁸ BNI Syariah Annual Report, 2014

tidak berwujud yang dapat berdampak pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan masyarakat sebagai calon nasabah terhadap kinerja bank syariah. Dengan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadikan strategi sebuah bank syariah sebagai peningkatan citra bank syariah itu sendiri, sehingga membangun paradigma masyarakat bahwa bank syariah itu lebih dekat dengan masyarakat dengan kegiatan sosial yang dilakukan

Permasalahan permasalahan yang terjadi dalam penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut nantinya akan berdampak kepada citra bank itu sendiri apakah akan meningkat atau menurun atau bahkan tidak berpengaruh sama sekali. Sebuah peningkatan atau penurunan citra bank BNI syariah itu sendiri bisa dilihat dari jumlah pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) setiap tahunnya, peningkatan ataupun penurunan DPK tersebut menandakan bahwa kepercayaan nasabah tersebut juga meningkat atau menurun. Secara langsung DPK tersebut akan meningkatkan profit dari bank BNI Syariah karena DPK yang diterima oleh bank akan dikelola dan disalurkan dalam pembiayaan-pembiayaan yang menghasilkan bagi bank.

Dalam penelitian sebelumnya masih jarang yang membahas tentang anggaran dan pengelolaan dana CSR dan dampak terhadap citra perbankan syariah, sehingga penelitian ini dianggap penting untuk diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian ini lebih membahas tentang pra-impelentasi CSR karena berkenaan dengan pengelolaan anggaran dan pasaca implementasi karena berkenaan alokasi dana CSR dan dampak pasca impelentasi dana CSR terhadap peningkatan citra perbankan syariah. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan terkait dengan CSR salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh dalam Sathyaningsih, Anantawikrama, dan Herawati (2015) mengenai Penerapan *Corporate Social Responsibility* Pada Entitas Bisnis (Studi Kasus Pada PT PLN (Persero) Area Bali Utara), penelitian yang dilakukan oleh Iestyn Kelvianto dan Ronny H. Mustamu

(2018) mengenai Implementasi Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance* Untuk Keberlanjutan Usaha Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Manufaktur Pengolahan Kayu. Penelitian oleh Dalia Streimikiene dkk (2020) mengenai Dampak Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Citra Perusahaan: Bukti maskapai penerbangan hemat di Eropa, penelitian oleh Csaba Prapaskah - Krisztina Szegedi - Tibor Tatay (2015) mengenai tanggung jawab sosial disektor perbankan, dan penelitian oleh Putu Sukma Kurniawan, Edy Sujana (2018) mengenai Analisis Proses Penganggaran Dan Pengelolaan Dana CSR Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan (Studi Kasus PT.PLN (Persero) Distribusi Bali Area Bali Utara, Di Singaraja Buleleng).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang berfokus pada perusahaan non-lembaga keuangan, sedangkan objek pada penelitian ini berfokus pada salah satu bank syariah BUMN yaitu BNI Syariah. Hal ini dikarenakan bank BNI syariah mengeluarkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara aktif tiap tahunnya, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa bank BNI Syariah tidak hanya berkaitan dengan aktivitas perbankan saja, melainkan tetap menjaga lingkungan dan sosial.

Selanjutnya secara lebih dalam, selain yang telah dipaparkan diatas, hal lain yang menjadikan BNI Syariah sebagai objek penelitian dikarenakan data yang laporkan dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh BNI Syariah dilaporkan secara transparan, dan mendetail apabila dibandingkan dengan laporan tahunan yang dikeluarkan bank-bank lain. Hal ini yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian di BNI Syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis mengambil judul “Analisis Penganggaran dan Pengelolaan Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan Citra Bank Syariah (Studi pada BNI Syariah)”

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut

- a. Anggaran dalam dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum ditetapkan didalam peraturan perundang-undangan yang membuat anggaran tersebut bisa terjadi defisit.
- b. Baik buruknya pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) bergantung pada pihak ketiga.

2. Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan penelitian ini tidak terlalu menyimpang dan terfokus kepada masalah–masalah pokok, maka penulis membatasi secara jelas. Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pada penelitian ini lebih terfokuskan kepada bagaimana penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada bank BNI Syariah dan pengaruhnya terhadap citra perbankan syariah
- b. Subjek yang diteliti adalah BNI Syariah .
- c. Penelitian ini berorientasi kepada hasil akhir yaitu pada peningkatan citra BNI Syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis uraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan citra pada BNI Syariah ?
2. Bagaimana penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam persepektif ekonomi islam ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan citra pada BNI Syariah
2. Untuk menganalisis penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perseptif ekonomi islam.

F. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai manfaat bagi semua kalangan, yaitu sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan, memberikan sumbangsih hasil pemikiran mengenai penganggaran dan manajemen dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi semua kalangan akademisi dan menambah literatur dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, khususnya pada jurusan perbankan syariah

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi ilmu dan menambah wawasan mengenai penganggaran dan manajemen dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan citra Bank Syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada bank syariah dan meningkatkan kesadaran bank syariah akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*

b. Bagi Masyarakat

Sebagai acuan dalam memilih dan memutuskan menjadi menggunakan produk-produk bank BNI Syariah atau menjadi nasabah bank syariah dimasa yang akan datang. Sekaligus menjadikan informasi dan bahan bacaan tentang penganggaran dan manajemen dana *Corporate Social Responsibility*.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi literatur dan memberikan sumbangsih pemikiran ntuk penelitian lebih lanjut terkait dengan penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada bank syariah khususnya bank BNI Syariah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka)

Sebagai sarana pendukung dalam penelitian yang penulis lakukan, maka diperlukannya Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan yang dapat dijadikan acuan untuk menilai berbagai perbedaan, kelebihan, dan kekurangan pada penelitian yang penulis lakukan. Berikut ini adalah tinjauan pustakan yang akan penulis uraikan sebagai berikut:

Tabel 1.2. Tinjauan Pustaka

No.	Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Nama : Dalia Streimikiene, kristina Lasickaite, dkk Tahun : 2020 Judul : The impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Image: Evidence of budget airlines in Europe	Berdasarkan studi ini, dalam menganalisis berbagai studi empiris dari berbagai negara dan sektor bisnis dipastikan dampak CSR terhadap Citra hanya dalam jangka panjang, yang menunjukkan bahwa hasil keuangan perusahaan dan kepercayaan pelanggan meningkatkan perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR, sedangkan memajukan

		manajemen komunikasi yang tepat. Selain itu, studi empiris yang dilakukan sendiri menunjukkan bahwa CSR dan CR di sektor penerbangan hemat penting bagi pelanggan Lithuania. ¹⁹
2.	Nama : Ali Syukron Tahun : 2015 Judul : CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah	CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi <i>inhern</i> dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (<i>Maqashid al syariah</i>) adalah <i>maslahah</i> sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan <i>maslahah</i> , bukan sekedar mencari keuntungan. Begitu juga aktivitas CSR di perbankan syariah pun melekat secara <i>inhern</i> sebagai konsekuensi kebersandaran bank syariah pada ajaran Islam. Berbeda dengan bank konvensional tidak dapat dipisahkan secara dikotomis antara orientasi bisnis dengan orientasi sosialnya. Dan Implementasi CSR cenderung bersifat karikatif, responsif, berorientasi jangka pendek, dan kurang melibatkan masyarakat. Jadi, asumsi masyarakat menilai

¹⁹ Dalia Streimikiene, kristina Lasickaite, dkk, "The impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Image: Evidence of budget airlines in Europe". (wileyonlinelibrary Faculty of Environment and Labour Safety, Ton Duc Thang University, Ho Chi Minh City, Vietnam 2020)

		CSR hanya digunakan dalam keadaan darurat. ²⁰
3.	Nama : Ni Luh Putu Indah Trisna Dewi, Putu Sukma Kurniawan, dan Edy Sujana Tahun : 2018 Judul : Analisis Proses Penganggaran Dan Pengelolaan Dana CSR Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan (Studi Kasus Pt.Pln (Persero) Distribusi Bali Area Bali Utara, Di Singaraja Buleleng)	Dana CSR PLN dialokasikan untuk aspek keagamaan, aspek kesehatan, aspek Pendidikan, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan. Dari setiap kegiatan CSR dana yang diberikan berjumlah dari senilai proposal yang diajukan namun bisa juga hanya setengah dari dana proposal yang diajukan karena sebelum dana CSR diserahkan ke masyarakat yang membutuhkan ada pengecekan terlebih dahulu serta dilihat dari jumlah dana yang diberikan oleh Kantor Pusat apabila memadai, akan tetapi ada juga proposal yang ditolak karena tidak memenuhi penilaian dari tim <i>survey</i> . ²¹
4.	Nama : Septian Diyah Nursanti Tahun : 2016 Judul : Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan	1. Semakin tinggi kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> dilakukan maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah. 2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

²⁰ Ali Syukron, "CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah". (Economic Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam Vol. 5, No. 2015)

²¹ Ni Luh Putu Indah Trisna Dewi, Putu Sukma Kurniawan, Edy Sujana, "Analisis Proses Penganggaran Dan Pengelolaan Dana CSR Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan (Studi Kasus Pt.Pln (Persero) Distribusi Bali Area Bali Utara, Di Singaraja Buleleng)". (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ghanesa Vol. 9, No. 2, 2018).

	<p>Citra Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran)</p>	<p>citra perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti semakin tinggi citra perbankan maka akan semakin meningkat loyalitas nasabah.</p> <p>3. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Citra Perbankan bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.²²</p>
5.	<p>Nama : Tiara Anindya Virana Tahun : 2015 Judul : pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah Bank Muammalat di Surabaya</p>	<p>1. Variabel CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap loyalitas nasabah Bank Muamalt di Surabaya</p> <p>2. Variabel CSR berpengaruh secara signifikan terhadap citra bank muamalat di surabaya</p> <p>3. Variabel citra berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah bank muamalat di Surabya</p> <p>4. Variabel CSR tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap sikap loyalitas nasabah bank muamalat disurabaya.²³</p>

²² Septian Diah Nursanti, "Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dan Citra Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah)". (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga, 2016)

²³ Umara Noreen, Meshel K. Alassaf, "Budgeting Of Corporate Social Responsibility Activities In Saudi Arabia". (Proceedings of International

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah penulis telaah dan cermati, terdapat beberapa hal yang dapat dibedakan antara penelitian terdahulu yang penulis dapat dengan apa yang penulis akan teliti, bahwa penelitian yang penulis teliti menyangkut dengan penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan berdampak pada peningkatan citra bank syariah, dan pada penelitian ini objek yang diteliti adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan subjek nya yaitu bank BNI syariah.

H. Sistematika Penulisan

Adapun dalam penelitian ini sistematika penulisan yang akan dijelaskan adalah Bab dan Sub Bab.

Bab I adalah Pendahuluan yang berisi tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka dan Sistematika Penulisan.

Bab II adalah Landasan Teori yang meliputi Teori Makosid Al-syariah, Teori Legitimasi, Teori Stakeholder, Konsep Umum Bank Syariah, *Budgeting* (Penganggaran), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Imagery* (Citra) Perusahaan dan Pengajuan Hipotesis.

Bab III adalah Metode Penelitian dalam hal ini menjelaskan Jenis dan Sifat Penelitian, Sumber Data, Populasi dan Sampel, dan Definisi Penelitian dan Definisi Variabel Penelitian.

Bab IV adalah berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan yang Meliputi Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Bab V adalah Penutup yang berisi tentang Kesimpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Kerangka Teoritik

1. Teori Maqosid Al-syariah

Islam merupakan sebuah kepercayaan yang memperhatikan setiap umat dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT. Dalam ajaran agama Islam, umat muslim mempunyai perlindungan yang harus dijaga dalam beragama. Kehidupan manusia tidak pernah luput dari harta atau benda, nasab, tempat tumbuh, serta silsilah keturunan. Inilah yang sebagian besar atau secara umum yang kita lihat dalam kehidupan kita di dunia ini. Beberapa sub-sub tersebut merupakan hal yang harus di lindungi dan semuanya tercantum dalam ajaran agama islam.

Konsep *Maqashid Al-syariah* ini sendiri sudah dimulai sejak masa *Al – Juwaini* yang terkenal dengan Imam Haramain dan oleh Imam al-Ghazali. Kemudian disusun secara sistematis oleh seorang ahli ushul fiqh bermadzhab Maliki yaitu Imam al-Syatibi. Konsep itu ditulis dalam kitabnya yang terkenal yaitu *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Ahkam*, khususnya pada Juz II pada bab *alMaqashid Al-Syatibi* berpendapat bahwa syariat ditetapkan untuk mewujudkan kemaslahatan hamba (*Mashalih-Al-i’bad*), baik di dunia maupun di Akhirat. Kemaslahatan inilah dalam pandangan beliau menjadikannya sebagai kata *Maqashid Al-Syariah* dengan kata lain penetapan syariat, baik secara keseluruhan (jumlahan) maupun secara rinci (tafsihan) didasarkan pada suatu *Illat’* (motif penetapan hukum), yaitu mewujudkan kemaslahatan hamba.²⁴ Dari beberapa pembahasan yang sudah dijelaskan secara terinci kita bisa mengetahui landasan hukum konsep *Maqashid Al-Syariah* ini

²⁴ Konsep Maqashid al-syariah” (On-line), tersedia di <http://lispedia.blogspot.com/2012/07/ushul-fiqh-konsep-Maqashid-al-Syariah.Html> (4 april 2021)

berawal dari tujuan syariah yang merupakan tiang agama untuk kemaslahatan muslim di seluruh dunia.

Merujuk dari pengertian *Maqashid Al-Syariah* bahwa *Maqashid Al-Syariah* ini merupakan landasan penting dalam menegakkan tiang agama dengan dua ini pokok kemaslahatan yang merincikan hasil dari kemaslahatan tersebut menjadi 5 kemaslahatan untuk dilindungi. Penetapan hukum dalam *Maqashid Al-Syariah* ini ditentukan dengan beberapa *Illat'* atau alasan yang berguna untuk menyelesaikan kemaslahatan yang ada. *Maqashid Al-Syariah* ini memiliki peranan yang penting dalam proses terjadinya hukum. Penetapan dalam menentukan dasar hukum *Maqashid Al-Syariah* bisa dinyatakan secara Spesifik sebagai tujuan dari syariat melalui tiga cara penetapan, menurut *Ash-Syatibi* tiga cara penetapan itu adalah :

- a. Cukup mengetahui dalil perintah atau larangan yang secara jelas, bahwa tujuan yang dikehendaki adalah kepatuhan dengan menjalankan perintah dan meninggalkan larangan.
- b. Dengan memandang *Illat'-illat'* dari perintah atau larangan, seperti pensyariatan nikah yang bertujuan untuk memelihara keturunan.
- c. Bahwa dalam penerapan hukum syari'at, syar'i memiliki tujuan pokok (*Maqashid Ashliyyah*) dan tujuan pelengkap (*Maqashid Tabi'ah*). adakalanya tertera secara eksplisit, tersirat secara implicit, ataupun didapatkan dari hasil penelusuran (*istiqra'*) terhadap nash. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap *Maqashid* yang tidak tertera dalam nash namun tidak bertentangan dengan ketentuan diatas, termasuk jug dalam *Maqashid Al-Syariah*.²⁵

²⁵ Abu Ishaq Ibrahim bin Musa bin Muhammad Allakhmy As-Syatiby, *Kitab Al Muwafaqoot* (Dar Ibn Qayyim, 2003), h.78

- Ada dua inti pokok dalam kemaslahatan, yaitu:
- a. Kemaslahatan Dharurriyah (Inti/Pokok), yaitu kemaslahatan Maqashid Al-Syariah yang berada dalam urutan paling atas.
 - b. Kemaslahatan Ghairu Dharurriyah (Bukan kemaslahatan pokok), namun kemaslahatan ini tergolong penting dan tidak bisa dipisahkan.

Kemaslahatan inilah yang menjadi dasar dalam maqashid al-syariah sebagai tujuan syariah, seperti yang telah dihitung juga oleh ulama dengan nama al-kulliyat al-khams (lima hal ini/pokok) yang mereka anggap sebagai dasar-dasar dan tujuan syariat yang harus dijaga. Ada 5 hal inti yang harus dijaga dan dilindungi dalam maqashid al-syariah yaitu:

- a. Menjaga Agama (*Hifdz ad-Din*)
- b. Menjaga Jiwa (*Hifdz an-Nafs*)
- c. Menjaga Akal (*Hifdz al-Aql*)
- d. Menjaga Harta (*Hifdz al-Mal*)
- e. Menjaga Keturunan (*Hifdz an-Nasl*)

Dengan demikian inilah yang menjadi pokok inti dalam *maqashid alsyariah* yang harus diperhatikan untuk tetap berjalan sesuai dengan syariat islam. Dan hal inilah yang menjadi dasar teori syariah didalam menjalankan konsep tanggung jawab (Responsibility) pada Bank Syariah.

2. Teori Legitimasi

Khilfi dan Bouri menyebutkan bahwa teori legitimasi dikemukakan oleh Lindblom, Guthrie and Paker dan Patten. Teori ini juga telah digunakan oleh Miller dan Whiting dan Guthrie et.al. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Menurut Gray et.al ,

pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis Legitimasi merupakan hal yang penting dalam perkembangan perusahaan kedepannya.

Menurut Dowling dan Pletter, perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari seluruh *stakeholders* dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan.²⁶ Deegan menyatakan bahwa teori legitimasi memfokuskan pada kewajiban perusahaan untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang sesuai dalam lingkungan masyarakat dimana perusahaan itu berdiri, dimana perusahaan memastikan aktifitas yang dilakukan diterima sebagai sesuatu yang sah. Lebih lanjut lagi Deegan menjelaskan tentang teori legitimasi organisasi di negara berkembang terdapat dua hal: Pertama, kapabilitas dalam menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.²⁷ Lindbolm menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan) organisasi melakukan hal sebagai berikut:²⁸

²⁶ Edoardus Satya Adhiwardana dan Daljono, Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Asing terhadap Kinerja Perusahaan, (Diponegoro Journal of Accounting, Vol.II No.II, 2013), h.2

²⁷ Ibnu Dipraja, "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan" (Dian Nuswantara University Journal of Accounting, 2014), h.4

²⁸ Marzully Nur dan Denies Priantinah, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility" (Jurnal Nominal, Vol I, No I, 2012), h.24

- a. Mencoba untuk mendidik *stakeholder* nya tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- b. Mencoba untuk mengubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- c. Mengalihkan perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengosentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Poin-poin diatas merupakan solusi bagaimana dalam menghadapi dan menyikapi atas kegagalan kinerja perusahaan, dimana poin pertama sampai terakhir merupakan upaya yang terstruktur dan terorganisir dalam memajemen *stakeholder* perusahaan.

3. Teori Stakeholder

Teori ini pada awalnya muncul karena adanya perkembangan kesadaran dan pemahaman bahwa perusahaan memiliki *stakeholder*, yaitu pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Ide bahwa perusahaan memiliki *stakeholder* ini kemudian menjadi hal yang banyak dibicarakan dalam literatur-literatur manajemen baik akademis maupun profesional. Studi yang pertama kali mengemukakan mengenai stakeholder adalah *Strategic Management: A Stakeholder Approach* oleh Freeman (1984). Sejak itu banyak sekali studi yang membahas mengenai konsep *stakeholder*. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara

berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Biset secara singkat mendefinisikan *stakeholders* adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble and Wellard melihat *stakeholders* dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki.²⁹ Dari definisi tersebut, maka *stakeholders* merupakan keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. Dengan demikian, jika berbicara mengenai *stakeholders theory* berarti membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak. Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengenai sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*.³⁰

Premis dasar dari teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Teori stakeholder adalah sebutan konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk mempererat hubungan dengan kelompok eksternal.³¹

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk

²⁹ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility; Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta:Rajawali pers,2012), h.112

³⁰ *Ibid*, h. 24

³¹ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)*, (Bandung:Alfabeta 2014), h.68

kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan stakeholders sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin powerful stakeholder, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.³²

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang mempertimbangkan kepentingan kelompok *stakeholder* yang dapat memengaruhi strategi perusahaan. Pertimbangan tersebut memunyai kekuatan karena *stakeholder* adalah bagian perusahaan yang memiliki pengaruh dalam pemakaian sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan. Strategi *stakeholder* bukan hanya kinerja dalam finansial namun juga kinerja sosial yang diterapkan oleh perusahaan. *Corporate Sosial Responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*, makin baik pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan menaikkan kinerja dan mencapai laba.

³² Yunus Handoko, Implementasi Social and Environmental Disclosure dalam Perspektif Teoritis, (Jurnal JIBEKA, Vol.8 No.2, 2014), h.74

4. Konsep Umum Bank syariah

a. Definisi dan Tujuan Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroprasional dan produk nya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadist nabi SAW.³³ Dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa jasa lain nya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasian nya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Bank berdasarkan syariah Islam (Bank Islam) adalah lembaga perbankan yang sistem operasinya berdasarkan syariah Islam. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tatacara berusaha dan perjanjian berusaha berdasarkan Al-Qur'an dan Sunah Rasul Muhammad SAW. Dalam operasinya Bank Islam menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan tuntunan syariah Islam, tanpa menggunakan bunga

Terkait dengan asas operasional bank syariah, berdasarkan Pasal 2 UU Nomor 21 Tahun 2008, disebutkan bahwasannya perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Selanjutnya, terkait dengan tujuan bank syariah, pada pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

b. Kegiatan Usaha Perbankan Syariah

Bank syariah mempunyai tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dan kepada masyarakat yang

³³ Muhammad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah. (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2016) h 1

membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

1) Kegiatan Penghimpunan Dana

Pada penghimpunan dana terdapat akad *wadiah* dan akad *mudharabah*. *Wadiah* adalah sebagian amanat yang ada pada orang yang dititipkan dan ia berkewajiban mengembalikannya pada saat pemiliknya meminta. Dalam perbankan, akad *wadiah* digunakan untuk simpanan dalam bentuk giro dan tabungan. Sedangkan akad *mudharabah* pada umumnya digunakan pada penghimpunan dana dalam bentuk giro, tabungan deposito.

