



**PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA KEUANGAN
SYARIAH DI MATA MASYARAKAT NAGARI BATU
BALANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**Gustian
NIM 2030401048**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1446H/2025M**

ABSTRAK

GUSTIAN. NIM 2030401048. Judul Skripsi: “**PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA KEUANGAN DIMATA MASYARAKAT NAGARI BATU BALANG**”. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar. Tahun Akademik 2025.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Keuangan Syariah Dimata Masyarakat Nagari Batu Balang. Selain itu tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang dan untuk mengetahui bentuk respon masyarakat terhadap keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah menggunakan strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam hal ini penulis menjelaskan peran *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di mata masyarakat Nagari Batu Balang.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Baitul Mal Wattamwil (BMT) Amanah Ummay Nagari Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di mata masyarakat adalah dalam bentuk peran aktif dan responsif. Bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang, seperti kegiatan pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi, serta telah memberikan dampak positif. Masyarakat di Nagari Batu Balang menunjukkan persepsi positif terhadap program-program CSR yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan syariah.

ABSTRACT

GUSTIAN. NIM: 2030401048. *Thesis Title: “THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN ENHANCING THE IMAGE OF FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE EYES OF THE COMMUNITY OF NAGARI BATU BALANG.”* Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Mahmud Yunus Batusangkar State Islamic University. Academic Year 2025.

The problem in this research is the role of Corporate Social Responsibility (CSR) in enhancing the image of Islamic financial institutions in the eyes of the community of Nagari Batu Balang. Additionally, the purpose of this study is to identify the form of social involvement of Islamic financial institutions in enhancing their image in Nagari Batu Balang and to understand the community's response to the social involvement of these institutions using CSR strategies.

The type of research used is field research with a qualitative descriptive approach. In this case, the author explains the role of Corporate Social Responsibility in enhancing the image of Islamic financial institutions in the eyes of the community of Nagari Batu Balang.

The research concludes that the role of Corporate Social Responsibility (CSR) implemented by Baitul Mal Wattamwil (BMT) Amanah Ummay Nagari Batu Balang in enhancing the image of Islamic financial institutions in the eyes of the community is characterized by an active and responsive role. The social involvement of the Islamic financial institution in Nagari Batu Balang includes educational activities, health initiatives, and economic empowerment, all of which have had a positive impact. The community in Nagari Batu Balang shows a positive perception of the CSR programs carried out by the Islamic financial institution.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam. Yang telah memberikan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya. Selanjutnya, penulis mengirimkan shalawat dan salam kepada Nabi kita yang mulia Muhammad *Shallallahu Alaihi Wa ssallam* yang telah membawa risalah kebenaran. Beliau, sebagai penggerak beradil mengubah pemikiran kaum yahudi, membimbing umat manusia dari kegelapan ke terang benderang, membentuk pola pikir sesuai dengan syariat islam yang kita nikmati saat ini.

Penulisan skripsi ini yang berjudul “Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Keuangan Syariah Di Mata Masyarakat Nagari Batu Balang” adalah untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Islam (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Dengan hidayah dan pertolongan Allah SWT, penulis bersyukur dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menemukan berbagai macam tantangan dan kesulitan, akan tetapi semuanya dapat teratasi berkat bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam dan setulus-tulusnya, yang teristimewa kepada Ibunda tercinta **Yeni**, Ayahanda tercinta **Adrizal**, yang telah mendo’akan dan menjadi penyemangat serta motivator penulis sampai hari ini, yang tiada pernah lelah mencari nafkah selalu percaya dengan semua jalan dan perjuangan yang penulis lalui dalam menulis skripsi ini. Adik tersayang **Velina Safitri** dan **Fadhlan Nabil Adskhan**, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat dan memberikan motivasi serta dorongan secara material maupun non-material kepada penulis, sehingga menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan program pendidikan Sarjana Ekonomi ini.