2) Kegiatan Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana di bank syariah dapat dikembangkan dengan empat model, yaitu:³⁴

- a) Pembiayaan dengan menggunakan model jual beli (*Murabahah, Salam dan Istishna*)
- b) Pembiayaan dengan menggunakan model bagi hasil (*Mudharabah dan Musyarakah*)
- c) Pembiayaan dengan menggunakan model sewa (*Ijarah Muntahiya Bit Tamlik*)
- d) Pembiayaan dengan menggunakan model pinjaman murni (*Qardh*)

5. Budgeting (Penganggaran)

a. Pengertian *Budgeting* (Penganggaran)

Anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang maupun jasa. Anggaran adalah perencanaan dalam perusahaan yang disusun secara terpadu dan dijelaskan secara kuantitatif selama periode tertentu atau sesuai dengan jangka waktu

³⁴ Trisadini P. Usanti, Abd. Somad, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 10.

yang telah ditetapkan. Anggaran disusun guna meminimalisir risiko ketidakpastian dimasa yang akan datang.³⁵ Sedangkan menurut Rosmaida Tambun pengertian anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang yang harus meliputi empat unsur, rencana yang sistematis, meliputi seluruh kegiatan perusahaan, dinyatakan dalam satuan moneter, dan berlaku untuk waktu tertentu yang akan datang.³⁶ Menurut M. Fuad mendefinisikan anggaran merupakan suatu proses perencanaan dan pengendalian kegiatan operasi perusahaan yang dinyatakan dalam satuan kegiatan dan satuan uang untuk memproyeksikan operasi perusahaan dalam proyeksi laporan keuangan.³⁷

Dari beberapa pengertian *budgeting* atau penganggaran yang diungkapkan para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa budget atau anggaran merupakan tahapan sebuah persiapan yang diperlukan sebelum dimulainya suatu kegiatan operasional perusahaan dengan penyusunan rencana yang diungkapkan secara kuantitatif selama periode tertentu dan biasanya ditunjukkan dalam bentuk moneter atau satuan uang yang dilaksanakan pada waktu yang akan datang atau dalam pengertian singkatnya dapat dikatakan bahwa anggaran adalah sebuah rencana finansial yang dipakai suatu perusahaan pada masa yang akan datang.

Sebuah anggaran berkaitan dengan manajemen keuangan yang berkaitan dengan waktu realisasi, maka biasanya disebut dengan rencana keuangan (*budgeting*),

³⁵ Chory Sulistyowati, Elva Fariyah, Okta Sindhu Hartadinata, *Anggaran Perusahaan Teori dan Praktika*, (Surabaya: Scopindo, 2020), h. 3.

³⁶ Rosmaida Tambun, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: PT Rel Karir Pembelajaran, 2020), h. 2

³⁷ M. Fuad, Edi Sukarno, *Anggaran Perusahaan Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020), h. .

dan rencana keuangan bank syariah merupakan rencana-rencana yang diungkapkan dalam sebuah program bank syariah ke dalam sasaran-sasaran (target) keuangan yang ingin dituju dalam kurun waktu tertentu (satu tahun, enam bulan, tiga bulan, dan seterusnya).³⁸

b. Teori *Budgeting* (Penganggaran)

Dalam hal ini anggaran yang dimaksud adalah anggaran yang digunakan untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah. Menurut ISO 26000, CSR adalah Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh *Corporate Social Responsibility* sendiri dapat berupa kegiatan yang dilakukan untuk tujuan kesejahteraan bersama. Rosmaida Tambun mengatakan anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu tertentu yang akan datang yang harus meliputi empat unsur, rencana yang sistematis, meliputi seluruh kegiatan perusahaan, dinyatakan dalam satuan moneter, dan berlaku untuk waktu tertentu yang akan datang.

Pada dasarnya, tujuan dari Perseroan Terbatas adalah memperoleh keuntungan sehingga segala cara dapat dihalalkan agar memperoleh keuntungan yang

³⁸ Andrianto, Firmansyah, *Manajemen Bank syariah Implementasi Teori dan Praktek*, (Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019), h. 286.

sebesar-besarnya dengan pengeluaran yang sekecil-kecilnya. Dengan hanya mengejar keuntungan/laba semata, maka banyak Perseroan Terbatas yang tidak memperhatikan dampak negative yang terjadi akibat aktivitas yang dilakukan Perseroan Terbatas tersebut baik bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar dimana Perseroan Terbatas tersebut terletak dan/atau melaksanakan aktivitasnya. Tanpa disadari, Perseroan Terbatas memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar dimana Perseroan Terbatas tersebut terletak dan atau melaksanakan aktivitasnya. Tanggung jawab yang dimiliki oleh Perseroan Terbatas yang dimaksud di sini adalah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility*.

Tujuan dari Perseroan Terbatas ini dapat dilihat dalam Anggaran Dasar Perseroan Terbatas tersebut. Hal ini secara tegas diatur dalam Pasal 18, yakni: “Perseroan harus mempunyai maksud dan tujuan serta kegiatan usaha yang dicantumkan dalam anggaran dasar perseroan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”

Perlu diingat bahwa *budgeting* dan *budget* itu suatu yang berbeda, dimana *budgeting* merupakan suatu proses dalam merinci sebuah kegiatan yang akan berjalan yang akan menghasilkan suatu *budget* (satuan nominal). Pengertian *budgeting* diatas adalah pengertian *budgeting* secara umum disuatu perusahaan, sedangkan didalam perbankan syariah penganggaran (*budgeting*) merupakan proses yang mencakup:³⁹

- 1) Penyusunan rencana kerja lengkap untuk setiap jenis tingkat kegiatan dan setiap jenis tingkat kegiatan yang ada pada suatu lembaga, termasuk bank syariah.
- 2) Penentuan rencana kerja dalam bentuk satuan uang dan kesatuan kuantitatif lainnya.

³⁹ *Ibid*, h. 287

- 3) Rencana kerja masing-masing dari setiap kesatuan usaha, satu sama lain atau secara keseluruhan, harus dapat berjalan secara selaras.
- 4) Anggaran merupakan alat koordinasi yang ampuh bagi top manajemen dalam mengelola bank, dalam rangka mencapai rencana yang telah ditetapkan.
- 5) Anggaran merupakan alat pengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan rencana kerja sekaligus dipakai sebagai alat evaluasi dan penetapan tindak lanjutnya.
- 6) Anggaran merupakan alat pengawas dan pengendalian jalannya operasional bank syariah.

Dapat dipahami bahwa dalam penyusunan anggaran bank syariah harus memperhatikan suatu kegiatan yang akan dilaksanakan dalam rencana anggaran satu tahun kedepan, dengan memperhatikan dana yang akan dipakai dan diimplementasikan dalam kegiatan yang direncanakan, kegiatan anggaran tersebut dilakukan agar suatu korporasi dapat berjalan dengan selaras antar individu dengan tujuan perusahaan, dimana anggaran ini digunakan sebagai alat ukur apakah perusahaan tersebut sukses menjalankan operasionalnya tanpa kerugian yang berarti.

c. Tujuan dan Manfaat penyusunan anggaran (*Budgeting*)

Anggaran dalam sebuah perusahaan ataupun instansi tertentu memberikan tujuan dan manfaat yang besar bagi manajemen dalam melaksanakan dan mengendalikan organisasinya sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Adapun tujuan dari disusunnya anggaran adalah sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Untuk menyatakan tujuan atau sasaran perusahaan secara jelas dan formal.

⁴⁰ Rosmaida, *Op. cit.*, h. 5

- 2) Untuk mengkomunikasikan tujuan atau sasaran manajemen kepada pihak-pihak terkait sehingga anggaran dimengerti, didukung, dan dilaksanakan.
- 3) Untuk menyediakan rencana terinci aktivitas dengan maksud mengurangi ketidakpastian dan memberikan pengarahan yang jelas.
- 4) Memaksimalkan sumber daya.
- 5) Untuk menyediakan alat pengukur dan pengendalian kinerja individu dan kelompok, serta menyediakan informasi yang mendasari perlu tidaknya tindakan koreksi.

Dapat dipahami bahwa tujuan dari disusunnya sebuah anggaran pada sebuah korporasi ataupun bank syariah mempunyai maksud akhir agar tujuan perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan atau profit, dengan tujuan anggaran yang jelas, perusahaan dapat mememanajemenen dari individu paling atas hingga individu paling bawah sehingga anggaran yang sudah direncanakan dapat berjalan sesuai dengan tujuan penyusunan anggaran tersebut.

Dalam penyusunan anggaran (*budgeting*) juga memberikan beberapa manfaat, antara lain:⁴¹

- 1) Meningkatkan motivasi kerja karyawan
- 2) Dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas penggunaan dana (menghindari pemborosan).
- 3) Sebagai alat untuk menilai kinerja karyawan.
- 4) Sebagai alat komunikasi internal antar tingkatan manajemen.
- 5) Anggaran menyediakan informasi tentang perencanaan dan realisasinya.

Dari beberapa manfaat yang sudah dijelaskan, dapat dipahami bahwa manfaat dari penyusunan sebuah

h. 5. ⁴¹ Chorry Sulistyowati, Elva Fariyah, Okta Sindhu Hartadinata *Op. cit*,

anggaran memberikan hal yang positif bagi sebuah perusahaan. Anggaran dapat memotivasi karyawan dimana karyawan bekerja sesuai dengan arahan dan target yang jelas, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas karena rencana sudah terstruktur dan tinggal menjalankan dengan sesuai rencana, dari sebuah anggaran manfaat akhir yang dirasakan yaitu memuat perbandingan terhadap anggaran yang direncanakan terhadap implementasi dari anggaran tersebut sudah sesuai atau *miss*.

d. Penyusunan Anggaran Bank Syariah

Dalam penyusunan anggaran dana bank, langkah yang harus diperhatikan yaitu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi besar kecilnya dana yang diperlukan dalam belanja bank. Rencana bisnis yang solid merupakan fondasi yang kuat dalam mencapai target bisnis, secara umum langkah-langkah dalam penyusunan anggaran adalah sebagai berikut:⁴²

1) Menetapkan target

Target utama dari penyusunan anggaran yaitu keuntungan yang diperoleh, dan meminimalisir risiko yang terjadi.

2) Membuat rincian program yang akan dikerjakan.

Dalam membuat rincian program yang akan dikerjakan harus memuat secara terinci waktu dan besaran dana yang dibutuhkan.

3) Merinci sarana pendukung dan sumber daya yang dibutuhkan

Selanjutnya untuk melaksanakan sebuah rencana atau anggaran diperlukan sarana pendukung dan sumber daya yang dibutuhkan meliputi kualitas sumber daya dan kuantitas sumber daya tersebut.

⁴² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama), h. 19

- 4) Membuat program bisnis utama untuk mendukung strategi perusahaan

Membuat program-program unggulan dalam mendukung strategi perusahaan yang lainnya, sehingga program utama tersebut yang menjadi fokus perusahaan disini terdapat program lainnya.

referensi yang harus dipertimbangkan dalam proses ini adalah hasil dari *SWOT Assesment* atau sistem analisis lainnya, *Corporate Strategic Objective*, seperti visi dan misi bank, dan *critical succes factor*.

Dalam anggaran penyusunan program bisnis biasanya terdiri atas unsur-unsur berikut.⁴³

- 1) Anggaran dana bank
- 2) Anggaran penyaluran dana
- 3) Anggaran jasa-jasa bank
- 4) Anggaran sarana kerja

6. Pengelolaan Perusahaan

Pengelolaan adalah penyelenggaraan, pengurus atau proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi. Pengelolaan tidak jauh beda dengan tugas dan fungsi manajemen. Di dalam sebuah perusahaan, manajemen yang baik adalah yang mampu mengatur, mengurus dan mengelola kegiatan operasional perusahaan. Makna manajemen mengandung unsur kegiatan yang bersifat pengelolaan. Secara umum, arti manajemen adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.⁴⁴ Dalam arti hal pengelolaan disini yaitu pengelolaan terhadap dana *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perusahaan adalah organisasi yang berkecimbung di dalam aktivitas bisnis yang berhubungan dengan perniagaan barang dan jasa. Setiap perusahaan memerlukan analisis

⁴³ *Ibid*, h. 106

⁴⁴ Kadar Nurzaman, "*Manajemen Perusahaan*" (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 13

lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan. Analisis ini meliputi empat kegiatan yaitu:⁴⁵

- a. *Scanning* merupakan proses menganalisis tanda-tanda awal perubahan lingkungan.
- b. *Monitorig* merupakan proses untuk melakukan obsservasi secara terus-menerus terhadap perubahan lingkungan.
- c. *Forecasting* adalah membuat proyeksi perkiraan hasil berdasarkan perubahan lingkungan yang dimonitori.
- d. *Assessing* adalah menentukan waktu dan arti penting perubahan lingkungan terhadap strategi dan manajemen perusahaan.

Manajemen dalam organisasi pada dasarnya sebagai proses penentuan dan pencapaian tujuan melalui pelaksanaan fungsi manajemen yaitu : *planning, organizing, actuating, controlling*. Berkaitan dengan aktivitas pengelolaan, seorang manajer dituntut untuk mampu melaksanakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya, tak terkecuali mengenai pengelolaan dana organisasi.

Dalam mengelola perusahaan harus mempunyai prinsip dasar agar dalam pengelolaan perusahaan dapat berjalan dengan baik, diantaranya.

- a. Prinsip efisiensi dan efektivitas

Efisiensi dan efektivitas merupakan bagian dari prinsip manajemen atau administrasi. Agar prinsip efisiensi terlaksana, semua objek organisasi harus dikelola dengan baik, pengorganisasian merupakan aktivitas menyusun dan membentuk hubungan kerja antara pegawai agar menumbuhkan kesatuan usaha dalam mencapai tujuan usaha yang telah ditetapkan

- b. Prinsip pengelolaan

Perencanaan yang dilakukan harus berpaku pada visi dan misi perusahaan, sehingga program-program

⁴⁵ *Ibid*, h. 19

yang akan dilaksanakan dapat tersusun dan sistematis. Tanpa perencanaan, pelaksanaan suatu program dapat terhambat dan menyebabkan kegagalan.

c. Prinsip pengutamakan tugas pengelolaan

Manajer bertanggungjawab penuh dalam pelaksanaan organisasi, baik internal ataupun eksternal. Pengutamakan tugas pengelolaan harus sejalan dengan manajerial internal dan manajerial eksternal. Sebagaimana bagian produksi bekerjasama dengan bagian promosi, dan bagian promosi berhubungan langsung dengan konsumen

d. Prinsip kerja sama

Prinsip kerja sama didasarkan pada pengorganisasian dalam manajemen. Pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab harus berjalan agar mempermudah pelaksanaan tugas organisasi. Oleh karenanya, pengelola dalam organisasi merupakan salah satu hal yang terpenting dalam upaya mewujudkan tujuan yang diinginkan.

7. Corporate Social Responsibility (CSR)

Romi Marnelly menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) didalam persepektif bisnis memberikan nilai tambah posisi perusahaan dalam jangka panjang. Utamanya adalah posisi perusahaan dimata masyarakat. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam arti luas berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggung jawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional.⁴⁶

⁴⁶ T Romi Marnelly, “*Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*”,(Jurnal Aplikasi Bisnis Vol.2 No.2, 2012), h. 51.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat para ahli yang dijelaskan diantara berikut ini:

- 1) UUPM 2007, dalam penjelasannya pasal 15 huruf b disebutkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Tampak bahwa UUPT 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.⁴⁷
- 2) Menurut Caroll, (2016) menyampaikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara lebih komprehensif, dalam bentuk piramida tanggung jawab, yang dijalankan secara berkesinambungan, yaitu tanggung jawab ekonomi, legal, etis, dan philanthropis⁴⁸
- 3) *World Business Council for Sustainable Development* (WBSCD) secara khusus mengarahkan tanggung jawab sosial lebih difokuskan pada pembangunan ekonomi. WBSCD menggambarkan tanggung jawab sosial sebagai “perusahaan harus bertanggung jawab secara ekonomi kepada karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka”.⁴⁹
- 4) C Farrel, George Hirt dan Linda Ferrel mengatakan bahwa tanggung jawab sosial sebagai kewajiban para

⁴⁷ www.ojk.go.id/Undang-Undang pasar modal

⁴⁸ Valentine Siagan, dkk, *Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020) h. 158.

⁴⁹ Poerwanto, *Corporate Social Responsibility Menjinakan Gejolak Sosial di Era Pornografi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 18.

- pelaku bisnis untuk memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif pada masyarakat.⁵⁰
- 5) Menurut Widjaja dan Yeremia, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan dengan *stakeholders* yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan atau eksistensi.⁵¹

Dari beberapa teori di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR adalah suatu tindakan dan kegiatan yang bersifat cuma-cuma maupun yang telah diatur undang – undang, tindakan tersebut mempunyai tujuan untuk menunjukkan sifat kepedulian sebuah perusahaan maupun lembaga tertentu terhadap karyawan, masyarakat sekitar perusahaan, masyarakat luas, lingkungan sekitar perusahaan atau lingkungan secara luas sebagai komitmen dan tanggung jawab berkelanjutan mengenai dampak kegiatan perusahaan yang telah dilakukannya.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi isu penting berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Di Indonesia sendiri, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilaksanakan dalam berbagai pendekatan antara lain, *Corporate Social Investment*, pemberian amal perusahaan (*corporate giving/charity*), kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*), relasi kemasyarakatan perusahaan (*corporate community/ public relation*), dan pembangunan masyarakat (*community development*).⁵²

CSR tersebut sesuai dengan falsafah moral Islam yang disebutkan dalam Al-Qur'an yaitu Q.S. Al-Maidah ayat 32 yang berbunyi:

⁵⁰ *Ibid*, h. 19.

⁵¹ Widjaja Guanawan, Ardi Pratama Yeremia, *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, (Jakarta: Forum Sahabat, 2008), h. 4.

⁵² Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Op. cit*, h. 180

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَى بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَنْ قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ
فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ
جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ
لُمُسْرِفُونَ

Artinya: Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi. (Q.S. Al-Maidah ayat 32).⁵³

Tafsir ayat diatas adalah menurut pandangan Imam Qatadah dan Dhahhak, seseorang yang membunuh satu jiwa dosanya seperti membunuh seluruh manusia. Sementara orang yang mau menahan diri supaya tidak membunuh seseorang maka ia ibarat telah menyelamatkan seluruh manusia. Sementara alasan Imam al-Baidhawi terkait mengapa dibuat narasi yang seperti ini adalah supaya manusia menumbuhkembangkan semangat untuk saling menjaga kemuliaan jiwa manusia. Bukan malah saling bertikai hingga menimbulkan kebencian yang berujung kepada tidak bernilai dan berharganya jiwa manusia.

Ayat diatas merupakan sebuah perintah bahwasannya manusia telah dimuliakan oleh Allah. Lebih dari itu, manusia sebagai *khalifah* di bumi diperintahkan untuk merealisasikan tugas mulia ini, yakni memuliakan sesama

⁵³ Al-Qur'an Terjemahan. (Q.S. Al-Maidah Ayat 32)

manusia. *Hablu minannas* ini adalah manifestasi nyata dari *hablu minallah*. Selama hidup didunia harus saling peduli atas ciptaan Tuhan dengan menjaga lingkungan, melestarikannya, serta peduli antar sesama. Hal tersebut selaras dengan prinsip dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu peduli terhadap lingkungannya dan sosial. Pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia selama ini masih pada tahap ini hanya sekedar *do good* dan *to look good*⁵⁴

a. Landasan Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat 4 peraturan yang mewajibkan perusahaan tertentu dalam menjalankan dan mengimplementasikan program CSR, diantaranya:

- 1) Keputusan Menteri BUMN tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL)

Berdasarkan peraturan Menteri Negara BUMN, per 05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana 2% dari bagian laba BUMN. Sedangkan pada pasal 1 ayat (7) dijelaskan bahwa Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BI, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Dan ruang lingkup bantuan program BL BUMN, berdasarkan Permeneg BUMN, per-05/MBU/2007 pasal 11 ayat (2) huruf e.

- 2) Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 4 tahun 2007

⁵⁴ Kementerian Lingkungan Hidup, *Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan*, (Jakarta: KLH, 2012), h. 4.

- a) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
 - b) 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.
 - c) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
 - d) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.
- 3) Undang-Undang penanaman modal nomor 25 tahun 2007

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang penanaman modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa "Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." d. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001 Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terikat oleh Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001, tentang minyak dan gas bumi, disebutkan pada pasal 13 ayat 3 (p) bahwa "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."

4) *Guidance ISO 26000*

Guidance Standard on social responsibility, menunjukkan bahwa ISO 26000 tidak hanya diperuntukan bagi *Corporate* (perusahaan) melainkan juga untuk semua sector *public* dan *privat*. Tanggung jawab sosial dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, *non governmental organization* (NGO) dan tentunya sektor bisnis, hal itu dikarenakan setiap organisasi dapat memberikan akibat bagi lingkungan sosial maupun alam. Sehingga adanya ISO 26000 ini membantu organisasi dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan cara memberikan pedoman praktis, serta memperluas pemahaman publik terhadap *Corporate social responsibility* (CSR).

b. **Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan keperdulian perusahaan yang didasari atas tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah “*triple bottom line*” yaitu *profit, people, dan planet*. Perusahaan tidak lagi berpatokan pada “*single bottom line*” saja yang berupa aspek ekonomi (dalam hal ini laba), namun juga terdapat 2p lainnya yaitu, *people dan planet*.⁵⁵ Yang menjadikan perusahaan peduli dengan lingkungan dan masyarakat sekita atau *stakeholder* nya. Dijelaskan sebagai berikut ini:

1) *Profit* (keuntungan)

Tujuan sebuah perusahaan tidak bukan melainkan laba perusahaan. Perusahaan tetap berorientasi untuk mencari laba yang bertujuan

⁵⁵ Syaniatul Wida, “Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada PT. Telkom Majapahit Bandar Lampung)”. (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2017), h. 35

supaya perusahaan terus beroperasi dan berkembang.⁵⁶

2) *People* (Kesejahteraan Manusia)

Perusahaan peduli dengan lingkungan hidup, serta kelestarian keragaman hayati. Semakin maju sebuah perusahaan maka akan semakin banyak sumber daya alam yang dibutuhkannya. Alam harus jaga jangan sampai rusak dengan berbagai polusi. Jika perusahaan tidak mampu menjaga kelestarian alam maka *planet* akan rusak.⁵⁷ Maka dari itu masyarakat dengan perusahaan harus berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya.

3) *Planet* (lingkungan hidup)

Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan seperti simbiosis *mutualisme*. Misalnya, penghijauan lingkungan, perbaikan pemukiman, serta pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

c. Jenis-Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan dalam menerapkan CSR. Pendidikan adalah bidang yang tidak bisa terlewatkan dalam implementasi CSR setiap perusahaan karena membangun karakter bangsa.⁵⁸

2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kesehatan

⁵⁶ Akbarina , Farida dan Vera Silviana Ehry, “*Pengaruh Citra Perusahaan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Serta Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel Servis Resmi Toyota di Kota Malang)*”, (Jurnal Manajemen Bisnis, Malang, 2015), h. 269-270.

⁵⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Op. cit.*, h. 411.

⁵⁸ Edi Suharto, *CSR dan COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h.137.

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. Dengan demikian, Program-Program *Corporate Social Responsibility* sudah sebaiknya tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan dan bisa dilakukan dengan cara di sesuaikan dengan kebutuhan.⁵⁹

3) *Corporate Social Responsibility* (CSR) Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat dalam bidang ekonomi menjadi perhatian khusus bagi setiap pemangku kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka program CSR dibidang ekonomi seringkali menjadi program andalan setiap perusahaan dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) nya. Peningkatan pendapatan ekonomi dilakukan dengan cara bantuan modal, dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah, dll.⁶⁰

4) *Corporate Social Responsibility* (CSR) Lingkungan

Dimasa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta dipandang sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan, namun kini justru terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Konsep 3P (*profit, people dan planet*) adalah gambaran bahwa perusahaan selalu mempunyai dampak langsung terhadap lingkungan (planet). Dengan demikian, program - program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya dibidang lingkungan.⁶¹

5) *Corporate Social Responsibility* (CSR) Modal Sosial

Bidang modal sosial dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR) sering kali

⁵⁹ *Ibid*, h. 146.

⁶⁰ *Ibid*, h. 166.

⁶¹ *Ibid*, h. 150.

dilihat sebagai pola bantuan sosial yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitar dalam rangka mencapai keharmonisan antara perusahaan dan *stakeholder*.⁶²

Dalam pengelolaan mencakup impelentasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikonsepkan sebagai piramid yang terdiri dari empat indikator tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu:⁶³

1) 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 i'tkikad untuk memberikan *price* yang memihak pada nasabah, artinya *price* merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa), dll.

2) Tanggung jawab hukum (*Legal responsibilities*)

Saat perbankan syariah memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka bank syariah tersebut telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek peraturan 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.

3) Tanggung jawab etis (*Ethical responsibilities*)

Tanggung jawab etis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai

⁶² *Ibid*, h. 155.

⁶³ Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 298

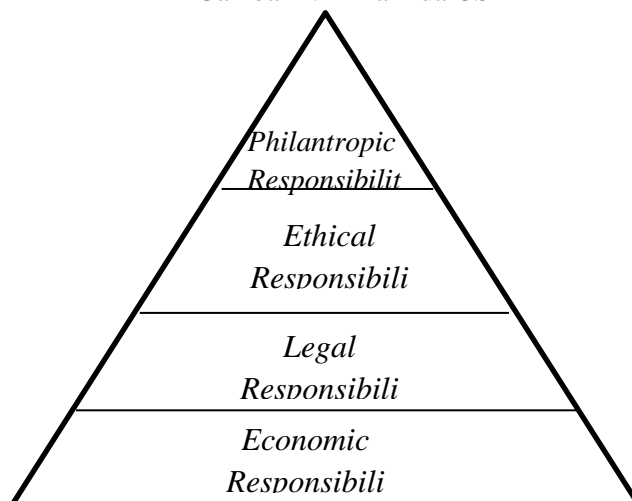
dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari *stakeholder* terhadap bank syariah. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan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

4) Tanggung jawab Filantropis (*Philanthropic responsibilities*)

Tanggung jawab filantropi 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.

Terkait dengan implementasi keempat unsur tanggung jawab di atas, dapat digambarkan dalam sebuah *hierarki* sebagai berikut :

Gambar 2.1 Piramida CSR



Piramida tersebut secara jelas menunjukkan bahwa implementasi CSR masih didominasi oleh tanggung jawab ekonomi (*profit oriented*) sebagai prasyarat agar dapat melakukan CSR yang lain. Setingkat di atas

tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab legal yang menuntut perusahaan menaati hukum yang berlaku. Level selanjutnya yaitu tanggung jawab etis yaitu tanggung jawab terhadap sejumlah peraturan tidak tertulis dengan memperhatikan adat, nilai, kepercayaan, dan sistem yang berlaku. Bank syariah harus dapat mengedepankan unsur kebenaran, keadilan dan keseimbangan. Level paling tinggi yaitu tanggung jawab filantropi. Aktifitas filantropi adalah bentuk iktikad baik bank syariah untuk memberikan manfaat bagi komunitas, peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan 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.⁶⁴

Adapun indikator terhadap anggaran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikatakan baik apabila dalam anggaran tersebut bisa berjalan dengan efektif dan efisien. Dimana hal tersebut mengacu kepada UU Nomor 13 tahun 2006 tentang pedoman pengelolaan keuangan daerah, dalam Pasal 4 ayat (1). Dikatakan efektif apabila pencapaian hasil program dengan target yang telah ditetapkan, yaitu dengan cara membandingkan keluaran dengan hasil. Efektifitas adalah pencapaian target output yang diukur dengan cara membandingkan output anggaran atau seharusnya (OA) dengan output realisasi atau sesungguhnya (OS), jika $(OA) > (OS)$ disebut efektif

Dikatakan efisien apabila pencapaian keluaran yang maksimum dengan masukan tertentu atau penggunaan

⁶⁴ Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2007), h. 234

masukan terendah untuk mencapai keluaran tertentu, dimana efisiensi merupakan kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya untuk memperoleh hasil tertentu dengan menggunakan masukan (input yang serendah-rendahnya) untuk menghasilkan suatu keluaran (output), dan juga merupakan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Suatu anggaran CSR dikatakan efisien si jika pusat pertanggung jawaban tersebut menggunakan sumber atau biaya dengan pemasukan kecil untuk menghasilkan keluaran dalam jumlah yang sama atau menggunakan sumber atau biaya masukan yang sama untuk menghasilkan keluaran dalam jumlah yang besar dalam segi kuantitas kegiatan.

d. Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah untuk pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. Kata sosial sering di interpretasikan sebagai kedermawanan.

Adapun manfaat dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:⁶⁵

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak citra perusahaan
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- 3) Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator

⁶⁵ Irham Fahmi, *Op. cit*, h. 295.

- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perusahaan, akan tetapi juga bagi keberlangsungan eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, keuntungan yang dapat diraih melalui program ini antara lain: meningkatkan citra perusahaan sehingga dapat mengurangi biaya, mengurangi risiko, meningkatkan reputasi, membangun modal sosial, dan meningkatkan ekspansi pasar yang lebih luas dan dapat meningkatkan pendapatan serta profit sebuah perusahaan.

8. Imagery (Citra) Perusahaan

a. Pengertian *Imagery* (Citra) Perusahaan

Citra perusahaan adalah kesan, perasaan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya terhadap fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tertentu.⁶⁶ Citra perusahaan meliputi segala sesuatu dari kesan visual dari logo perusahaan, pengamatan, layanan dan perilaku perusahaan pada umumnya. Citra perusahaan merupakan hasil dari segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan

Menurut Fitri, *Image* (Citra) adalah sebuah persepsi dari konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Citra dapat terbentuk dari pengalaman dari luar sebagai suatu pesan dari informasi yang diterima.⁶⁷

⁶⁶ Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*, (Bekasi: Duta Media Publishing) h. 31.

⁶⁷ Fitri Yana Salam, Rafika Rahmawati, "Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih

Sedangkan menurut Nugroho *Image* atau Citra merupakan realitas, oleh sebab itu komunikasi pasar yang tidak cocok dengan realitas, maka nominal realitas akan menang.⁶⁸

Berdasarkan pendapat para ahli yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan merupakan suatu kesan yang tertanam didalam benak pikiran atau paradigma para konsumen pada sebuah perusahaan baik dalam kualitas jasa, produk, serta ciri khas dari sebuah perusahaan.

Citra perusahaan dibutuhkan guna mempengaruhi paradigma pelanggan melalui kombinasi dari periklanan, humas, bentuk fisik, kata-mulut, dan berbagai pengalaman aktual selama menggunakan barang dan jasa. Citra perusahaan tidak dapat terbentuk secara instan tetapi memerlukan proses waktu, citra perusahaan ini harus dibangun lewat seluruh media yang ada secara berkelanjutan. Citra perusahaan dapat menjadi sebuah informasi ekstrinsik bagi nasabah yang sudah ada atau calon pembeli dan mungkin mempengaruhi loyalitas para calon nasabah jika dibank, termasuk kinginannya meningkatkan citra perusahaan melalui mulut ke mulut.

b. Proses Terbentuknya *Imagery* (Citra) Perusahaan

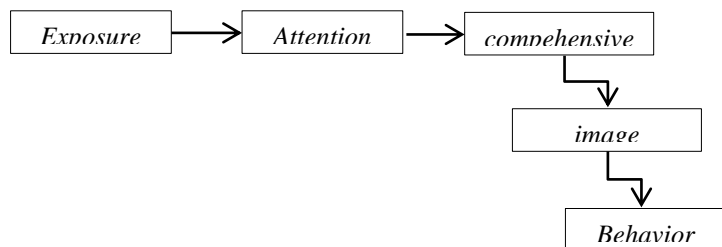
Terbentuknya citra perusahaan pada benak konsumen ketika seorang nasabah memperhatikan informasi mengenai perusahaan atau korporasi dan bagaimana pengalamannya atas penggunaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Ketika nasabah mempunyai pengalaman yang baik atas penggunaan berbagai produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, maka nasabah akan memepunyaicitra positif atas perusahaan tersebut.

Bank BRI Syariah KCP Cileungsi”, (Jurnal *Paradigma*, Vol.17, No.1, 2020), h.41

⁶⁸ Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2015), h.99.

Menurut Sutrisna (2001) menyatakan bahwa satu hal yang dianalisis mengapa terlihat ada masalah citra perusahaan adalah organisasi dikenal atau tidak dikenal. Dapat ditarik kesimpulan bahwa keterkenalan perbankan yang tidak baik menunjukkan citra perbankan bermasalah. Masalah citra perbankan tersebut dalam keberadaannya berada dalam pikiran dan atau perasaan nasabah. Secara berkala perusahaan harus mensurvey publiknya secara berkala.

Gambar 2.2 Proses terbentuknya citra perusahaan⁶⁹



Menurut gambar proses terbentuknya citra perusahaan diatas maka tahapan-tahapannya sebagai berikut :

- 1) *Exposure*, yaitu objek mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan.
- 2) *Attention*, yaitu memperhatikan upaya-upaya yang dilakukan perusahaan tersebut.
- 3) *Comprehensive*, yaitu setelah adanya perhatian objek mencoba memahami semua yang ada pada upaya perusahaan.
- 4) *Image*, yaitu terbentuknya citra perusahaan pada obyek.

⁶⁹ Seftiani, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Prespektif Ekonomi Islam(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung)",(Lampung: Dipublikasikan, 2017), h. 24

- 5) *Behavior*, yaitu citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku objek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan adalah sebagai berikut. Adapun faktor-faktor berikut ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi citra perbankan, antara lain:⁷⁰

- 1) Kualitas dan kuantitas pelayanan yang mengesankan, termasuk pelayanan terhadap komplain.
- 2) penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi, dan reputasi perusahaan
- 3) Ekpektasi nasabah sesuai dengan realita
- 4) Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggungjawab sosial perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup.

Dari keempat faktor diatas dapat dipahami bahwa terdapat faktor-faktor penting yang dapat mempengaruhi baik atau buruknya suatu perusahaan. Kualitas dan kuantitas pelayanan terhadap konsumen atau nasabah yang menjadi paling penting dan utama yang mempengaruhi citra perusahaan, jika kualitas pelayanan buruk maka konsumen atau nasabah akan menjadi tidak puas dan komplain, dari anggapan konsumen atau nasabah tersebut akan mempengaruhi nilai dari perusahaan. Seringkali ekspektasi konsumen atau nasabah atas suatu produk harus sesuai dengan ekpektasi yang mereka bayangkan, ketika hal itu diluar ekspektasi, dalam artian ekpektasi lebih tinggi daripada faktanya maka konsumen atau nasabah akan kecewa, hal tersebut juga berpengaruh terhadap citra perusahaan nantinya.

⁷⁰ Mustofa, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorontalo)”. (Jurnal Al-Buhuts Jurnal Ekonomi Islam Vol.12, No. 1, 2016), h. 57.

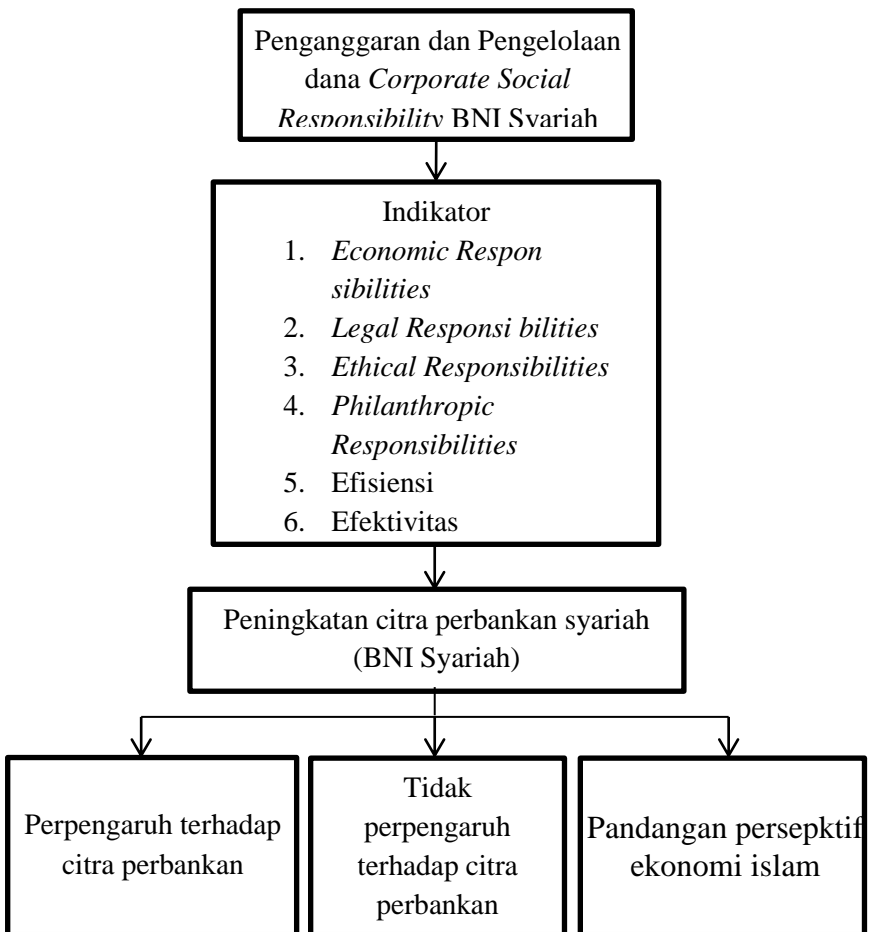
Adapun menurut sari (2012) dalam menilai citra perusahaan terdapat beberapa indikator diantaranya yaitu:

- 1) *Experience* (pengalaman)
Bagaimana cara seseorang merasakan ketika menggunakan sebuah produk, sistem, atau jasa.
- 2) Reputasi
Hak yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- 3) Nilai
Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- 4) Identitas Perusahaan
Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

Dari keempat indikator diatas dapat diketahui bahwa dalam menilai citra perusahaan harus memenuhi keempat indikator tersebut, apabila keempat indikator tersebut sudah terpenuhi semua oleh perusahaan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut memiliki citra yang positif. Indikator tersebut dinilai dari konsumen atau nasabah itu sendiri, bukan perusahaan itu sendiri yang menilai apakah perusahaannya tersebut bercitra positif atau negatif.

B. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2009), “Kerangka Pemikiran merupakan konsep yang menggambarkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang teridentifikasi sebagai masalah yang diteliti”. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, variabel independen disimbolkan dengan (X) dan variabel dependen disimbolkan dengan (Y). Penganggaran dan pengelolaan dana *corporate social responsibility* merupakan variabel independen, sedangkan citra perbankan syariah merupakan variabel dependen. Berikut ini adalah kerangka yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis penelitian hanya dinyatakan atau disimpulkan dari teori penelitian sebelumnya. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian dan bukan jawaban empirik.⁷¹

- 1) dampak penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan citra pada BNI Syariah.

anggaran merupakan tahapan sebuah persiapan yang diperlukan sebelum dimulainya suatu kegiatan operasional perusahaan dengan penyusunan rencanayang diungkapkan secara kuantitatif selama periode tertentu dan biasanya ditunjukkan dalam bentuk moneter atau satuan uang yang dilaksanakan pada waktu yang akan datang atau dalam pengertian singkatnya dapat dikatakan bahwa anggaran adalah sebuah rencana finansial yang dipakai suatu perusahaan pada masa yang akan datang. Dimana penganggaran yang telah dibuat akan dikelola sedemikian rupa agar anggaran tersebut bisa berjalan secara efektif dan efisien. Dalam hal ini yang dianggarkan dan dikelola dalam dana *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana CSR merupakan Suatu tindakan dan kegiatan yang bersifat cuma-cuma maupun yang telah diatur undang – undang, tindakan tersebut mempunyai tujuan untuk menunjukkan sifat kepedulian sebuah perusahaan maupun lembaga tertentu terhadap karyawan, masyarakat sekitar perusahaan, masyarakat luas, lingkungan sekitar perusahaan atau lingkungan secara luas sebagai komitmen dan tanggung jawab berkelanjutan mengenai dampak kegiatan perusahaan yang telah dilakukannya.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : ALFABETA, 2010), h. 64

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perbankan syariah adalah sebuah kebutuhan, bukan hanya sebatas *do good to look good* atau berbuat baik supaya terlihat baik. Aktivitas-aktivitas sosial dari bank syariah merupakan nilai tambah (*add value*) dan asset tidak berwujud yang dapat berdampak pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan masyarakat sebagai calon nasabah terhadap kinerja bank syariah. Dengan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadikan strategi sebuah bank syariah sebagai peningkatan citra bank syariah itu sendiri, sehingga membangun paradigma masyarakat bahwa bank syariah itu lebih dekat dengan masyarakat dengan kegiatan sosial yang dilakukan.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah antara lain dalia Streimikiene, kristina Lasickaite, dkk (2020) mengenai *The impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Image: Evidence of budget airlines in Europe* menyatakan bahwa dampak CSR terhadap CR hanya dalam jangka panjang, yang menunjukkan bahwa hasil keuangan perusahaan dan kepercayaan pelanggan meningkatkan perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Penelitian oleh Ali Syukron (2015) menyatakan bahwa CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inhern* dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *masalah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *masalah*, bukan sekedar mencari keuntungan.. Penelitian oleh Ni Luh Putu Indah Trisna Dewi, Putu Sukma Kurniawan, dan Edy Sujana (2018) mengenai Analisis Proses Penganggaran Dan Pengelolaan Dana CSR Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan (Studi Kasus Pt.Pln (Persero) Distribusi Bali Area Bali Utara, Di Singaraja Buleleng). Peneltian oleh Naufalia (2017) mengenai pengaruh CSR terhadap citra Yamaha Vega ZR New di Surabaya menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap citr merk citra Yamaha Vega ZR New di

Surabaya. Penelitian oleh Septian Diyah Nursanti (2016) menyatakan Implementasi *Corporate Social Responsibility* dan Citra Perbankan bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Selain itu, penelitian oleh syaniatul Wida, (2017) menyatakan bahwa CSR kemitraan bina lingkungan berpengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Sebuah peningkatan atau penurunan citra bank BNI syariah itu sendiri bisa dilihat dari jumlah pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) setiap tahunnya, peningkatan ataupun penurunan DPK tersebut menandakan bahwa kepercayaan nasabah tersebut juga meningkat atau menurun.