Selanjutnya ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Delmus Puneri Salim, S.Ag, MA., M.Res., Ph.D selaku Rektor UIN Mahmud Yunus Batusangkar
2. Dr. H. Rizal, M.Ag.,CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
3. Vicy Andriandy, M.Ec.Dev., CPDP selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar.
4. Dr. Alimin, Lc., M.Ag., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan kontribusi besar, menyisihkan waktunya untuk membantu dan memberikan arahan selama proses pembuatan skripsi ini.
5. Deswita, S.AG., MA selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang selalu meluangkan waktu untuk mengarahkan dan memberikan pemikiran dan petunjuk.
6. Karyawan dan Karyawati UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang telah membantu, berbagi ilmu serta memberikan kemudahan kepada penulis selama penulis menempuh perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan di prodi Perbankan Syariah angkatan 20
8. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan semangat dengan tulus kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini, meskipun tidak disebutkan satu persatu. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT dan diberkahi dengan pahala yang berlipat ganda. *Amin ya rabbal alamin*

Batusangkar, Januari 2025

Gustian
NIM.2030401048

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK..... 0

ABSTRACT..... 1

KATA PENGANTAR..... 2

DAFTAR ISI 4

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Fokus Penelitian..... 5

C. Sub Fokus Penelitian..... 5

D. Tujuan Penelitian 5

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian 6

F. Definisi Operasional 6

BAB II KAJIAN TEORI 8

A. Landasan Teori 8

1. Peran..... 8

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)..... 10

3. Citra 14

4. Lembaga Keuangan Syariah 18

5. Masyarakat..... 27

B. Kajian Relevan 29

BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Jenis Penelitian 32

B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 32

C. Instrumen Penelitian 33

D. Sumber Data 33

E. Teknik Pengumpulan Data 33

F. Teknik Analisa Data 34

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 36

A. Gambaran Umum..... 36

1. Sejarah BMT Amanah Ummat 36

2. Visi dan Misi BMT Amanah Ummat 36

3. Struktur Organisasi BMT Amanah Ummat 37

4. Produk-produk BMT Amanah Ummat..... 38

5. Mekanisme Mudharabah BMT Amanah Ummat..... 41

B. Hasil Penelitian..... 45

BAB V PENUTUP 62

A. Kesimpulan..... 62

B. Saran..... 63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penyelenggara Lembaga Keuangan Syariah tidak hanya dituntut memiliki visi bisnis yang bertujuan mengeruk laba yang setinggi-tingginya dengan mengesampingkan syariah namun juga harus memiliki visi syariah. Proses agar Lembaga Keuangan Syariah tetap berada dalam prinsip-prinsip syariah ketika beroperasi menjadi tanggung jawab bersama antara pengelola Lembaga Keuangan Syariah dan institusi negara yang ditunjuk untuk melakukan proses dan prosedur Lembaga Keuangan Syariah supaya tetap dalam koridor yang seharusnya dan tidak melakukan hilah/trik hanya sekedar kamufase berkedok syariah dalam praktek dan operasionalnya. (Budiono, 2017)

Lembaga keuangan syariah secara umum dapat diartikan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan penyimpanan, pembiayaan dan jasa lalu lintas pembayaran. Lembaga keuangan syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Hadits. Dengan demikian lembaga keuangan syariah harus dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariah Islam. (Agustin, 2022).

Operasional lembaga keuangan syariah harus berdasarkan pada syariah Islam dengan tauhid yang benar. Penelitian ini perlu dilakukan mengingat bahwa kegiatan operasional bank syariah, terutama di Indonesia telah banyak mendapat kritikan oleh para peneliti akademisi karena terjadi beberapa penyimpangan kegiatan perbankan syariah yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Salah satu contohnya adalah transaksi akad pembiayaan murabahah dimana dalam prakteknya masih terjadi pemberian dana oleh bank kepada nasabah yang semestinya dalam ketentuan syariah bank menyerahkan barang yang dipesan oleh nasabah.

Sebagai entitas syariah, sudah sepatutnya memiliki dimensi spiritual yang lebih luas, dimana dimensi spiritual ini tidak saja menghendaki praktik bisnis non riba, namun lebih dari itu juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas, terutama bagi golongan masyarakat ekonomi lemah. Oleh karena itu lembaga keuangan syariah, sebagai entitas yang melandasi operasionalnya dengan prinsip-prinsip syariah, memerlukan sebuah tolak ukur yang sesuai dengan visi perbankan syariah yang mengutamakan nilai-nilai kemaslahatan yang cocok dalam hal ini adalah menerapkan prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Novarela, 2015).