H1 : Penganggaran dan Pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan citra Bank BNI Syariah.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan yang bersifat lapangan. Jenis penelitian kuantitatif karena memandang bahwa realitas atau fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian ini dilakukan pada populasi dan sampel tertentu yang *representatif*. Proses penelitian bersifat deduktif karena untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat merumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data dilapangan.⁷²

Instrumen yang sesuai dengan indikator didesain dengan menggunakan skala likert. Data yang telah terkumpul di olah dalam bentuk angka dan dianalisis secara kuantitatif dengan uji hipotesis dengan model analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan Amos 4.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap nasabah BNI Syariah.

2. Data Sekunder

a. Data Sekunder Internal

Data sekunder internal adalah data yang berasal dari laporan historis yang telah berbentuk arsip atau dokumen baik yang dipublikasikan atau tidak

⁷² *Ibid*, h. 14

dipublikasikan. Data sekunder internal pada penelitian ini berasal dari data laporan tahunan (*annual report*) dari tahun 2017, 2018, dan 2019

b. Data sekunder eksternal

Data sekunder eksternal adalah data yang diperoleh dari luar BNI Syariah yaitu berupa publikasi dari pemerintah, internet dan data komersial. Data sekunder eksternal penelitian ini berasal dari internet yang mencakup informasi dari BI, OJK, DSN-MUI, dan Undang-Undang.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang menjadi nasabah BNI Syariah di Indonesia selama tiga tahun berturut-turut dari 2017, 2018, dan 2019 yaitu sebesar 13.300.000 .

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik tertentu yang diambil dari suatu populasi yang akan diteliti secara rinci. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sesuai dengan metode yang berlaku sehingga betul-betul *representatif*. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah populasi nasabah BNI Syariah yang berjumlah 13.300.000 orang.

Adapun dalam menentukan besaran sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus *slovin*.

$$n = \frac{Z^2 \lambda p q}{d^2}$$

keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

⁷³ *Ibid*, h. 117

- $Z^2\lambda$ = drajat kepercayaan (1,96)
 p = proporsi jumlah nasabah Bank BNI Syariah (2017, 2018, 2019)
 q = Proporsi Jumlah orang yang bukan nasabah Bank BNI Syariah
 d = limit dari error atau prisiasi absolut (0,05)

maka dapat diperoleh :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 4,9\% \cdot 95,1\%}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,17901472}{0,0025}$$

$$n = 71,61$$

$$n = 72$$

jadi berdasarkan rumus slovin yang sudah dijabarkan diatas, dengan limit eror 5% maka dibutuhkan sampel sebanyak 71,61. Karena jumlah responden merupakan variabel diskret, maka 71,61 dibulatkan menjadi 72 responden.

3. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel adalah pembicaraan bagaimana menata berbagai teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, serta merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang *representatif* (mewakili).

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability* yaitu teknik penarikan sampel *convenience (accidental sampling)*. Metode ini merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses sebagai responden.⁷⁴

⁷⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 175

Menggunakan teknik *cvenience* karena didasarkan pada keterbatasan ketiadaan kerangka sampel, selain itu peneliti tidak mengetahui daftar nama seluruh nasabah pada BNI Syariah cabang Semarang. Maka peneliti akan memberikan kuesioner terhadap nasabah yang mudah ditemui dan bersedia menjadi responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Angket (Kuesioner)

Angket atau Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden.⁷⁵ Penelitian ini menggunakan bentuk Angket langsung tertutup yang dirancang sedemikian rupa untuk memperoleh data tentang keadaan yang dialami responden, kemudian semua alternatif jawaban telah tertera dalam angket sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang sesuai.

Instrumen yang diberikan kepada responden dengan menggunakan teknik skala likert 5 poin untuk mengukur variabel penelitian. Responden nantinya memilih jawaban dari pernyataan positif dengan 5 alternatif jawaban yang ada, yaitu sebagai berikut:

- (a) Sangat Setuju (**SS**)
- (b) Setuju (**S**)
- (c) Tidak Tahu (**TT**)
- (d) Tidak Setuju (**TS**)
- (e) Sangat Tidak Setuju (**STS**)

Setiap alternatif jawaban tersebut memiliki nilai atau poin skor sebagai berikut

- (a) Sangat Setuju (**SS**) dengan skor 5
- (b) Setuju (**S**) dengan skor 4

⁷⁵ Sugiyono , *Op.cit*, h. 162

- (c) Tidak Tahu (**TT**) dengan skor 3
- (d) Tidak Setuju (**TS**) dengan skor 2
- (e) Sangat Tidak Setuju (**STS**) dengan skor 1

Prosedur pengumpulan angket (kuesioner) adalah sebagai berikut:

- (a) Menyanyi responden, apakah benar sebagai nasabah BNI Syariah
- (b) Membagikan kuesioner kepada responden
- (c) Mengumpulkan dan menerima kuesioner
- (d) Memasukan, mengolah, menganalisis dan menyimpulkan dari hasil analisis terhadap data yang terkumpul melalui kuesioner dan

D. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang nilainya dapat berubah.⁷⁶

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu, variabel independen yaitu penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan variabel dependen yaitu citra perbankan syariah (BNI Syariah). Pada variabel penggaran dan pengelolaan yaitu Efisiensi (X1), Efektifitas (X2), *economic responsibilities* (X3), *legal responsibioities* (X4), *ethical responsibilities* (X5), dan *philanthropic responsibilities* (X6). Adapun variabel citra bank syariah (BNI Syariah) memiliki beberapa indikator yaitu, *experience* (pengalaman) (Y1), reputasi (Y2), Nilai (Y3), dan identitas perusahaan(Y4).

Dalam penelitian ini, indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun poin-poin instrumen yang berupa pertanyaan dan pernyataan untuk mengumpulkan data dari responden. Selanjutnya instrumen tersebut akan diukur

⁷⁶ *Ibid*, h. 110

menggunakan skala untuk menghasilkan data yang akurat. Skala pengukuran disini menggunakan skala *likert*

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Penganggara n dan Pengelolaan dana CSR (Archie B Carrol) ⁷⁷	Perencanaan dalam perusahaan yang disusun secara terpadu dan dijelaskan secara kuantitatif selama periode tertentu dan proses pelaksanaan suatu tujuan atas Suatu tindakan dan kegiatan yang bersifat cuma-cuma maupun yang telah diatur undang – undang, tindakan tersebut mempunyai tujuan untuk menunjukkan sifat kepedulian sebuah perusahaan maupun lembaga tertentu terhadap karyawan, masyarakat	1. Efisiensi (X1) 2. Efektifitas (X2) 3. <i>economic responsibiliti es</i> (X3) 4. <i>legal responsibioit ies</i> (X4) 5. <i>ethical responsibiliti es</i> (X5) 6. <i>philanthropi c responsibiliti es</i> (X6)	Sekala <i>likert</i>

⁷⁷ Sinuor Yosephus, *Op.Cit* h. 298

		sekitar perusahaan, masyarakat luas, lingkungan sekitar perusahaan atau lingkungan secara luas sebagai komitmen dan tanggung jawab berkelanjutan mengenai dampak kegiatan perusahaan yang telah dilakukannya.		
2	Citra Perbankan Syariah (BNI Syariah) (Sari) ⁷⁸	Suatu kesan yang tertanam didalam benak pikiran atau paradigma para konsumen pada sebuah perusahaan baik dalam kualitas jasa, produk, serta ciri khas dari sebuah perusahaan.	1. <i>experience</i> (pengalaman) (Y1) 2. reputasi (Y2), 3. Nilai (Y3) 4. Identitas perusahaan (Y4).	Sekala <i>likert</i>

⁷⁸ Septian Diah Nursanti, *Op. Cit*, h. 46

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Apabila instrumen pengumpul data yang digunakan mampu untuk mengukur apa yang akan diukur, maka data yang dihasilkan dapat dinyatakan valid. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti akan menggunakan metode komputerisasi yaitu SmartPLS 3. Diaman Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuosioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesiner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁷⁹ Jika *Loading factor* > 0.50 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut valid.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji realibilitas adalah menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang kita bagikan. Jika kuesioner tersebut itu handal atau *realible*, andaikan jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu.⁸⁰ Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Kuisioner reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau di bawah 0,60

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Distribusi normalitas merupakan bentuk distribusi yang memusat ditengah (mean, mode, dan median berada ditengah) dengan pengujian hipotesis sebagai berikut:

⁷⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Undip, 2011), h.52

⁸⁰ *Ibid*, h. 47

Ho: Distribusi normal jika probabilitas > 0.05 Ho diterima\

Ha: Distribusi populasi tidak normal, jika probabilitas < 0.05 , Ho ditolak

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel residual dan satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *glesjer*. Uji ini merupakan untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen dengan persamaan:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Kriteria terjadinya Heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika $\text{sig} < 0.05$, yang berarti bahwa apabila $\text{sig} > 0.05$ penelitian dapat dilanjutkan.

F. Uji Hipotesis

Hipotesis dimaknai dengan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik.

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier sederhana. Dalam analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis yang telah di ajukan, dan untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Analisis regresi linier sederhana digunakan oleh peneliti karena penelitian bermaksud menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

adapun keputusan dalam uji regresi sederhana dapat mengacu pada dua hal yaitu dengan uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen dan Uji Parsial untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian diterima atau ditolak.

a) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui persentase kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi. Dalam analisis ini digunakan analisis regresi linier sederhana. Yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara pengaruh penganggaran dan pengelolaan dana Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap peningkatan citra perbankan syariah (BNI Syariah). Dalam penelitian ini pengujian data test regresi linear sederhana akan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SmartPLS 3 atau SPSS

b) Uji t (parsial)

Uji statistik regresi linier sederhana digunakan untuk menguji signifikansi atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Untuk regresi linier sederhana uji statistik dengan uji T. Uji statistik T digunakan untuk mengetahui pengaruh individu masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian adalah menyusun hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) dengan taraf nyata (α) yang biasa digunakan adalah

5% atau 0,05 maka, dengan menggunakan SmartPLS 3 atau SPSS:

H0 diterima : jika angka signifikan lebih besar dari $\alpha = 5\%$

H0 ditolak : jika angka signifikan lebih kecil dari $\alpha = 5\%$

Kesimpulan:

(a) Jika *sig* >0,05 maka H0 diterima

(b) Jika *sig* <0,05 maka H0 ditolak.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Berdirinya BNI Syariah

Peristiwa krisis moneter pada tahun 1997 membuktikan bahwa sistem perbankan syariah itu tangguh. Perbankan syariah perpatokan pada prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil pada saat itu. Diawali dengan pembentukan Tim Bank Syariah tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI.

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. Pada tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah, yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta (dua cabang), Bandung, Makassar dan Padang.⁸¹ Seiring waktu perkembangan BNI syariah makin berkembang dengan kembali membuka cabang di Medan dan Palembang pada tahun 2002.

Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara, BNI Syariah membuka Kantor Cabang Pembantu Syariah Jepara. Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan untuk individu yang

⁸¹ www.bnisyariah.co.id, diakses pada tanggal 14 april 2021 (14:48

membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang bersahabat.

Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan kurang lebih 787 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah.

Di dalam *Corporate Plan* (rencana perusahaan) UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan dilakukan *spin off* tahun 2009. Salah satu tujuan *spin off* adalah agar BNI Syariah bisa berkembang lebih cepat sejalan dengan program akselerasi perbankan syariah dari Bank Indonesia. 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. Visi Misi BNI Syariah

Perumusan visi sangat penting agar setiap anggota perusahaan memiliki kejelasan mengenai cita - cita dan mimpi kolektif yang berusaha diwujudkan dimasa depan. Sedangkan misi merupakan rangkaian kegiatan utama yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai misinya. Visi relatif abstrak dan luas diterjemahkan ke dalam misi yang

relatif konkrit.⁸² Dalam perumusan visi dan misi sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh situasi dan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Adapun visi BNI Syariah adalah “*Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja*”

Sedangkan misi BNI Syariah antara lain adalah

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*

3. Logo BNI Syariah

Adapun logo identik dari lembaga keuangan syariah BNI Syariah adalah seperti gambar berikut.

Gambar 4.1 logo BNI Syariah



4. Penghargaan yang diraih BNI Syariah

Selama berpuluh-puluh tahun BNI Syariah berdiri yang mulanya UUS menjadi BUS dengan melakukan *spin off*, BNI Syariah telah berhasil meraih banyak penghargaan dalam lima tahun terakhir di antaranya adalah.

⁸² Hendrawan Supratikno, et al., *Advanced Strategic Management*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003, Hlm.13

Tabel 4.1 Penghargaan BNI Syariah

Tahun 2016
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Most Efficient Sharia Bank</i> 2016 2. <i>1st Social Media</i> 3. <i>Best Website dalam Social Media Award</i> 2016 4. BUMN Keuangan Listed peringkat pertama dalam Annual Report Award (ARA) 2016.
Tahun 2017
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Most Efficient Sharia Bank</i> 2017 2. Peringkat pertama dalam Indonesia <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> Award 2017 3. <i>The Most Expanding Financing</i> 2017 4. <i>The Most Expanding Funding</i> 2017 5. <i>Best of the Best</i> kategori <i>The Magnificent 7</i> untuk bank syariah BUKU II 6. <i>Golden KPR Sharia Bank</i> dalam ajang 6th Digital Brand Indonesia Infobank Awards 7. <i>Multifinance</i> syariah terbaik 2017
Tahun 2018
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Best Sharia Bank</i> kategori Bank Buku II (Anugrah Syariah Republika Award) 2. <i>Annual Report Award (ARA)</i> 2018 kategori <i>private keuangan non-listed</i> 3. <i>The most Digital Popular Brand Award</i> 2018 4. <i>The most Digital Brand KKB</i> Bank Umum Syariah 2018 5. <i>The most Digital Brand Tabungan</i> Bank Umum Syariah 2018 6. <i>The most Digital Brand KPR</i> Bank Umum Syariah 2018 7. <i>The most Digital Brand Deposito</i> Bank Umum Syariah 2018
Tahun 2019
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Most Efficient Sharia Bank</i> 2019 (Anugrah Syariah Republika Award) 2. Bank syariah BUKU II terbaik untuk pembiayaan perumahan (Anugrah Syariah Republika Award) 3. <i>The Best Syariah Bank</i> kategori aset diatas Rp. 10 triliun (Majalah Investor) 4. <i>The Best Chief Financial Officer (CFO)</i> 2019
Tahun 2020
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank berpredikat “Sangat Sehat” pada kategori syariah BUKU II dan III (Indonesia Best Bank Award 2020)

2. *Platinum Award 1st The Best IT for Sharia Bank* (IT Award 2020)
3. Bank dengan kinerja sangat bagus dalam kategori modal inti Rp. 1 – 5 triliun (*25th infobank award 2020*)
4. *The Best Leader for Business Sustainability Through Business Innovation – Effectiveness of Digital Acceleration* (*Indonesia Financial Top Leader Award 2020*)
5. 20 Pilar Financial Indonesia Award 2020 (*the economic*)
6. Kelompok bank dengan kepatuhan pelaporan keuangan terbaik (BI Award)
7. *The Best Digital Technology & Performance Excellence 2020* (BusinessNews Indonesia)

5. Produk dan Jasa BNI Syariah

Produk dan jasa dalam BNI Syariah dapat diuraikan sebagai berikut dibawah ini.

a. Produk dan Layanan BNI Syariah

1) Produk Simpanan

Tabel 4.2 produk simpanan BNI Syariah

No	Nama Produk	Keterangan
1	Tabungan BNI iB Hasanah	Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> atau <i>wadiah</i> yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah perorangan maupun nonperorangan dalam mata uang rupiah. Keunggulan tabungan ini adalah bebas biaya administrasi bulanan (untuk akad <i>wadiah</i>). Bagi nasabah perorangan dilengkapi dengan Hasanah Debit Silver dan Hasanah Debit GPN yang dapat digunakan untuk bertransaksi di mesin ATM dan belanja di EDC. Selain itu, tabungan ini juga dilengkapi fasilitas <i>e-channel</i> (<i>Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking</i>)
2	Tabungan iB Hasanah	Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> atau <i>wadiah</i> dari para mahasiswa

	Mahasiswa	Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) yang bekerja sama dengan BNI Syariah yang berfungsi untuk menampung keperluan pembayaran SPP serta dilengkapi dengan Kartu ATM/Debit <i>Co-Branding</i> tipe Hasanah Debit GPN dengan logo PTN/PTS yang berfungsi sebagai Kartu ATM/Debit dan Kartu Tanda Mahasiswa.
3	Tabungan BNI iB Hasanah (pegawai/anggota)	Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> atau akad <i>wadiah</i> dari para pegawai/anggota. Perusahaan/Lembaga/Assosiasi/Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan BNI Syariah yang dilengkapi dengan Kartu ATM/Debit <i>Co-Branding</i> tipe Hasanah Debit GPN dengan logo Institusi yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Kartu Pegawai/ Anggota.
4	Tabungan BNI iB Hasanah (Classic)	Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> untuk menampung setoran <i>cash collateral/ goodwill</i> nasabah pada setiap penerbitan Hasanah Card Classic.
5	Tabungan BNI iB Bisnis Hasanah	Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> atau <i>wadiah</i> yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif bagi nasabah perorangan maupun nonperorangan. Tabungan ini diperuntukkan untuk nasabah pebisnis yang aktif bertransaksi dan limit transaksi yang lebih besar. Bagi nasabah perorangan dilengkapi dengan Hasanah Debit Gold dan/atau Hasanah Debit GPN. Selain itu, tabungan ini juga dilengkapi dengan fasilitas <i>e-channel (Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking)</i> dengan limit transaksi yang lebih besar.

6	Tabungan BNI Prima Hasanah iB	Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> atau akad <i>wadiah</i> yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen <i>high networth individuals</i> dan bagi hasil yang lebih kompetitif. Tabungan ini dilengkapi dengan Kartu ATM/Debit Zamrud Card tipe Platinum Debit Mastercard dan/atau Hasanah Debit GPN untuk nasabah dengan minimum saldo AUM Rp250 Juta – Rp500 Juta sedangkan bagi nasabah bersaldo AUM > Rp500 Juta dapat memiliki jenis kartu Hasanah Debit Prioritas tipe World Debit Mastercard. Fasilitas yang dapat dimiliki nasabah dibedakan sesuai dengan jenis kartu ATM/Debit, seperti <i>free executive lounge</i> dan layanan antrian prioritas dan perlindungan asuransi jiwa. Selain itu, tabungan ini juga dilengkapi dengan fasilitas <i>e-channel (Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking)</i>
7	BNI TabunganKu iB Hasanah	Tabungan nasional dengan akad <i>wadiah</i> dan setoran awal hanya Rp20.000,-, sehingga menabung menjadi sesuatu habit/kebiasaan di masyarakat. Tabungan ini dilengkapi juga dengan Kartu ATM/Debit dengan jenis Hasanah Debit GPN dan/atau Hasanah Debit Silver dan <i>e-channel (Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking)</i> .
8	Tabungan BNI Topenas Hasanah iB	Tabungan berjangka dengan akad <i>mudharabah</i> untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan. Bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa

		<p>depan lainnya. Tersedia jangka waktu 1 s.d 18 tahun, dengan setoran bulanan minimal Rp100 ribu dengan bagi hasil lebih tinggi dari tabungan lainnya serta dilengkapi dengan perlindungan asuransi jiwa.</p>
9	Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah	<p>Tabungan perencanaan haji maupun umrah berlaku untuk seluruh usia dan dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad <i>mudharabah</i> maupun <i>wadiah</i>, dengan sistem setoran bebas atau bulanan. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan. Bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) reguler maupun khusus dengan besar biaya ditentukan oleh Kementerian Agama.</p> <p>Produk ini dilengkapi dengan kartu Haji dan Umrah Indonesia yang berfungsi sebagai kartu transaksi belanja maupun penarikan tunai di tanah suci, sehingga mengurangi kebutuhan uang tunai yang harus dibawa.</p>
10	Tabungan BNI Tapenas Kolektif iB Hasanah	<p>Tabungan berjangka dengan akad <i>mudharabah</i> yang dibuka secara kolektif atas nama masing-masing pegawai dari Institusi dalam mata uang Rupiah dengan jumlah setoran bulanan dan jangka waktu tertentu. Tersedia jangka waktu 6 bulan s.d 35 tahun. Tanggal setoran bulanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.</p>
11	Tabungan BNI Tunas iB Hasanah	<p>Tabungan dengan akad <i>mudharabah</i> atau <i>wadiah</i> yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun. Bebas biaya administrasi bulanan rekening, dilengkapi dengan Tunas Card yang</p>

		merupakan salah satu tipe Hasanah Debit GPN atas nama anak yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan kartu debit yang dapat digunakan di seluruh EDC di Indonesia.
12	Tabungan BNI Simpel iB Hasanah	Tabungan dengan akad <i>wadiah</i> untuk siswa sekolah yang telah bekerja sama dengan BNI Syariah berusia di bawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Dilengkapi dengan kartu SimPel iB yang merupakan salah satu tipe Hasanah Debit GPN, berfungsi sebagai Kartu ATM dan kartu debit yang dapat digunakan di seluruh EDC di Indonesia.
13	Tabungan BNI iB Dollar Hasanah	Tabungan yang dikelola dengan akad <i>mudharabah</i> atau <i>wadiah</i> yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah perorangan dan nonperorangan dalam mata uang USD.
14	BNI Giro iB Hasanah	Titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan akad <i>mudharabah</i> maupun akad <i>wadiah</i> yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Hasanah Debit GPN, Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun nonperorangan dalam mata uang Rupiah, USD, dan SAR.
15	BNI Deposito iB Hasanah	Investasi berjangka yang dikelola dengan akad <i>mudharabah</i> yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang Rupiah, USD, dan SAR. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.
16	BNI Giro	Titipan dana dari pihak ketiga yang

	Investasi Terikat iB Hasanah	dikelola dengan akad <i>mudharabah muqayyadah</i> untuk menunjang bisnis usaha nonperorangan di mana pencairan dana hanya dapat dilakukan pada saat jangka waktu pembiayaan telah berakhir dalam mata uang Rupiah dan USD.
17	BNI Deposito Investasi terikat iB Hasanah	Investasi berjangka yang dikelola dengan akad <i>mudharabah muqayyadah</i> untuk menunjang bisnis usaha nonperorangan di mana pencairan dana hanya dapat dilakukan pada saat jangka waktu pembiayaan telah berakhir dalam mata uang Rupiah dan USD.
18	Tabungan BNI iB Hasanah Khusus	<p>Tabungan BNI iB Hasanah Khusus merupakan produk turunan dari BNI iB Hasanah yang dikhususkan untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran dengan 4 (empat) variasi biaya pengelolaan rekening yang berbeda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabungan BNI iB Hasanah Khusus sebagai <i>Rekening Payroll</i> adalah Tabungan BNI iB Hasanah Khusus yang diperuntukkan sebagai <i>rekening payroll</i> dengan akad <i>Wadiah</i> dan <i>Mudharabah</i> yang dilengkapi dengan fasilitas Hasanah Debit Silver/Hasanah Debit Gold/Hasanah Debit GPN. • Tabungan BNI iB Hasanah Khusus sebagai Rekening Migran adalah Tabungan BNI iB Hasanah Khusus yang diperuntukkan sebagai rekening migran dengan akad <i>Mudharabah</i> yang dilengkapi dengan fasilitas Kartu Migran Hasanah.

2) Produk Jasa

Tabel 4.3 Produk Jasa BNI Syariah

No	Nama Produk	Keterangan
1	Jasa Bisnis & Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Transfer dan Lalu Lintas Giro (LLG) • RTGS • Surat Keterangan Bank (SKB) • Penerimaan Setoran • Transaksi Online • Modul Pembayaran Negara Generasi Kedua (MPN G2) melalui ATM & Teller • Sistem Perbendaharaan Anggaran Negara (SPAN) • Hasanah Online
2	Kartu ATM/Debit	<ul style="list-style-type: none"> • Hasanah Debit Silver • Hasanah Debit Gold • Zamrud Card • Hasanah Debit Prioritas • Kartu Haji dan Umroh Indonesia • Kartu Migran Hasanah • Tunas Card • Kartu Simpel iB • Hasanah Debit GPN
3	Jasa e-Banking	<ul style="list-style-type: none"> • ATM BNI • Mobile Banking • Internet Banking • SMS Banking • Hasanah Debit Online (VCN)
4	<i>Bancassurance In Branch</i>	Aktivitas kerja sama antara Perusahaan dengan bank dalam rangka memasarkan. Produk Asuransi melalui Bank, di mana peran Bank dalam melakukan pemasaran terbatas sebagai pemberi referensi dan perantara dalam meneruskan informasi produk asuransi dari Asuradur Syariah mitra Bank kepada nasabah atau menyediakan akses kepada Asuradur Syariah untuk menawarkan produk asuransi kepada nasabah.

3) Produk Transaksional

Tabel 4.4 Produk Transaksional BNI Syariah

No	Nama Produk	Keterangan
1	BNI Direct	<i>Electronic channel</i> BNI untuk nasabah perusahaan/institusi untuk melakukan aktivitas transaksi keuangan dan memperoleh informasi transaksi/ <i>report</i> rekening perusahaan dengan lebih cepat (<i>realtime online</i>), Mudah dan Aman
2	eCollection	Portal yang berbasis <i>web</i> yang membantu perusahaan dalam mengelola aktivitas penerimaan dana/ <i>Account Receivable (AR) management</i> secara optimal, dengan berbagai keunggulan. Produk ini merupakan solusi perbankan yang terintegrasi dalam mendukung aktivitas pengelolaan keuangan perusahaan yang efektif, efisien, mudah dan aman. Keunggulan eCollection adalah transaksi <i>realtime online (24/7)</i> , implementasi mudah dan cepat, sistem pelaporan dan rekonsiliasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan dapat diakses secara <i>realtime online</i> (akurat, cepat, dan tepat), dan kemudahan pembayaran tagihan oleh <i>customer</i> di seluruh bank dan <i>channel</i> -nya di Indonesia.
3	Virtual Account Credit	Nomor identifikasi pelanggan perusahaan/institusi yang dibuka oleh bank atas permintaan perusahaan/institusi kepada pelanggannya (perorangan maupun nonperorangan) yang dapat digunakan untuk bertransaksi yang terafiliasi dengan 1 (satu) rekening <i>pooling</i> (rekening penerima) untuk keperluan

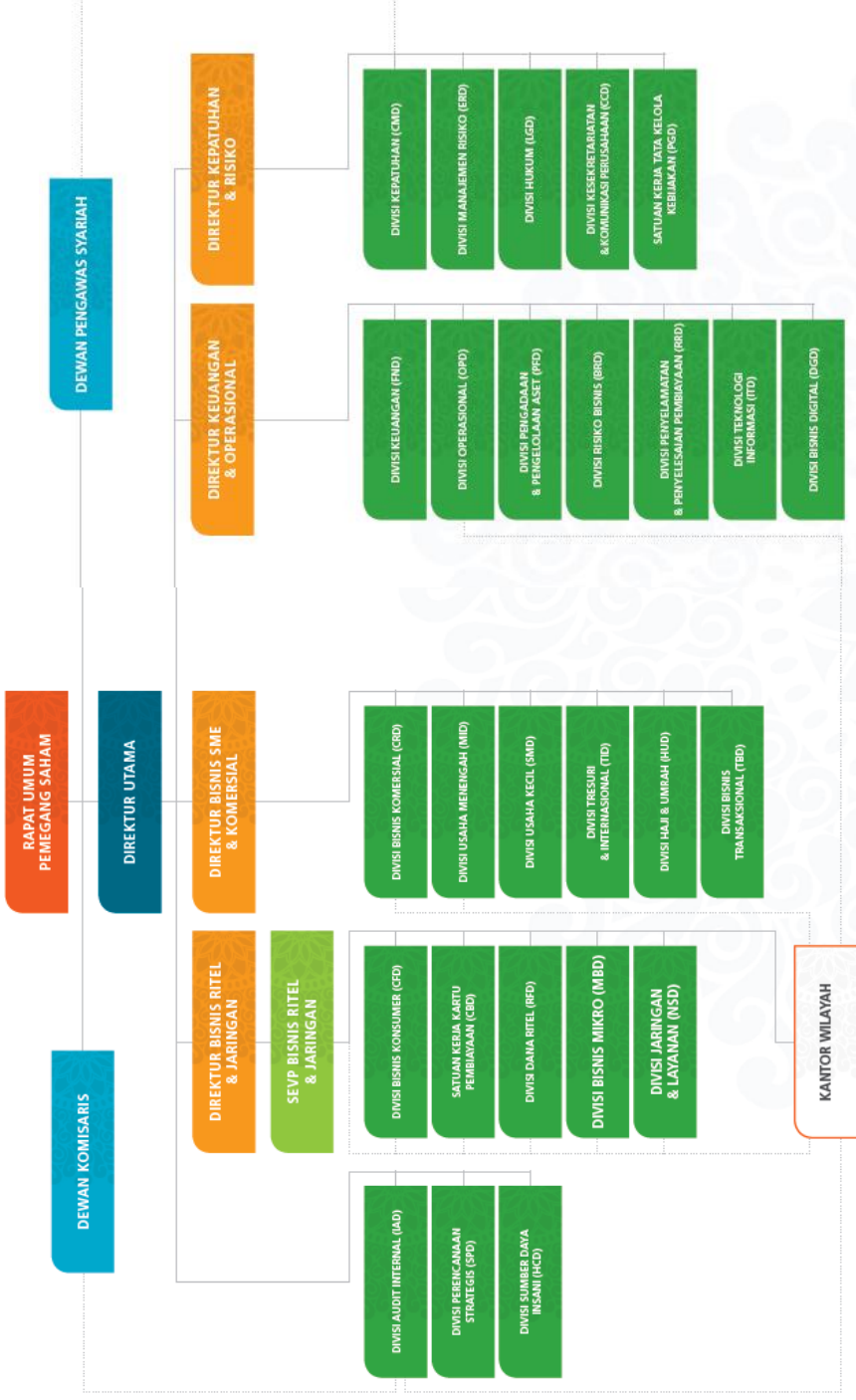
		berbagai jenis transaksi. <i>Virtual Account</i> memudahkan nasabah untuk mengontrol <i>cash-in</i> perusahaan.
4	<i>Payment Point Online Bank (PPOB)</i>	Layanan yang dapat dipergunakan untuk melakukan pembayaran <i>online</i> seperti tagihan listrik, telepon, tiket, pembelian pulsa hp, token listrik, dll.
5	<i>Student Payment Centre (SPC)</i>	Layanan bagi institusi pendidikan yang memberikan kemudahan, dalam sistem penerimaan pembayaran biaya pendidikan yang terintegrasi dengan proses <i>update</i> data, pelaporan dan rekonsiliasi yang mudah, cepat serta akurat.
6	<i>Virtual Account Debit</i>	Layanan BNI <i>Virtual Account</i> yang bertujuan untuk membantu kebutuhan transaksi penyaluran dana (<i>disbursement</i>) milik Nasabah Pengguna, di mana rekening <i>Virtual Account</i> tersebut dimiliki, diatasnamakan dan diadministrasikan oleh Nasabah Pengguna, untuk kemudian diberikan kepada pihak-pihak yang ditunjuk (perorangan/ nonperorangan) oleh Nasabah Pengguna untuk dapat dijadikan sebagai rekening operasional dengan sumber dana pendebitan berasal dari Rekening <i>Pooling</i> .
7	Uang Elektronik Hasanahku	Uang Elektronik (UE) HasanahKu merupakan UE Syariah pertama dan satu-satunya berbasis server (<i>server based</i>) yang diterbitkan oleh Bank BNI Syariah dan telah mendapatkan persetujuan dari Bank Indonesia pada bulan Desember 2019. UE HasanahKu diterbitkan berdasarkan Fatwa DSN-MUI, di mana dana atas saldo. Pengguna (dana <i>float</i>) seluruhnya dikelola di Bank BNI Syariah ataupun

		<p><i>instrument</i> investasi berbasis syariah. Penggunaan UE HasanahKu ditekankan pada aktivitas yang tidak bertentangan dengan prinsip dan nilai syariah. UE HasanahKu menggunakan prinsip <i>akad qardh</i>, sebagai akad antara Bank BNI Syariah sebagai Penerbit dengan Pengguna HasanahKu.</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. Struktur Organisasi BNI Syariah

Struktur organisasi di BNI Syariah adalah sebagai berikut :

Gambar 4.2 Struktur organisasi BNI Syariah



B. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI BNI SYARIAH*

1. Latar Belakang CSR di BNI Syariah

Pelaksanaan kegiatan CSR BNI Syariah mengacu pada konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development*) yang telah menjadi acuan di berbagai negara dalam hal penciptaan keseimbangan antara pelaku usaha, pemangku kepentingan dan regulator. BNI Syariah menyadari bahwa keberlangsungan usahanya tidak hanya berdasarkan aspek ekonomi (profit), namun erat kaitannya dengan kinerja karyawan, pemenuhan kebutuhan nasabah dan masyarakat umum (*people*) serta keberlanjutan lingkungan (*planet*). Oleh karena itu, BNI Syariah berkomitmen untuk menjalankan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) yang bertujuan untuk memberikan manfaat yang berkesinambungan bagi seluruh pemangku kepentingan.⁸³

Selain itu, pelaksanaan CSR di BNI Syariah juga mengacu pada *International Organization for Standardization (ISO)* pada tahun 2010 telah merilis ISO 26000 tentang Panduan Tanggung Jawab Sosial (*Guidance on Social Responsibility*)

Komitmen CSR di BNI Syariah antara lain dilatarbelakangi oleh kebijakan dari BNI Syariah pusat untuk selalu melaksanakan CSR. CSR di BNI Syariah juga terdapat dorongan yang tulus dari dalam *internal driven*. BNI Syariah menyadari bahwa tanggung jawab sebagai lembaga keuangan bukan hanya sekedar kegiatan ekonomi dalam menciptakan profit semata, melainkan tanggung jawab yang lebih luas terhadap sosial dan lingkungan.

Adapun landasan dasar BNI Syariah dalam melaksanakan program CSR berdasarkan hal-hal berikut ini:

- a. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

⁸³ Annual Report BNI Syariah 2019

- b. Undang-Undang RI No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- c. Undang-Undang RI No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
- d. Undang-Undang No. 1 tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja.
- e. Undang-Undang No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan.
- f. Undang-Undang RI No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- g. Undang-undang No. 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat
- h. Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- i. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.1/POJK.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan

Terlepas dari seluruh peraturan perundang-undangan tersebut, BNI Syariah memiliki komitmen yang tinggi terhadap pelaksanaan program CSR. Komitmen tersebut tertuang dalam butir pertama misi Perseroan yang berbunyi “Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan”.

2. Anggaran dan Pengelolaan Dana Corporate Social Responsibility (CSR) BNI Syariah

- a. Anggaran Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) BNI Syariah

Didalam melaksanakan program CSR di BNI Syariah tentu ada halnya sebuah anggaran sebelum melaksanakan itu teralisasi. Dalam menyusun anggaran untuk melaksanakan program CSR di BNI Syariah, BNI Syariah melakukan kerjasama dengan Yayasan Hasanah Titik (THT), Untuk menjalankan program kerjanya, YHT memiliki anggaran yang diperoleh dari zakat, infaq dan shodaqoh di lingkungan BNI Syariah, baik yang berasal dari perusahaan maupun dari pegawai.

Pengelolaan zakat Perusahaan yang digunakan sebagai dana CSR diputus dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST), dan selanjutnya melalui Surat BNI Syariah No. SFD/6/015 tanggal 31 Mei 2016, BNI Syariah melimpahkan Dana Zakat Perusahaan tahun 2015 kepada Dompot Dhuafa melalui Yayasan Hasanah Titik untuk mengelola Dana Zakat Perseroan ke dalam program-program pemberdayaan yang bersifat langsung maupun jangka panjang, dan bersinergi dengan Divisi Kesekretariatan & Komunikasi Perusahaan yang membawahi unit CSR.

Adapun anggaran dana dalam program CSR selama tiga tahun berturut-turut 2017, 2018, dan 2019 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5 anggaran program CSR 2017, 2018, dan 2019

Tahun	Anggaran	Realisasi
2017	18,831,753,812	11,759,666,263
2018	24,195,226,181	20,645,154,637
2019	27,248,128,651	38,183,378,192

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa anggaran CSR yang telah ditetapkan oleh BNI Syariah meningkat tiap tahunnya dengan peningkatan jumlah jumlah yang cukup signifikan.

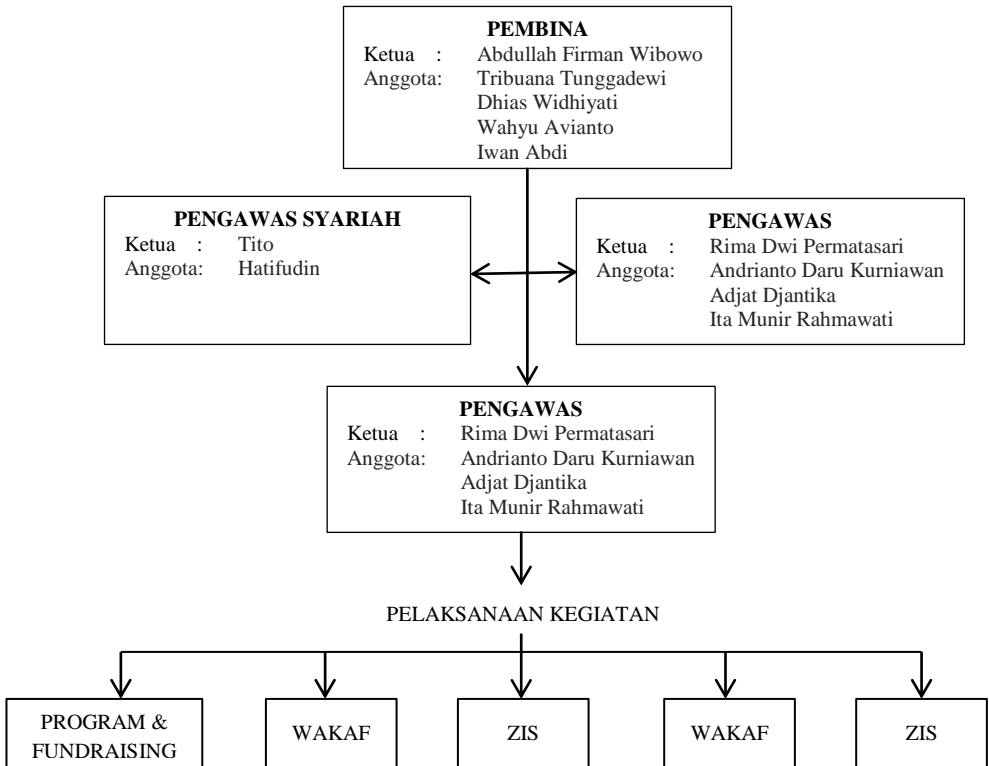
b. Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) BNI Syariah

Pengelolaan CSR BNI Syariah dilakukan oleh pihak ketiga yaitu Yayasan Hasanah Titik merupakan yayasan yang diberikan amanah oleh BNI Syariah dalam menerima, mengelola, maupun menyalurkan ZISWAF perusahaan, pegawai, maupun masyarakat kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan termasuk dalam delapan asnaf, yaitu fakir, miskin, amil, mualaf, *riqab* (hamba sahaya), *gharim* (orang yang terlilit utang), *fisabilillah*, dan *ibnu sabil* (orang yang sedang dalam perjalanan).

Selanjutnya Yayasan Hasanah Titik juga bertanggung jawab terhadap pengelolaan program CSR BNI Syariah.

Adapun struktur organisasi yayasan Hasanah Titik adalah sebagai berikut.

Gambar 4.3 struktur organisasi Yayasan Hasanah Titik



Dalam implementasi CSR di BNI Syariah memiliki target prioritas penerima program CSR, target yang menjadi prioritas dari program sosial yang dijalankan Perseroan. Penetapan target ini adalah berdasarkan tingkat kebutuhannya. Ada pun target tersebut ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Target Program CSR

RED ZONE	GREEN ZONE	YELLOW ZONE
1. Masyarakat yang rentan terhadap pemenuhan kebutuhan dasar (primer)	1. Kelompok masyarakat yang belum memenuhi kebutuhan dasar secara optimal (buruh dan pekerja serabutan) 2. Kelompok masyarakat mulai terbangun kesadaran untuk menciptakan hidup yang lebih baik	1. Kelompok masyarakat yang siap mental dengan program pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan
PROGRAM	PROGRAM	PROGRAM
Menciptakan program karikatif dalam pemenuhan kebutuhan dasar dahulu seperti bantuan materi dan pendidikan	Diberikan intervensi dengan program pendidikan dan pelatihan peningkatan skill dan kemampuan	Pemberian dan pemdampingan program ekonomi kecil

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa dalam menjalankan program CSR terbagi menjadi tiga prioritas meliputi Red Zone, Green Zone, dan Yellow Zone. Dalam zona-zona tersebut memiliki kriteria tersendiri dan memiliki solusi program masing-masing disetiap zona.

Program CSR mempunyai bentuk yang fleksibel dalam setiap tahunnya dan tidak statis. Dalam tiga tahun

berturut turut selama 2017, 2018, dan 2019 program CSR BNI Syariah dapat di uraikan sebagai berikut.