Al-Qur'an menjelaskan istilah tanggung jawab sosial sering diungkapkan seperti dalam firman Allah Qs. Al-Baqarah: 205, "Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk melakukan kerusakan padanya, dan merusak tanaman-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan." . Juga dalam Qs. Al-A'raaf 56 yang artinya, "Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik" Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah swt menganjurkan kepada manusia sebagai khalifah dimuka bumi untuk menjaga amanah (sumber daya alam) yang diberikan-Nya. Sehingga dalam menjalankan usahanya baik yang berhubungan langsung dengan alam maupun tidak, manusia harus tetap memperhatikan kondisi alam dan lingkungan dimanapun ia berada.

Kemudian pada aspek kepedulian terhadap sesama manusia, Islam juga sangat menganjurkan kepada manusia untuk saling berbagi, peduli dan saling menolong antar sesama dengan berbagai cara seperti infaq, sedekah, zakat dan lainnya. Allah berfirman dalam Qs. At-Taghabun 16 "...dan nafkahkanlah nafkah yang baik untuk dirimu. Dan barang siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya maka mereka itulah orang-orang yang beruntung".

Salah satu metode yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan citra bank syariah di mata masyarakat yakni dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). perspektif Islam tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) mencakup semua tindakan yang dilakukan oleh lembaga keuangan Islam untuk memenuhi kewajiban hukum, etika, agama, dan kebijaksanaan mereka. Ini berkaitan dengan kewajiban agama intrinsik lembaga keuangan syariah untuk menegakkan kewajiban hukum mereka dalam semua aspek operasi bisnis mereka. (Aisah Ayu, 2023)

Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat memiliki Kecamatan yang bernama Kecamatan Harau, dimana di Kecamatan Harau tersebut terdapat sebuah Nagari yang bernama Nagari Batu Balang. Di dalam satu kesatuan Hukum Adat Minangkabau, Nagari Batu Balang termasuk kedalam kelurahan Taram, yang terdiri dari tiga Nagari yaitu Taram, Bukit Limbuku, dan Batu Balang. Nagari Batu Balang memiliki 8127 jiwa penduduk yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dan pedagang, dengan jarak lebih kurang 6 Kilometer dari kantor Bupati Kecamatan Harau. Dengan penduduk yang lumayan banyak serta latar belakang pendidikan masyarakat yang rendah sehingga mempengaruhi pengetahuan dan pengalaman yang berbeda-beda tentang lembaga keuangan syariah. Dan di nagari Batu Balang ini terdapat salah satu lembaga keuangan yaitu BMT Amanah Ummat, lembaga keuangan ini memberikan citra lembaga keuangannya kepada masyarakat, yaitu seperti mereka membagikan sembako kepada nasabahnya yang terdapat banjir, penyaluran zakat infak sedekah setiap bulanya berupa sembako, sumbangan pada bulan puasa untuk mesjid dalam rangka cara gema takbiran.

Adapun dampak positifnya yaitu dalam pelaksanaan peran CSR meningkatkan citra di mata nasabah, dan adapun citra negatif karena adanya instansi waktu memberikan bantuan banjir kepada wali nagari pembagian sembako ini akhirnya tidak merata ke seluruh kota yang menjadi nasabah di instansi, sehingga banyak nasabah yang tidak kebagian sehingga mereka