Tabel 4.7 Program CSR BNI Syariah 2017, 2018, dan 2019

TAHUN	PROGRAM	DANA (Rp)
2017	Bidang Ekonomi	3.411.514.700
	1 Hasanah Empowerment kepada 12 Duta Hasanah	
	Bidang Pendidikan	1.589.517.060
	1 Mobil Cerdas dan Taman Baca Perpustakaan.	
	2 Beasiswa	
	3 Renovasi Sekolah	
	Bidang Sosial dan Dakwah	6.030.968.513
	1 Santunan Duafa	
	2 Program ODOLOF	
	3 Pembangunan Masjid	
	4 Bantuan sosial lainnya	727.678.000
	Bidang Kesehatan dan Lingkungan	
	1 Program Layanan Kesehatan	
	2 Program MCK	
3 Program Kacamata Gratis	9.200.175.301	
4 Konservasi Mangrove		
2018	Bidang Sosial	9.200.175.301
	1 Qurban Musantara	
	2 Mudik Hasanah	
	3 Peduli Santri Muallaf	
	4 Benteng Hasanah di Batas Negeri	
5 Santunan Yatim, Lyanan Jenazah Gratis, Tanggung Bencana		
	Bidang Pendidikan	1.688.335.250
	1 Beasiswa Hasanah	
	2 Pustaka Hasanah	

	Bidang Kesehatan	853.859.800
	1 Hasanah Care Clinic	
	Bidang Dakwah	
	1 Penyediaan perlengkapan Sholat	1.143.438.500
	2 Pembangunan Tempat Ibadah	
2019	Bidang Pendidikan	
	1 Bantuan Beasiswa Pegawai Dasar Internal	
	2 Bantuan Beasiswa Mahasiswa	
	3 Bantuan Biaya dan Sarana Sekolah	6.469.095.626
	4 Bantuan Insentif dan Paket Guru	
	5 Bantuan Infrastruktur Pendidikan	
	6 Upgrading Guru	
	7 BOD Teaching	
	Bidang Kesehatan	
	1 Pengelolaan Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	
	2 Penyediaan Mobil Ambulan	1.990.793.474
	3 Layanan Kesehatan	
	4 Pemberian Kaki Palsu dan Alat Bantu Dengae	
	5 Bantuan Oerasional dan Insfrastruktur Kesehatan	
	Bidang Kemanusiaan	
	1 Santunan Yatim dan Dhuafa	
	2 Santunan Pegawai Dsar Internal	13.142.252.307
	3 Kegiatan Ramadhan	
4 Bantuan Disabilitas		
5 Bantun Qurban		
6 Layanan Mobil Jenazah		

	Gratis	
	7 Bantuan Bencana Alam	
	Bidang Ekonomi	
	1 Modal Usaha untuk Dhuafa	
	2 Pelatihan UMKM, Literasi Keuangan Syariah dan Seminar Halal Ekosistem	348.400.000
	3 Bantuan Pelunasan Hutang	
	4 Pengembangan Peternakan Lebah	
	5 Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Masjid	
	Bidang Dakwah	
	1 Bantuan Umroh	
	2 Bantuan Insfastruktur Masjid	
	3 Saranan dan Prasanana Kencelengan	4.359.667.658
	4 Pengadaan Qurban	
	5 Pengadaaan Mobil Bersih-Bersih Masjid	
	6 Literasi Keuangan Syariah	
	7 Manajemen Masjid	

C. HASIL PENELITIAN

1. Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian diperoleh dengan cara membagikan angket atau kuesioner secara langsung kepada respondel yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung kepada responden yang benar benar menjadi nasabah BNI Syariah, dan dengan menggunakan kepada nasabah yang tidak mungkin bisa ditemui langsung dan tidak bisa dijangkau.

a. Deskriptif Responden

Penyajian deskriptif data penelitian bertujuan agar dapat melihat profil dari data penelitian tersebut yang berhubungan antar variabel dalam penelitian. Data deskriptif responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil - hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik yang akan dideskripsikan. Karakteristik tersebut antara lain meliputi:

1) Umur

Data mengenai Umur responden dikelompokkan menjadi dua yaitu < 25 Tahun dan ≥ 25 Tahun. Data yang berhasil dihimpun adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8 Umur Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 25 Tahun	30	41.67	41.67	41.67
≥ 25 Tahun	42	58.33	58.33	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tabel diatas, dapat mengetahui umur responden BNI Syariah. Data tersebut menunjukkan bahwa responden dengan umur < 25 tahun sebanyak 30 orang atau 41,67%, sedangkan responden dengan umur ≥ 25 Tahun sebanyak 42 orang atau sebesar 58,33%

2) Jenis Kelamin

Data mengenai Umur responden dikelompokkan menjadi dua yaitu laki-laki dan

perempuan. Data yang berhasil dihimpun adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9 Jenis Kelamin Responden

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki Laki	38	52.78	52.78	52.78
perempuan	34	47.22	47.22	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tabel diatas, dapat mengetahui jenis kelamin responden BNI Syariah. Data tersebut menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang atau 52,78%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang atau sebesar 47,22%.

3) Pendidikan Responden

Data mengenai Umur responden dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu kategori pendidikan SD, SMP, SMA, dan SARJANA. Data yang berhasil dihimpun adalah sebagai berikut

Tabel 4.10 Pendidikan Responden

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	3	4.17	4.17	4.17
SMP	0	0	0	4.17
SMA	33	45.83	45.83	50.0
Sarjana	36	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat mengetahui tingkat pendidikan terakhir responden BNI Syariah. Data tersebut menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan SD sebanyak 3 orang atau 4,17%, sedangkan tidak ada responden dengan pendidikan SMP. Reponden dengan pendidikan SMA sebanyak 33 orang atau sebesar 45,83%, dan pendidikan responden paling banyak yaitu pendidikan SARJANA dengan responden sebanyak 36 orang atau 50%. Dari data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BNI Syariah adalah berpendidikan Sarjana dan SMA.

4) Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden, peneliti mengelompokkan jenis pekerjaan menjadi empat kategori yaitu Petani, PNS, Wiraswasta, Wirausaha, dan pekerjaan lainnya. Adapun data yang berhasil dihimpun oleh peneliti dipaparkan dibawah ini.

Tabel 4.11 Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulat ive Percent
Valid Petani	7	9.72	9.72	9.72
PNS	39	54.17	54.17	63.89
Wiraswasta	5	6.94	6.94	70.83
Wirausaha	19	26.39	26.39	97.22
Lainnya	2	2.78	2.78	100
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui pekerjaan yang dimiliki responden BNI Syariah. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas

responden bekerja sebagai PNS yaitu dengan sebanyak 39 orang atau sebesar 54,17%, sedangkan responden yang paling sedikit dengan pekerjaan lainnya dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2,78%, responden dengan pekerjaan sebagai Petani berjumlah 7 orang atau sebesar 9,72%, responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 5 orang atau sebesar 6,94%, dan responden dengan pekerjaan sebagai wirausaha berjumlah 19 orang atau sebesar 26,39%. Dari data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan nasabah BNI Syariah adalah sebagai PNS.

2. Hasil Uji Validitas Data

Adapun hasil uji menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23 diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel independen anggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel dependen peningkatan citra perbankan syariah.

Instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Tektik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah *bivariate person* (produk momen person) dengan tara signifikasi 0,05 atau 5%, dilakukan dengan mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Kemudian nilai korelasi (r hitung) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada (r tabel). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka artinya variabel dapat dinyatakan valid, atau persamaannya dapat disimpulkan sebagai r hitung $>$ r tabel.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa r tabel dengan tara signifikasi 0.05 atau 5% dengan uji dua arah dan jumlah data (N) = 72 dengan ketentuan $df = N - 2 = 70$. Maka didapat bahwa r_{tabel} sebesar 0,2319. Berdasarkan hal

tersebut dapat dilihat hasil dari uji validitas, kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas

variabel	indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR	X1.1	0,469	0,2319	valid
	X1.2	0,370	0,2319	valid
	X1.3	0,571	0,2319	valid
	X1.4	0,536	0,2319	valid
	X1.5	0,543	0,2319	valid
	X1.6	0,663	0,2319	valid
Peningkatan Citra Perbankan Syariah	Y1.1	0,504	0,2319	valid
	Y1.2	0,561	0,2319	valid
	Y1.3	0,514	0,2319	valid
	Y1.4	0,505	0,2319	valid

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dari hasil pengolahan data uji validitas diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing butir pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel dan indikator dinyatakan valid.

3. Hasil Uji Reabilitas Data

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan pernyataan dalam kuesioner penelitian konsisten atau tidaknya. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60. Dalam hal ini, uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *alpha cronbach*. Adapun perhitungan tingkat alpha dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Adapun hasil reabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas

variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR	0,639	6	Reliabel
Peningkatan Citra Perbankan Syariah	0,743	4	Reliabel

Data primer diolah, 2021

Dari hasil pengujian didapatkan perhitungan koefisien Cronbach's Alpha kedua variabel di atas sebesar $> 0,60$ dengan demikian dapat di ambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan baik dari variabel dependen maupun variabel independen adalah reliable atau dapat dipercaya.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas akan menguji variabel data bebas dan variabel data persamaan dalam persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau memiliki distribusi yang tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika memiliki data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak normal sama sekali. Data yang baik dan layak digunakan adalah data yang memiliki distribusi secara normal. Sehingga hasil analisis terhadap uji normalitas terhadap nilai residual dari persamaan regresi disajikan dalam tabel berikut. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan tes *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan benar-benar apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah melihat nilai signifikansinya. Jika Signifikansi $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi

$<0,05$ variabel tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dapat diuraikan sebagai berikut.

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,59914503
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,085
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari uji normalitas diatas dengan menggunakan metode one sample *kolomogorov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel dependen dan variabel independen pada jumlah sampel sebesar 72 adalah 0,200. Dengan demikian data dari penelitian diatas terdistribusi secara normal karena nilai residualnya lebih dari signifikansi sebesar 0,05 atau dengan kata lain $0,200 > 0,05$ sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengajuan hipotesis.

b. Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat persamaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, adapaun hasil penelitiannya disajikan dalam tabel berikut

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastistas

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	5,822	3,028		,059
Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR	-,039	,031	-,149	,210

a. Dependent Variable: Res_Abs

Sumber : Data primer diolah. 2021

Hasil dari pengujian menggunakan uji *glesjer* maka hasil yang didapatkan adalah output yang signifikansi dalam variabel penganggaran dan pengelolaan dana CSR sebesar 0,210. Dimana menurut aturan yang berlaku jika variabel independen $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau mengalami heterokedastistas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, dan untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Analisis regresi linier sederhana digunakan oleh peneliti karena peneliti bermaksud menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y)

adapun keputusan dalam uji regresi sederhana dapat mengacu pada dua hal yaitu dengan uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen dan Uji Parsial untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian diterima atau ditolak.

1) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *R Square* berkisar pada angka 0 – 1, dengan keterangan semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 ^a	,682	,677	2,618

a. Predictors: (Constant), Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa diperoleh *R square* sebesar 0,682. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu penganggaran dan pengelolaan dana CSR terhadap peningkatan citra perbankan syariah sebesar 68,2%. Atau variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 68,2% variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2) Uji t (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh secara individual variabel independen (penganggaran dan pengelolaan dana CSR) dalam menerangkan variabel dependen (peningkatan citra perbankan syariah). Dearajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Apabila nilai signifikansi kurang dari derajat kepercayaan dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat diterima hipotesismya. Adapun t_{tabel} pada penelitian ini diperoleh angka sebesar 1,99444. hal tersebut didapat dengan cara sebagai berikut.

$$df = n - k$$

$$df = 72 - 2 = 70$$

maka t hitung dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan menggunakan SPSS 23 berikut

Tabel 4.17 Uji t (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,119	4,854		3,527	,001
Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR	,602	,049	,826	12,250	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Citra Perbankan Syariah

Sumber : Data primer diolah, 2021

Nilai n adalah jumlah data penelitian, dan k adalah jumlah variabel penelitian baik dependen maupun independen. Didapatkan nilai df sebesar 70 dan taraf signifikan 5% : 2 = 0,025. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada tabel 4.17 diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel penganggaran dan pengelolaan dana CSR sebesar 12,250 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $12,250 > 1,99444$ maka H_1 diterima, sehingga variabel penganggaran dan pengelolaan dana CSR secara statistik dengan ($\alpha=5\%$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan citra perbankan syariah. Dikatakan berpengaruh positif hal tersebut ditunjukkan dalam tabel B pada Unstandardized Coefficients yang menunjukkan 0,602 bernilai positif dan dikatakan signifikan hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Artinya apabila dalam penganggaran dan pengelolaan dana CSR mengalami suatu peningkatan maka citra bank syariah juga akan ikut perbengaruh meningkat sebesar 60,2%.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Penganggaran dan Pengelolaan Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Peningkatan Citra Pada BNI Syariah

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan citra perbankan syariah yaitu pada BNI Syariah. Berdasarkan keterangan pada tabel 4.16 diperoleh angka R Square sebesar 0,682 hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu anggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen yaitu peningkatan citra perbankan syariah sebesar 68,2 % sedangkan sisanya 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Setelah mengetahui presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, diketahui bahwa pengaruh dari variabel anggaran dan pengelolaan dana CSR terhadap peningkatan citra perbankan syariah ialah termasuk dalam kategori cukup tinggi karena R square lebih dari 60%, hal ini dikarenakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat berpengaruh terhadap peningkatan citra perbankan syariah, khususnya dalam jangka panjang. Selain itu, bantuan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) menyebabkan timbulnya rasa empati, simpati dan percaya dari masyarakat yang menerima bantuan langsung dari program CSR ataupun masyarakat yang tidak menerima bantuan dari program CSR. Bagi nasabah yang menerima langsung bantuan dari program CSR maka secara otomatis nasabah merasa diperdulikan oleh BNI Syariah, karena telah memberikan bantuan. Sedangkan, bagi masyarakat yang tidak menerima bantuan langsung dari program CSR BNI Syariah mereka turut timbul rasa

empati, simpati, dan percaya terhadap BNI Syariah yang telah peduli dengan lingkungan sosial meskipun tidak menerima langsung bantuan dari program CSR. Sehingga dari rasa empati, simpati dan kepercayaan masyarakat terhadap BNI Syariah maka akan menimbulkan dan meningkatkan citra positif terhadap BNI Syariah.

Argumen tersebut relevan dengan penelitian terdahulu dari penelitian Tiara Anindya Virana (2019) dengan judul pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan terhadap citra Bank Muamalat di Surabaya. Tiara Anindya Virana juga menyatakan bahwa semakin meningkatnya implementasi CSR maka citra sebuah perusahaan juga meningkat.

Hal tersebut juga sesuai dengan data dari tabel koefisien pada uji parsial t dimana setiap peningkatan 1% terhadap penganggaran dan pengelolaan dana CSR maka peningkatan citra perbankan syariah akan ikut meningkat sebesar 0,602 atau 60,2%. Hal tersebut dibuktikan dari laporan keuangan BNI Syariah setiap tahunnya dimana anggaran dan pengelolaan terhadap dana CSR dari tahun 2017, 2018, dan 2019 meningkat maka DPK akan ikut meningkat, yang dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.18 anggaran dan pengelolaan dana CSR BNI Syariah

Tahun	Anggaran	Realisasi	Presentase (%)	DPK (miliar)
2017	18.831.753.812	11.759.666.263	62,45	29.397
2018	24.195.226.181	20.645.154.637	85,33	35.497
2019	27.248.128.651	38.183.378.192	140,13	43.771

Dapat dipahami bahwa pada tahun 2017 presentase realisasi program CSR dari anggaran yang tersedia yaitu sebesar 62,45%, mayoritas anggaran CSR direalisasikan pada program sosial dan dakwah sebesar 51% dari total realisasi dana CSR tahun 2017. Pada tahun 2018 realisasi atas anggaran dana CSR yaitu sebesar 85,33%, dengan mayoritas anggaran CSR direalisasikan dalam program sosial dengan umumnya berupa bantuan yatim, layanan jenazah, tanggap bencana dan lainnya dengan besaran 51% dari jumlah total dana realisasi program CSR bidang sosial. Tahun 2019 terjadi defisit anggaran dimana dana yang dikeluarkan dalam program CSR lebih besar dari anggaran yang sudah ditetapkan yaitu sebesar 140,13%, dengan mayoritas program CSR direalisasikan pada program kemanusiaan. Pada tahun 2019 terjadi defisit anggaran karena ada tambahan pengeluaran berupa dompet dhuafa, hak amil, dan biaya admin bank dengan total 31% dari total realisasi program. Dalam hal ini, memang pada tahun 2019 anggarannya mengalami defisit. Akan tetapi hal tersebut ditutup oleh dana yang tersisa pada tahun sebelumnya, jika dilihat dari prinsip efisiensi dan efektivitas pengelolaan anggaran, pada tahun 2017 dapat dikatakan efisiensi dan efektifitas, 2018 juga dikatakan efisiensi dan efektivitas, sedangkan pada tahun 2019 pengelolaan anggarannya tidak efisiensi namun efektivitas.

Efisiensi pengelolaan anggaran dapat dilihat dari perbandingan jumlah anggaran dan realisasi, apabila jumlah realisasi tidak melebihi anggaran dan menghasilkan sesuatu nilai (DPK) yang lebih besar dari tahun sebelumnya, maka hal tersebut dapat dikatakan efisiensi. Efektivitas pengelolaan anggaran berhubungan dengan pencapaian sasaran atau tujuan dari anggaran tersebut.⁸⁴

⁸⁴ Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajerial*, (Yogyakarta:Amara Books, 2007), h. 149

Berdasarkan tabel di atas, juga dapat di pahami bahwa semakin besar anggaran akan berbanding lurus dengan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK). Peningkatan DPK tersebut menandakan bahwa citra BNI Syariah tersebut positif karena kepercayaan nasabah tersebut juga meningkat. Sehingga banyak nasabah yang menggunakan produk BNI Syariah dan secara langsung DPK tersebut akan meningkatkan profit dari bank BNI Syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Romi Marnelly menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) didalam persektif bisnis memberikan nilai tambah posisi perusahaan dalam jangka panjang.⁸⁵

Selain itu hasil penelitian menyatakan bahwa secara uji t (parsial) program CSR berpengaruh signifikan terhadap variabel peningkatan citra perbankan syariah, hal ini ditunjukkan dengan perolehan uji t yaitu menunjukkan bahwa t bernilai positif dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $12,250 > 1,99444$ maka H_1 diterima, sehingga variabel penganggaran dan pengelolaan dana CSR secara statistik dengan ($\alpha=5\%$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan citra perbankan syariah. Hal ini sibuktikan dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$).

Dengan anggaran dan pengelolaan yang baik terhadap dana CSR maka akan menimbulkan ouput yang baik juga, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.15. artinya semakin sering dan semakin banyak anggaran dana yang dikeluarkan dalam program impelentasi CSR maka akan menghadirkan manfaat yang semakin banyak pula, seperti dalam peneltian ini yaitu memberikan nilai tambah atau manfaat bagi peningkatan citra perbankan syariah itu sendiri.

⁸⁵ T Romi Marnelly, "*Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*",(Jurnal Aplikasi Bisnis Vol.2 No.2, 2012), h. 51

Dalam pengelolaannya juga yang dilakukan oleh pihak ketiga, ketika anggaran yang sudah dianggarkan tinggal dikelola oleh pihak ketiga yaitu terkait dalam penelitian ini yaitu Yayasan Hasanah Titik harus jujur dan transparan, jangan sampai terjadi penggelapan atau penyelewengan dana yang digunakan untuk hal yang tidak semestinya atau diluar dari program CSR. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Zumaroh dan Desi Wahyuni (2019) dengan judul Problematika Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah di Indonesia yang menyatakan bahwa dengan pengelolaan CSR yang optimal dapat meningkatkan *sustainable* bank syariah karena meningkatnya citra positif bank tersebut dimata masyarakat umum.

Program-program CSR yang telah dijalankan sudah diuraikan dan dijelaskan pada tabel 47, dalam pengelolaan dana CSR di BNI Syariah sudah cukup baik dan transparan karena dalam pengelolaannya BNI Syariah memiliki target prioritas penerima program CSR. target yang menjadi prioritas dari program sosial yang dijalankan Perseroan. Penetapan target ini adalah berdasarkan tingkat kebutuhannya dan dikategorikan sesuai zona yaitu zona merah, zona hijau dan zona kuning. Sehingga kecil kemungkinan terjadi dana CSR yang tekeh dianggarkan tersebut disalurkan tidak tepat sasaran.

Sebuah citra itu sangat penting bukan dilihat dari tampang bagus atau tidaknya sebuah segi bangunan ataupun gedung dari BNI Syariah itu sendiri, namun dilihat bagaimana pengelolaan dan pengaruhnya terhadap *stakeholder* nya dan ketika BNI Syariah tersebut telah mengelola CSR yang baik dan optimal sesungguhnya hal tersebut akan memberikan timbal balik bagi BNI Syariah itu sendiri. citra tersebut tidak dapat dinilai oleh BNI Syariah itu sendiri, namun dinilai oleh pihak lain karena pihak lain yang merasakan dan melihatnya.

2. Penganggaran dan Pengelolaan Dana Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Persepektif Ekonomi Islam

Sebelum sebuah program CSR tersebut terlaksana atau diimpelentasikan harus ada anggaran dan pengelolaan yang baik, agar CSR tidak menyimpang dari yang semestinya. Dalam mengelola anggaran, kejujuran (shidq) adalah kewajiban, yang tidak dapat kecualikan dan penerapan prinsip transparansi anggaran. Karena itu, berdasarkan aturan maka, lakukan transparansi anggaran itu wajib. Dalam pandangan Islam, menghindari transparansi anggaran adalah ketidaktaatan.

Dalam prinsip-prinsip anggaran sangat relevan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi islam, adapun prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam yang harus diterapkan dalam pengelolaan anggaran adalah sebagai berikut :

- 1) Prinsip keadilan, dimana prinsip ini menuntut terwujudnya keseimbangan individu dan masyarakat dan menciptakan tatanan sosial yang terhindar dari kegiatan yang merugikan. Dalam pengelolaan anggaran harus dialokasikan secara adil. Dalam anggaran BNI Syariah telah menerapkan prinsip keadilan dimana BNI Syariah menerapkan zona-zona tertentu sebelumnya. Sehingga kecil kemungkinan terjadi dana CSR yang telah dianggarkan tersebut disalurkan tidak tepat sasaran. Prinsip ini sesuai dengan QS. An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya :*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan,*

memberikan bantuan kepada kerabat, dan dia melarang (melakukan) perbuatan keji, mengungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar dapat mengambil pelajaran

- 2) Prinsip pertanggungjawaban, dalam menyusun dan pengelolaan anggaran harus mempertanggung jawabkan kebenarannya. Dalam pengelolaan anggaran CSR BNI Syariah merupakan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas kegiatan usahanya, hal tersebut sesuai dengan QS. Al-Isra ayat 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya :*dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan, dan hati nurani semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.*

- 3) Prinsip Kejujuran, dalam penyusunan maupun dalam pengelolaan anggaran harus dilaksanakan dengan penuh kejujuran tanpa adanya manipulasi keuangan. Prinsip kejujuran itu diterapkan dalam menyusun anggaran dana CSR, dimana jumlah penerimaan dana yang dijadikan anggaran ditulis dengan sebenarnya.

Hal tersebut sesuai dengan QS. Al-An'am ayat 152.

وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصْنُكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya :*apabila kamu berbicara, bicaralah yang jujur, sekalipun dia kerabatmu dan penuhilah janji Allah. Demikian dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat*

Anggaran dan pengelolaan dana CSR pada BNI Syariah jika dilihat dari prinsip-prinsip yang sudah diuraikan diatas bisa dikatakan bahwa dalam anggaran dan pengelolaan dana CSR BNI Syariah tidak ada masalah ataupun penyimpangan dalam segi hukum maupun dalam perspektif islam. Diperkuat oleh tidak adanya konflik mengenai anggaran dan pengelolaan dana CSR tersebut. Berdasarkan laporan tahunan yang tertera pada tahun penelitian yaitu tahun 2017, 2018, dan 2019 jika dilihat dari prinsip tauhid dana CSR BNI Syariah di implementasikan dalam berbagai hal yang sesuai dengan prinsip tauhid, jika dilihat dari prinsip keadilan program CSR sudah terbilang adil dengan menerapkan *zone area* sehingga minim terjadi program CSR salah sasaran, jika dilihat dari prinsip pertanggungjawaban program CSR BNI Syariah merupakan bentuk tanggung jawab terhadap *stakeholdernya*, dan berdasarkan prinsip kejujuran anggaran dan pengelolaan CSR BNI Syariah sudah sangat jujur terlihat dari laporan tahunan yang menunjukkan bagaimana sumber dana CSR tersebut terkumpul dan bagaimana penyaluran dana untuk program CSR di BNI Syariah diungkap secara transparan dan terperinci.

Pada dasarnya sebuah organisasi yang bergerak di dunia bisnis (perusahaan) tidak akan terlepas dari segala hal yang bersifat profit. Namun dalam menggapai sebuah profit, sebuah perusahaan harus tetap memperhatikan dan bertanggung jawab keada para *stakeholder*, karena pada kenyataannya pengaruh dari luar mampu menghadirkan dampak tertentu bagi perusahaan. Salah satu bentuk tanggung jawan perusahaan adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Didalam penerapan CSR harus berdasarkan pada ketentuan-ketentuan atau pedoman yang berlaku. CSR di Indonesia dalam melaksanakan CSR perpedoman pada beberapa aturan dan konsep tertentu antara lain :

- 1) Keputusan Menteri BUMN tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL)
- 2) Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 4 tahun 2007
- 3) Undang-Undang penanaman modal nomor 25 tahun 2007
- 4) *Guidance ISO 26000*

Sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pandangan perspektif islam merupakan sebuah bentuk ibadah, hal tersebut karena CSR mampu memberikan masalah bagi ummat. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Ar-Risuni tentang *Muqashid al syariah* atau tujuan dari syariat islam dimana teorinya menyatakan bahwa muqasid syariah memiliki tujuan untuk kemaslahatan umat manusia, kemaslahatan yang dimaksud dalam hal ini mencakup segala hal dalam kehidupan manusia. Dalam pelaksanaan program CSR didalam islam mempunyai tujuan keadilan sosial eskonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata yang didasarkan pada persaudaraan dan kemanusiaan.⁸⁶ Sebuah konsep yang hampir sama dengan zakat, infak dan sodaqah

Program CSR tercermin tercermin dalam falsafah moral yang disebutkan dalam Al-Qur'an, diantaranya :

- 1) Saling peduli dan tolong menolong, program CSR yang terealisasi oleh BNI Syariah merupakan bentuk tolong menolong antar umat manusia. Yang menunjukkan bahwa BNI Syariah itu peduli. Hal tersebut sesuai dengan (QS. Al-Maidah ayat 2)

⁸⁶ M. Umer Capra, *Sitem Moneter Islam* (jakarta: Gema Insani Press & Tazkia Cendikia, 2000), h. 32

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

Artinya :*dan tolong-menolonglah kamu dalam kebiakan dan ketakwaan. Dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya siksa Allah sangat berat.*

- 2) Menjaga lingkungan dan melestarikannya, program CSR yang terealisasi oleh BNI Syariah merupakan bentuk menjaga lingkungan dan melestarikannya yang tercermin pada program konservasi mangrove, peduli bencana alam dan lainnya seperti (QS. Al-Maidah ayat 32)

مَنْ أَجَلَ ذَلِكَ ۖ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَنْ قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ
نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا ۚ وَمَنْ أَحْيَاهَا
فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا ۚ وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ
كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعْدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ

Artinya :*Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan*

(membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi.

- 3) Upaya dalam pendistribusian kekayaan, program CSR yang terealisasi oleh BNI Syariah merupakan bentuk pendistribusian kekayaan yang tercermin dari program sosial berupa bentuk bantuan-bantuan finansial dan sebagainya, sesuai dengan (QS. Al-Hasyr ayat 7)

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا إِلَيْكُمْ الرِّسَالُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *Harta rampasan (fai') dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasulnya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukumannya*

- 4) Etika baik dalam berbisnis, program CSR BNI Syariah merupakan sebuah etika baik dalam berbisnis, hal tersebut ditunjukkan dalam realisasi CSR merupakan bentuk kepatuhan BNI Syariah terhadap norma ataupun aturan yang berlaku tentang CSR perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan (QS. An-Nisa ayat 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya : *wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu*

Dalam implementasi program CSR harus selalu berpedoman pada hukum islam khususnya pada instansi yang bergerak dalam lembaga syariah, dalam penelitian ini yaitu BNI Syariah. Implementasi CSR di BNI Syariah pelaksanaan kegiatan mengacu pada konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development*), dimana konsep tersebut bertujuan untuk memberi solusi mewujudkan kesejahteraan kepada seluruh masyarakat. Akan tetapi konsep justru jangan dijadikan tameng seakan-akan jika mempunyai uang yang banyak kita bebas merusak lingkungan dan ganti dengan uang. Hal tersebut sesuai dengan

Hal tersebut sesuai dengan peneliti terdahulu yang diteliti oleh Sofi Mubarak dan Muhammad Afrizal (2018) dalam penelitian yang berjudul Islam dan sustainable development yang menyatakan bahwa dalam penerapan CSR yang berkonsep pada pembangunan berkelanjutan harus mengacu pada untuk apa manusia diciptakan melainkan sebagai khalifah dimuka bumi yang tugasnya beribadah dan dilarang menciptakan kerusakan.⁸⁷

⁸⁷ Sofi Mubarak, Muhammad Afrizal, "Islam dan Sustainable Development", jurnal Dauliyah, vol III, No. 1, 2018, h. 140

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan dari variabel penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan citra perbankan syariah studi pada BNI Syariah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji validitas, reabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien Determinasi (R^2) dan uji parsial (t) bahwa menunjukkan bahwa penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan citra perbankan syariah khususnya pada BNI Syariah. Hal tersebut dapat dijadikan gambaran bahwsannya penganggaran dan pengelolaan dana CSR jika ditingkatkan maka hal tersebut berbanding lurus dengan peningkatan citra perbankan syariah, namun jika anggaran dan pengelolaannya terjadi penurunan maka citra perbankan juga akan ikut turun.
2. Dalam perseptif ekonomi islam penganggaran dan pengelolaan dana CSR di BNI Syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah dan sesuai dengan prinsip-prinsip pengelolaan dana dalam perspektif Islam. Hal itu dilihat berdasarkan laporan tahunan yang tertera pada tahun penelitian yaitu tahun 2017, 2018, dan 2019 jika dilihat dari prinsip tauhid dana CSR BNI Syariah di implementasikan dalam berbagai hal yang sesuai dengan prinsip tauhid, jika dilihat dari prinsip keadilan program CSR sudah terbilang adil dengan menerapkan *zone area* sehingga minim terjadi program CSR salah sasaran, jika dilihat dari prinsip pertanggungjawaban program CSR BNI Syariah merupakan bentuk tanggung jawab terhadap *stakeholdernya*, dan berdasarkan prinsip kejujuran anggaran dan pengelolaan CSR BNI Syariah sudah sangat jujur terlihat dari laporan tahunan yang menunjukkan bagaimana sumber dana CSR tersebut

terkumpul dan bagaimana penyaluran dana untuk program CSR di BNI Syariah diungkapkan secara transparan dan terperinci. Implementasi CSR di BNI Syariah pelaksanaan kegiatan mengacu pada konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development*), dimana konsep tersebut bertujuan untuk memberi solusi atas kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas ekonomi yang berjalan dan mewujudkan kesejahteraan kepada seluruh masyarakat. Hal tersebut sudah sesuai dengan falsafah moral yang disebutkan dalam Al-Qur'an.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta analisis dalam penelitian tentang pengaruh penganggaran dan pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan citra perbankan syariah studi pada BNI Syariah, maka peneliti ini memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah yang merupakan regulator diharapkan mampu terus berupaya dalam meningkatkan secara kualitas maupun kuantitas program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi bank syariah. Selanjutnya dalam pengungkapan pelaporan pengelolaan dan anggaran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) pemerintah diharapkan segera mengeluarkan aturan yang spesifik, agar pengelolaan dana sampai pelaporan penggunaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak tumpang tindih dengan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS). Karena pada saat ini pengelolaan dan penganggaran dana CSR masih dijadikan satu dengan dana ZIS, dimana dana digunakan terlebih dahulu digunakan untuk keperluan ZIS selanjutnya sisanya disalurkan untuk program CSR. Padahal CSR dan ZIS itu berbeda.
2. Bagi lembaga perbankan syariah khususnya BNI Syariah yang pada tahun 2021 telah dimarger oleh BUS lainnya menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), diharapkan lebih mampu meningkatkan dan mengoptimalkan kualitas dari segi produk maupun fasilitas bank syariah agar mampu mencapai

visi dan misinya dan mampu bersaing dengan bank syariah negara lain.

3. Bagi penulis maupun peneliti selanjutnya diharapkan mampu mencari pembaharuan terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bank syariah yang telah dimarger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) serta menambah variabel-variabel yang lain sehingga mendapatkan hasil yang lebih *up to date* dan komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

Buku-Buku

- Andrianto, Firmansyah, *Manajemen Bank syariah Implementasi Teori dan Praktek*, Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019
- Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung: Rekayasa Sains, 2007
- Bambang Rudito dan Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung:RekayasaSains, 2007
- Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility; Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Jakarta:Rajawali pers,2012
- Chory Sulistyowati, Elva Farihah, Okta Sindhu Hartadinata, *Anggaran Perusahaan Teori dan Praktika*, Surabaya:Scopindo, 2020
- Edi Suharto, *CSR dan COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*, Bandung : Alfabeta, 2012
- Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012
- Hendrawan Supratikno, et al., *Advanced Strategic Management*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Ibnu Dipraja, “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan” Dian Nuswantara University Journal of Accounting, 2014
- Iestyn Kelvianto dan Ronny H. Mustamu, “Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Untuk Keberlanjutan Usaha Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Manufaktur Pengolahan Kayu”, Jurnal manajemen bisnis universitas Kristen petra, AGORA Vol. 6, No. 2, 2018
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Undip, 2011
- Indra Mahardika, *Business Model and Business Plan di Era 4.0*, Jakarta: Quadra, 2019
- Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* Bandung : Alfabeta, 2014

- Kadar Nurzaman, *Manajemen Perusahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2014
- M. Fuad, Edi Sukarno, *Anggaran Perusahaan Konsep dan Aplikasi*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2020
- M. Umer Capra, *Sitem Moneter Islam* jakarta: Gema Insani Press & Tazkia Cendikia, 2000
- Mohammad Hamim Sultoni, *Corporate Social Responsibility Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan*, Bekasi:Duta Media Publishing
- Muh. Ghafur Wibowo, *Potret Perbankan Syariah Terkini: Kajian Kritis Perkembangan Perbankan Syariah Terkini* Yogyakarta: Biruni Press,2007
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2016
- Nana Sugjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016
- Nurkholis, Moh. Khusaini, *Penggaran Sektor Publik*, Malang: UB Press, 2019
- Poerwanto, *Corporate Social Responsibility Menjinakan Gejolak Sosial di Era Pornografi* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- R.Wayne Mondy, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid 1, edisi 10 Jakarta : Erlangga, 2011
- Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2015
- Rezha Pratama, *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: PT Budi Utama, 2020
- Rosmaida Tambun, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: PT Rel Karir Pembelajaran, 2020
- Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010
- Sofi Mubarak, Muhammad Afrizal, “Islam dan Sustainable Development”, jurnal Dauliyah, vol III, No. 1, 2018
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : ALFABETA, 2010

- Totok Mardikanto, *CSR Corporate Social Responsibility Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Bandung: Alfabeta 2014
- Trisadini P. Usanti, Abd. Somad, *Transaksi Bank Syariah* Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Umara Noreen, Meshel K. Alassaf, “Budgeting Of Corporate Social Responsibility Activities In Saudi Arabia”. Proceedings of International Conference on Management, Economics and Social Sciences Held on 21-22, Nov, 2015
- Valentine Siagan, dkk, *Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020
- Website *bi.go.id*
- Website *ecgi.global* Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006
- Widjaja Guanawan, Ardi Pratama Yeremia, *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Jakarta: Forum Sahabat, 2008,
- Yunus Handoko, Implementasi Social and Environmental Disclosure dalam Perspektif Teoritis, *Jurnal JIBEKA*, Vol.8 No.2, 2014

Jurnal-Jurnal

- Akbarina , Farida dan Vera Silviana Ehry, “*Pengaruh Citra Perusahaan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Serta Loyalitas Pelanggan Survei Pada Pelanggan Bengkel Servis Resmi Toyota di Kota Malang*”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Malang, 2015
- Ali Syukron, “CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah”. *Economic Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* Vol. 5, No. 2015
- Dalia Streimikiene, kristina Lasickaite, dkk, “The impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Image: Evidence of budget airlines in Europe”. *wileyonlinelibrary Faculty of Environment and Labour Safety*, Ton Duc Thang University, Ho Chi Minh City, Vietnam 2020
- Edoardus Satya Adhiwardana dan Daljono, Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Asing terhadap Kinerja Perusahaan, *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol.II No.II, 2013
- Fitri Yana Salam, Rafika Rahmawati, “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Minat

- Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi”, *Paradigma*, Vol. 17, No. 1, 2020
- Fitri Yana Salam, Rafika Rahmawati, “Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication Terhadap Minat Nasabah Memilih Bank BRI Syariah KCP Cileungsi”, *Jurnal Paradigma*, Vol.17, No.1, 2020
- Marzully Nur dan Denies Priantinah, “Analisis Faktor-Fakor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility” *Jurnal Nominal*, Vol I, No I, 2012
- Mustofa, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorontalo”. *Jurnal Al-Buhuts Jurnal Ekonomi Islam* Vol.12, No. 1, 2016
- Ni Luh Putu Indah Trisna Dewi, Putu Sukma Kurniawan, Edy Sujana, “Analisis Proses Penganggaran Dan Pengelolaan Dana CSR Serta Dampaknya Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan Studi Kasus Pt.Pln Persero Distribusi Bali Area Bali Utara, Di Singaraja Buleleng”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ghanesa* Vol. 9, No. 2, 2018.
- Syaniatul Wida, “Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* CSR Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi pada PT. Telkom Majapahit Bandar Lampung”. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2017
- Seftiani, “*Pengaruh Citra Perusahaan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Prespektif Ekonomi Islam Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung*””,Lampung: Dipublikasikan, 2017
- Septian Diyah Nursanti, “Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dan Citra Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah”. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Salatiga, 2016
- T Romi Marnelly, “*Corporate Social Responsibility CSR: Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*”,*Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol.2 No.2, 2012
- Umara Noreen, Meshel K. Alassaf, “Budgeting Of Corporate Social Responsibility Activities In Saudi Arabia”. *Proceedings of*

International Conference on Management, Economics and Social Sciences Held on 21-22, Nov, 2015

Yunus Handoko, Implementasi Social and Environmental Disclosure dalam Perspektif Teoritis, Jurnal JIBEKA, Vol.8 No.2, 2014

Sumber Lain

Al-Qur'an Terjemahan. Q.S. Al-Baqarah Ayat 177

Al-Qur'an Terjemahan. Q.S. Al-Maidah Ayat 32

BNI Syariah Annual Report

Kementrian Lingkungan Hidup, *Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan*, Jakarta: KLH, 2012.

Konsep Maqashid al-syariah” On-line, tersedia di
:http://lispedia.blogspot.com/2012/07/ ushul-fiqh-konsep-
Maqashid-al-Syariah.Html 4 april 2021

Undang-Undang No 8 tahun 2008, tentang perbankan syariah

Website *bi.go.id*

Website ecgi.global Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006

www.bnisyariah.co.id

www.ojk.go.id

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Tanggapan responden mengenai variabel Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR

No	Umur	jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR (X)																													
					Efisiensi (X1.1)					Efektivitas (X1.2)					economic rep (X1.3)					legal resp (X1.4)					ethical resp (X1.5)					Philanthropic resp (X1.6)				
					average					average					average					average					average									
					P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	average					
1	1	2	3	2	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4									
2	1	2	3	2	5	4	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4									
3	2	1	3	2	4	4	4	4	4	5	4	1	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4									
4	2	1	3	2	3	3	3	3	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	4									
5	2	1	3	4	4	4	5	4	4	5	4	1	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4									
6	2	2	4	2	5	4	5	5	5	5	2	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4									
7	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4									
8	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4									
9	2	1	4	2	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5									
10	2	2	4	2	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4									
11	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4									
12	2	2	3	2	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4									
13	1	1	4	2	4	4	5	4	5	5	4	2	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4									
14	1	1	3	2	5	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4									
15	2	1	3	3	4	5	5	5	4	4	5	1	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4									
16	2	2	4	1	4	4	4	4	5	4	5	1	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5									
17	1	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4									
18	1	2	4	4	4	5	5	5	3	4	5	1	3	3	4	4	2	3	3	4	4	5	4	5	5									
19	2	1	4	2	4	3	3	3	5	4	5	2	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4									
20	1	2	3	4	4	5	3	4	5	5	5	1	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4									
21	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3									
22	1	1	4	4	4	4	3	4	4	5	4	1	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4									
23	1	2	4	3	4	5	5	5	4	5	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5									
24	2	1	3	2	4	4	5	4	4	4	5	2	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4									

25	2	1	4	2	5	4	5	5	4	4	4	1	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4						
26	1	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4					
27	2	1	4	1	4	5	4	4	4	4	5	1	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5					
28	2	1	3	2	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5					
29	2	1	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4				
30	1	1	4	4	3	5	4	4	3	3	3	2	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4				
31	1	1	3	4	5	5	4	5	5	4	4	1	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4			
32	2	1	3	1	5	4	5	5	5	5	5	1	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5			
33	2	2	4	2	4	5	4	4	5	4	4	1	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4			
34	2	1	1	2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4			
35	1	1	3	2	3	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4			
36	1	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	1	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	
37	1	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5			
38	1	1	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4		
39	1	1	3	4	3	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3		
40	1	1	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2		
41	2	1	4	2	5	5	5	5	4	4	4	1	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4		
42	2	1	3	2	3	4	4	4	4	5	4	1	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5		
43	2	2	4	2	4	4	5	4	4	5	4	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5		
44	2	2	4	1	4	4	5	4	4	5	5	1	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	
45	2	1	3	2	5	4	5	5	4	5	3	2	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	
46	2	1	3	1	4	4	5	4	4	3	4	2	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5		
47	2	1	3	2	4	4	5	4	4	5	4	1	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5		
48	2	1	3	2	5	5	5	5	4	4	5	2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	
49	1	1	4	2	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
50	2	1	4	2	4	5	4	4	5	4	5	1	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	
51	2	2	3	4	5	5	5	5	5	4	3	2	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
52	1	2	3	2	4	4	5	4	5	5	5	1	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4	3	4	4	
53	2	1	3	2	5	5	4	5	4	3	3	2	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
54	2	1	1	3	4	4	5	4	5	5	4	2	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
55	1	2	4	4	4	5	3	4	4	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
56	1	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4

57	1	2	4	4	5	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
58	1	2	4	4	4	5	4	4	3	4	5	2	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	
59	1	1	3	2	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	
60	2	1	4	2	4	5	4	4	5	5	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	
61	2	1	4	2	4	4	5	4	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	
62	2	2	3	2	5	3	4	4	4	4	3	1	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	
63	2	1	4	2	5	4	4	4	4	5	4	1	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	
64	2	2	4	2	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	
65	1	2	4	2	4	4	4	4	3	4	5	1	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	
66	2	1	4	1	4	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
67	2	2	4	1	3	4	4	4	4	4	4	1	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
68	2	2	4	2	4	5	5	5	5	4	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
69	2	1	4	2	4	5	3	4	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
70	1	2	3	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
71	2	1	4	2	4	4	5	4	5	5	5	1	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	
72	2	1	3	2	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	