merasa tidak diperhatikan oleh instansi, dan dampaknya ke instansi yaitu menurunkan citranya di mata masyarakat.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan dengan narasumber pertama Rino Iskandar seorang pedagang, yang menyatakan bahwa dalam kegiatan sosial lembaga keuangan berperan sebagai donatur dan ikut serta dalam kegiatan sosial sehingga sangat membantu masyarakat dalam kegiatan yang dilaksanakan contohnya dalam kegiatan Hari Besar Nasional. (Rino Iskandar, wawancara tanggal 17 Juli 2024). Kemudian narasumber kedua Afwarini yang merupakan karyawan di salah satu lembaga keuangan mengatakan bahwa setiap adanya aksi sosial yang dilakukan masyarakat lembaga keuangan mengambil peran disana baik fisik maupun berupa donasi karena menjadi lembaga keuangan tanpa adanya pendekatan dengan masyarakat akan membuat citra lembaga keuangan buruk. (Afwarini, wawancara tanggal 17 Juli 2024). Kemudian hasil observasi awal dengan narasumber ketiga yaitu Abdi Fauzan seorang petani muda berusia 25 tahun menyebutkan lembaga keuangan tidak begitu besar pengaruhnya dalam hal sosial karena ia menilai lembaga keuangan hanya memberikan kontribusi sosial karena hanya ingin mencari nasabah. (Abdi Fauzan, wawancara tanggal 18 Juli 2024). Hasil observasi tersebut juga dikuatkan dengan adanya bukti penyaluran CSR oleh BMT Amanah Ummat pada 9 Maret 2023 dengan dana sebesar Rp 100.000,- seratus ribu rupiah, dana tersebut dialokasikan untuk membesuk salah satu nasabah yang sakit, dan pada 19 Desember 2023 dengan dana sebesar Rp 500.000,- lima ratus ribu rupiah yang dialokasikan untuk tambahan dana bantuan banjir.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan ditemukan bahwa masyarakat ada yang menilai lembaga keuangan memiliki peran yang baik dalam peningkatan citra bank dan juga ada yang menilai kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan hanya semata mata untuk menarik nasabah saja. Kemudian berdasarkan penjelasan salah satu karyawan lembaga keuangan mengatakan meningkatkan citra bank perlu adanya aksi sosial yang baik. Dari jawaban yang diberikan oleh beberapa responden tersebut menarik

minat penulis untuk meneliti tentang pentingnya peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu dalam menaikkan atau meningkatkan citra lembaga keuangan syariah dimata masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis jelaskan, Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Keuangan Syariah di Mata Masyarakat Nagari Batu Balang**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan diatas, maka yang menjadi fokus penelitian pada penelitian ini adalah peran dari *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah BMT Amanah Ummat Batu Balang.

C. Sub Fokus Penelitian

1. Bagaimana bentuk peran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang.
2. Bagaimana bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang?
3. Bagaimana bentuk respon masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bentuk peran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang

3. Untuk mendeskripsikan bentuk respon masyarakat terhadap keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah menggunakan strategi *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah penelitian yang dilakukan untuk pengembangan ilmu manajemen perbankan syariah.

b. Manfaat Praktis

1) Manfaat Bagi Penulis

Manfaatnya yaitu dapat dijadikan pembelajaran dalam melakukan penelitian dan berguna dalam menyelesaikan tugas akhir studi.

2) Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan landasan untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas tentang *Corporate Sosial Responsibility*(CSR).

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini agar dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah, dan sebagai referensi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Operasional

Peran yang penulis maksud dalam judul penelitian ini adalah aspek dinamis dari kedudukan (status), apabila seseorang melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.(Syamsir, 2015)

Corporate Social Responsibility (selanjutnya dinyatakan dengan CSR) merupakan wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. CSR diartikan sebagai tindakan korporasi atau perusahaan besar

dalam memberikan tanggung jawabnya berupa materi seperti uang, peralatan, atau hadiah lainnya kepada komunitas, organisasi atau individu di wilayah di mana perusahaan tersebut beroperasi. Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perubahan orientasi CSR ini telah banyak memunculkan konsep baru yang sekarang dikenal dengan *corporate citizenship*. Agar pelaksanaan program CSR berjalan dengan baik, perusahaan harus melakukan, pertama, memberdayakan masyarakat dalam program pengembangan pasar dan pembentukan citra kepada masyarakat (*Community Development Program*). sehingga meningkatkan citra positif perusahaan dimasyarakat untuk dapat mengembangkan konsep *added value chain*. Kedua, menetapkan program dengan mendukung pendidikan dasar dan kejuruan, keamanan lingkungan, kesejahteraan masyarakat, kesehatan dan keamanan masyarakat (Bibiana, 2016).