Tanggapan responden mengenai Variabel Peningkatan Citra Bank Syariah

No	umur	jenis kelamin	pendidikan	Pekerjaan	CITRA (Y)																						
					experience (Y2.1)				reputasi (Y2.2)				Nilai (Y2.3)				Identitas Perusahaan (Y4)										
					P25	P26	P27	P28	average	P29	P30	P31	P32	P33	average	P34	P35	P36	P37	P38	average	P39	P40	P41	P42	average	
1	1	2	3	2	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4			
2	1	2	3	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4		
3	2	1	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
4	2	1	3	2	3	3	3	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4		
5	2	1	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4		
6	2	2	4	2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5		
7	1	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5		
8	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
9	2	1	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	
10	2	2	4	2	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	
11	1	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
12	2	2	3	2	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	
13	1	1	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
14	1	1	3	2	5	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4
15	2	1	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
16	2	2	4	1	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
17	1	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
18	1	2	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
19	2	1	4	2	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
20	1	2	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
21	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
22	1	1	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
23	1	2	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
24	2	1	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4

25	2	1	4	2	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	
26	1	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	
27	2	1	4	1	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	
28	2	1	3	2	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
29	2	1	3	2	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	
30	1	1	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	
31	1	1	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	
32	2	1	3	1	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	
33	2	2	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	
34	2	1	1	2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	
35	1	1	3	2	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	
36	1	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	
37	1	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
38	1	1	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
39	1	1	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
40	1	1	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
41	2	1	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	
42	2	1	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	
43	2	2	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	
44	2	2	4	1	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	
45	2	1	3	2	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
46	2	1	3	1	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	
47	2	1	3	2	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	
48	2	1	3	2	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	
49	1	1	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
50	2	1	4	2	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
51	2	2	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	
52	1	2	3	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	
53	2	1	3	2	5	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	
54	2	1	1	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
55	1	2	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	
56	1	2	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	

57	1	2	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4
58	1	2	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
59	1	1	3	2	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
60	2	1	4	2	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
61	2	1	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
62	2	2	3	2	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
63	2	1	4	2	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4
64	2	2	4	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
65	1	2	4	2	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
66	2	1	4	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
67	2	2	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
68	2	2	4	2	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
69	2	1	4	2	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
70	1	2	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3
71	2	1	4	2	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4
72	2	1	3	2	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

A. Uji Validitas

1) Variabel penganggaran dan pengelolaan dana CSR

Correlations

		X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	Pengangg an dan Pengelolaan CSR
X1.1	Pearson Correlation	1	,045	,291	,071	,232	,233	,469**
	Sig. (2-tailed)		,709	,013	,555	,049	,049	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X1.2	Pearson Correlation	,045	1	,139	,194	,063	,068	,370**
	Sig. (2-tailed)	,709		,244	,103	,600	,571	,001
	N	72	72	72	72	72	72	72
X1.3	Pearson Correlation	,291	,139	1	,300	,296	,393**	,571**
	Sig. (2-tailed)	,013	,244		,011	,012	,001	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X1.4	Pearson Correlation	,071	,194	,300	1	,162	,393**	,536**
	Sig. (2-tailed)	,555	,103	,011		,174	,001	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X1.5	Pearson Correlation	,232	,063	,296	,162	1	,430**	,543**
	Sig. (2-tailed)	,049	,600	,012	,174		,000	,000
	N	72	72	72	72	72	72	72
X1.6	Pearson Correlation	,233	,068	,393**	,393**	,430**	1	,663**
	Sig. (2-tailed)	,049	,571	,001	,001	,000		,000
	N	72	72	72	72	72	72	72

Penganggaran dan Pengelolaan CSR	Pearson Correlation	,469**	,370**	,571**	,536**	,543**	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	72	72	72	72	72	72	72

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Uji Validitas Variabel Peningkatan Citra Bank Syariah

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Peningkatan Citra
Y1.1	Pearson Correlation	1	,128	,161	,187	,504**
	Sig. (2-tailed)		,285	,176	,115	,000
	N	72	72	72	72	72
Y1.2	Pearson Correlation	,128	1	,317**	,160	,561**
	Sig. (2-tailed)	,285		,007	,181	,000
	N	72	72	72	72	72
Y1.3	Pearson Correlation	,161	,317**	1	,172	,514**
	Sig. (2-tailed)	,176	,007		,148	,000
	N	72	72	72	72	72
Y1.4	Pearson Correlation	,187	,160	,172	1	,505**
	Sig. (2-tailed)	,115	,181	,148		,000
	N	72	72	72	72	72
Peningkatan Citra	Pearson Correlation	,504**	,561**	,514**	,505**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	72	72	72	72	72

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

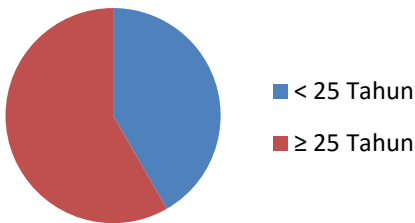
Cronbach's Alpha	N of Items
,639	6
,743	4

STATISTIK DESKRIFTIF RESPONDEN BNI SYARIAH

A. Statistik Deskriptif Umur Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 25 Tahun	30	41.67	41.67	41.67
≥ 25 Tahun	42	58.33	58.33	100.0
Total	72	100.0	100.0	

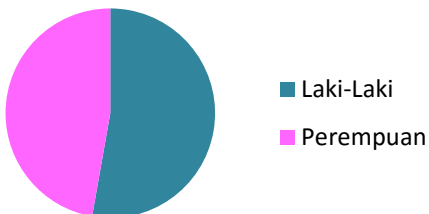
Umur Responden



B. Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki Laki	38	52.78	52.78	52.78
perempuan	34	47.22	47.22	100.0
Total	72	100.0	100.0	

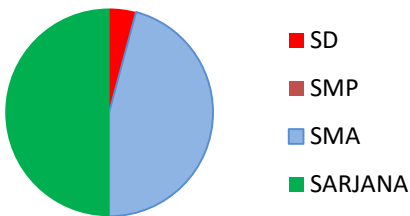
Jenis Kelamin Responden



C. Statistik Deskriptif Pendidikan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	3	4.17	4.17	4.17
SMP	0	0	0	4.17
SMA	33	45.83	45.83	50.0
Sarjana	36	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

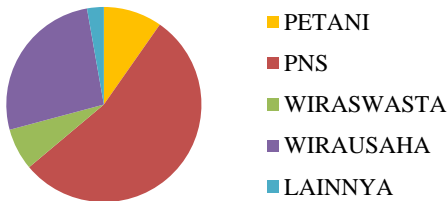
Pendidikan Responden



D. Statistik Deskriptif Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Petani	7	9.72	9.72	9.72
PNS	39	54.17	54.17	63.89
Wiraswasta	5	6.94	6.94	70.83
Wirausaha	19	26.39	26.39	97.22
Lainnya	2	2.78	2.78	100
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan Responden



UJI ASUMSI KLASIK

A. Statistik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,59914503
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,085
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

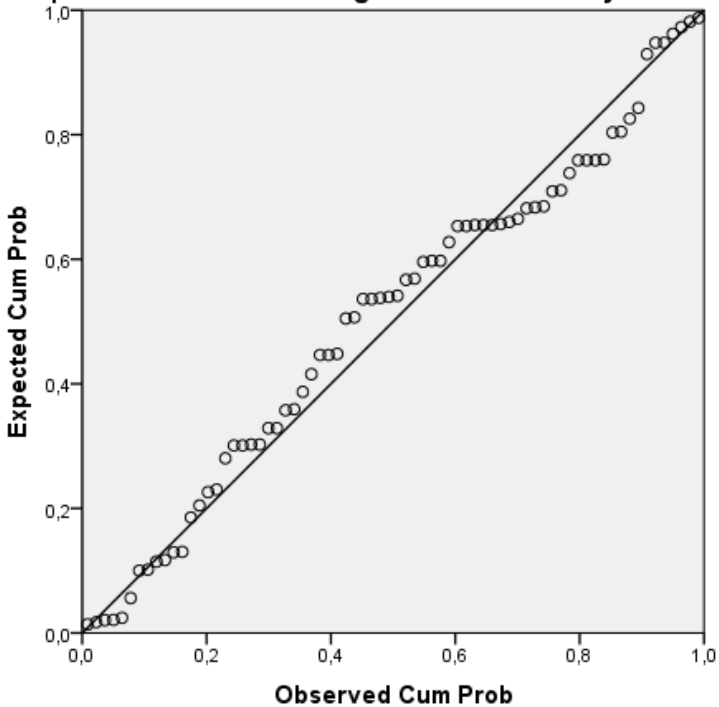
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Peningkatan Citra Bank Syariah



B. Statistik Uji Heterokedastistas (Uji Glesjer)

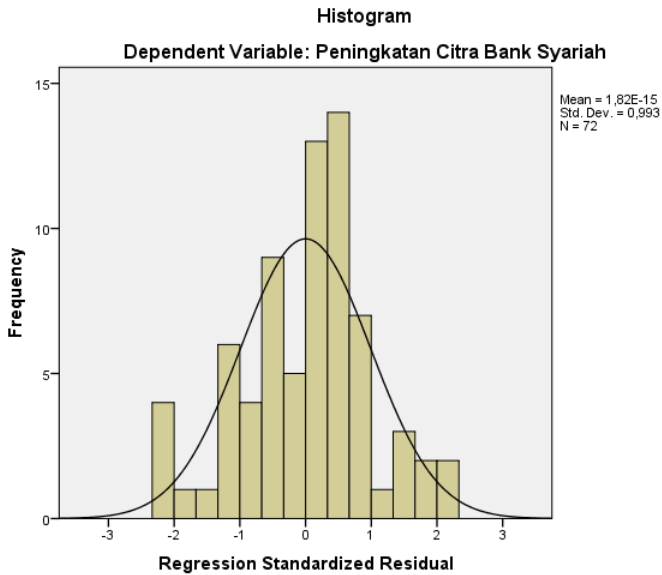
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	5,822	3,028		,059
PEnganggaran dan Pengelolaan Dana CSR	-,039	,031	-,149	,210

a. Dependent Variable: Res_Abs

STATISTIK HIPOTESIS

A. Regresi Linier Sederhana



B. Statistik Koefesien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 ^a	,682	,677	2,618

a. Predictors: (Constant), Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR

C. Statistik Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,119	4,854		3,527	,001
	Penganggaran dan Pengelolaan Dana CSR	,602	,049	,826	12,250	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Citra Perbankan

LEMBAR KUESIONER
KUESIONER

PENGARUH PENGANGGARANDAN PENGELOLAAN DANA
***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP**
PENINGKATAN CITRA BANK SYARIAH
(Studi pada BNI Syariah)

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur : < 25 tahun ≥ 25 tahun

Jenis Kelamin : laki-laki Perempuan

Pendidikan : SD SMP SMA SARJANA

Pekerjaan : PETANI PNS WIRASWASTA WIRUSAHA

LAINNYA

TTD

2. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- 1) Lembar kuesioner ini semata-mata bertujuan dalam penelitian tentang **PENGARUH PENGANGGARANDAN PENGELOLAAN DANA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP PENINGKATAN CITRA BANK SYARIAH** (Studi pada BNI Syariah).
- 2) Jawaban yang diberikan dari responden dijamin kerahasiaannya
- 3) Pengisian dengan memberikan tanda centang (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai
- 4) Kuesioner diukur dengan sekala likert dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Sangat Setuju (**SS**) skor 5
 - b. Setuju (**S**) skor 4
 - c. Tidak Tahu (**TT**) skor 3
 - d. Tidak Setuju (**TS**) skor 2
 - e. Sangat Tidak Setuju (**STS**) skor 1

Indikator	Instrumen	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
Variabel Pengelolaan dan Penganggaran Corporate Social Responsibility (CSR)						
Efisiensi	1. BNI Syariah menggunakan momen yang tepat dalam pelaksanaan program CSR					
	2. BNI Syariah sudah Menggunakan sumber dana dan pengeluaran dalam jumlah yang lebih besar tiap tahunnya					
	3. BNI Syariah sudah memaksimalkan sumber daya dalam program CSR					
Efektivitas	1. BNI Syariah sudah menjalankan program CSR dengan baik dan tepat sasaran					
	2. BNI Syariah mengelola keuangan secara tertib dan transparan					
	3. BNI Syariah telah mencapai tujuan yang sesuai dengan program CSR					
	4. BNI Syariah belum merealisasikan CSR dalam berbagai bidang sesuai dengan kebutuhan stakeholdernya					
Economic Respon sibilities	1. BNI Syariah telah berupaya memberikan fasilitas ekonomi dengan strategi aktivitas usaha yang bertujuan mendapatkan <i>profit</i> (keuntungan) yang terus meningkat agar BNI Syariah tetap <i>survive</i>					
	2. Produk- produk yang ditawarkan BNI Syariah sudah memenuhi kualitas yang diharapkan nasabah					
	3. BNI Syariah selalu dinamis menciptakan produk dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat					
	4. Produk yang ditawarkan BNI Syariah telah sesuai dengan nilai syariah					
Legal Responsi bilities	1. BNI Syariah telah beraktifitas sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku					
	2. BNI Syariah termasuk bank syariah yang patuh terhadap hukum dan norma yang berlaku					
	3. BNI Syariah bersikap adil (tidak pernah berbuat zalim					

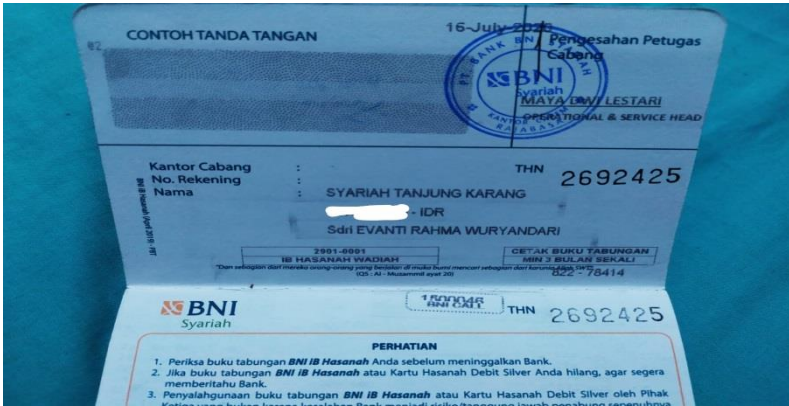
	terhadap nasabah)						
	4. BNI Syariah bersikap transparan terhadap nasabah						
Ethical Responsibilities	1. Operasional BNI Syariah telah sesuai dengan etika bisnis harapan nasabah						
	2. BNI Syariah selalu berupaya mengutamakan unsur kebenaran dalam beraktifitas						
	3. BNI Syariah selalu berupaya mengutamakan keseimbangan (<i>tawazun</i>) dalam menentukan kebijakan						
	4. BNI Syariah bersikap jujur dan santun terhadap nasabah						
Philanthropic Responsibilities	1. BNI Syariah telah berkomitmen menerapkan kebijakan CSR sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan dengan tema pembanguna berkelanjutan						
	2. CSR BNI Syariah merupakan bentuk iktikad baik yang akan memberikan manfaat yang lebih luas terhadap peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan masyarakat.						
	3. BNI Syariah telah merealisasikan CSR dalam berbagai bidang sesuai dengan kebutuhan yang berada dilingkungan perusahaan ataupun diluar lingkungan.						
	4. BNI Syariah selalu bersikap amanah terhadap nasabah						
	5. BNI Syariah menggunakan konsep ihsan yaitu beroperasi dengan tujuan mendapatkan ridho Allah SWT						
Variable Citra							
Experience (pengalaman)	1. Selama menjadi nasabah BNI Syariah, saya selalu mendapat pengalaman yang baik.						
	2. Adanya program CSR di BNI Syariah, akan memberikan kesan yang baik bagi nasabah						
	3. Adanya komitmen CSR, menunjukan bank BNI Syariah mempunyai kualitas fundamental yang kuat						
	4. Jika saya mendapat masalah kecil dengan BNI Syariah, saya akan menyelesaikan dengan kekeluargaan dan senantiasa memahaminya						

Reputasi	1. Kualitas BNI Syariah secara keseluruhan cukup baik.							
	2. Kualitas BNI Syariah lebih baik dibandingkan dengan Bank lainnya.							
	3. Diantara Bank syariah yang lainnya sekarang, BNI Syariah memiliki reputasi yang baik dibandingkan dengan Bank lain.							
	4. Kejujuran merupakan salah satu hal yang efektif untuk menjaga reputasi.							
	5. BNI Syariah tidak memiliki riwayat buruk secara keseluruhan							
Nilai	1. Bank Syariah yang menerapkan program CSR mempunyai banyak nilai lebih dari pada usaha yang hanya berorientasi pada <i>profit</i> (keuntungan).							
	2. Kebijakan CSR dapat menentukan citra / <i>image</i> yang baik bagi BNI Syariah							
	3. Bank syariah yang secara tulus menerapkan kebijakan CSR maka akan mempunyai wibawa dan martabat yang tinggi							
	4. Adanya program CSR, mengindikasikan bahwa BNI Syariah termasuk <i>good corporate</i>							
Identitas Perusahaan	1. BNI Syariah merupakan perusahaan yang dikenal luas							
	2. BNI Syariah memiliki logo dan ciri khas tersendiri dibandingkan dengan bank lain.							
	3. BNI Syariah merupakan bank syariah yang mudah ditemukan dan memiliki kantor yang banyak							
	4. Nasabah telah mengetahui BNI Syariah mengeluarkan CSR secara aktif							

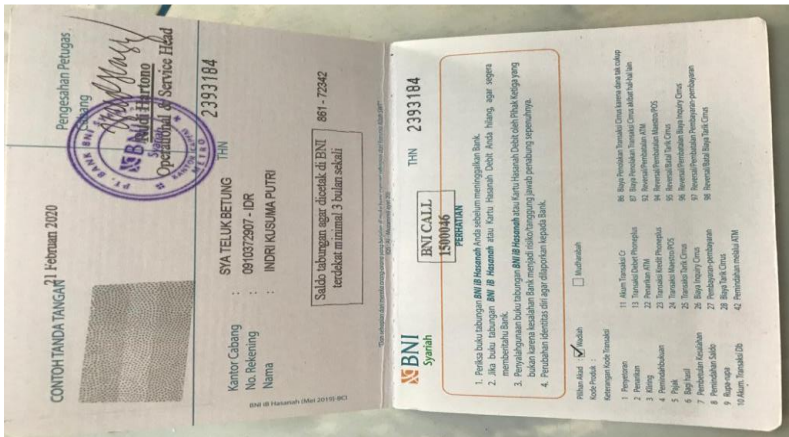
TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA

DOKUMENTASI

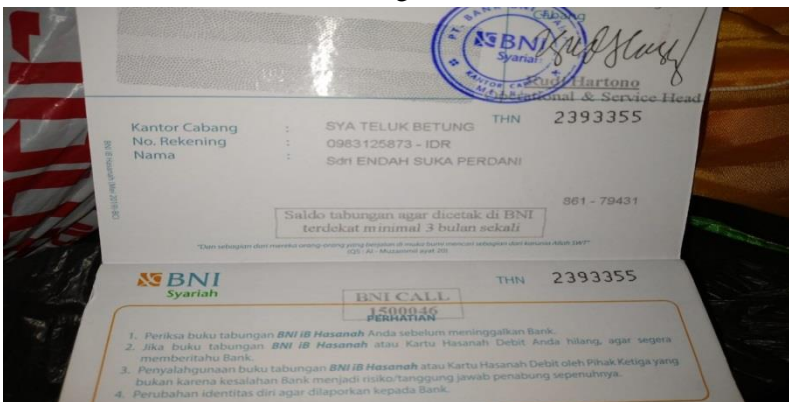
A. Bukti Buku Tabungan Nasabah BNI Syariah



Buku Tabungan Nasabah



Buku Tabungan Nasabah



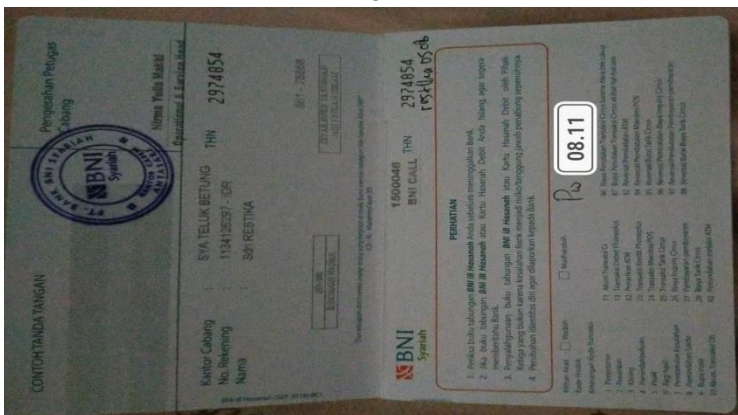
Buku Tabungan Nasabah



Buku Tabungan Nasabah



Buku Tabungan Nasabah



Buku Tabungan Nasabah

PENGARUH PENGANGGARAN DAN PENGELOLAAN DANA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PENINGKATAN CITRA BANK SYARIAH (Studi pada BNI Syariah)

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	core.ac.uk Internet Source	7%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	4%
3	library.walisongo.ac.id Internet Source	4%
4	www.mandirisyariah.co.id Internet Source	2%
5	adoc.pub Internet Source	2%
6	upperline.id Internet Source	1%
7	a-research.upi.edu Internet Source	1%
8	www.wardun.com Internet Source	1%
9	ibtimes.id Internet Source	1%
10	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
11	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source	<1%
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%