Citra yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah seperangkat keyakinan ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaik. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau public relations. Citra adalah nilai-nilai kepercayaan yang telah diberikan individu-individu atau masyarakat tersebut. (Sultoni, 2019).

Lembaga Keuangan Syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Prinsip syariah Islam itu berbeda dengan perbankan atau lembaga keuangan konvensional. Lembaga Keuangan Syariah (LKS) pada saat ini telah ada dan berkembang cukup pesat di Indonesia, serta telah terdapat banyak varian Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia seperti Bank Syariah dan lembaga-lembaga keuangan lainnya. (Budiono, 2017)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Peran

a. Defenisi Peran

Di dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” Peran berarti pemain sandiwara (film), peran atau tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Dalam bahasa Inggris peran disebut “*role*” yang artinya adalah “*person’s task or duty in undertaking*” atau dalam bahasa Indonesia berarti “tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan”. Secara umum Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status), apabila seseorang melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. (Syamsir, 2015)

Menurut terminology peran adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh yang berkedudukan di masyarakat. Menurut Kazier, peran adalah seperangkap tingkah laku yang diharapkan orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar yang bersifat stabil. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan, keduanya tidak dapat dipisahkan karena saling bergantung satu sama lain. (Lano, 2017)

Dapat disimpulkan bahwa Peran adalah sebuah sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

b. Bentuk-Bentuk Peran

Peran atau *role* memiliki beberapa bentuk menurut Bruce J. Cohen yaitu sebagai berikut:

- 1) Peranan nyata (*Anacted Role*) adalah suatu cara yang betul-betul dijalankan seseorang atau sekelompok orang dalam menjalankan suatu peran.
- 2) Peranan yang dianjurkan (*Prescribed Role*) yaitu cara yang diharapkan masyarakat dari kita dalam menjalankan peranan tertentu.
- 3) Konflik peranan (*Role Conflck*) adalah suatu kondisi yang dialami seseorang yang meduduki suatu status atau lebih yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain.
- 4) Kesenjangan peranan (*Role Distance*) yaitu pelaksanaan peranan secara emosional.
- 5) Kegagalan peran (*Role Failure*) yaitu kegagalan seseorang dalam menjalankan peranan tertentu.
- 6) Model peranan (*Role Model*) adalah seseorang yang tingkah lakunya kita contoh,amati,tiru,diikuti.
- 7) Rangkaian atau lingkup peranan (*Role Set*) yaitu hubungan seseorang dengan individu lainnya pada saat dia sedang menjalankan perannya.(Afilaily, 2022)

c. Jenis-Jenis Peran

Berdasarkan jenisnya peran dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

- 1) Peran aktif, peran aktif merupakan peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya didalam kelompok sebagai aktifitas kelompok, seperti pengurus, pejabat dan lain sebagainya.
- 2) Peran partisipatif, yaitu peran yang diberikan oleh anggota kelompok kepada kelompoknya yang memberikan sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri.
- 3) Peran pasif, peran pasif ini merupakan sumbangan angoota kelompok yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan diri agar memberikan kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik.(Ahmad, 2020)

2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a. *Definisi Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola bisnisnya dengan mempertimbangkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk lingkungan, masyarakat, karyawan, dan komunitas setempat di luar perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu jenis strategi PR yang dapat digunakan untuk menciptakan citra positif perusahaan di mata pemangku kepentingan. Perusahaan diharapkan dapat melaksanakan program CSR khususnya di sektor perbankan syariah. Bagi perusahaan di bidang perbankan syariah, pelaksanaan program CSR menjadi semakin penting karena ia mencerminkan komitmen perusahaan dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang berlandaskan nilai-nilai Islam. (Ayu, 2023).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan tiga dimensi inti dari *Corporate Social Responsibility*:

- 1) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen, kontribusi, cara pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan pada perusahaan.
- 2) Komitmen, kontribusi, pengelolaan bisnis, dan pengambilan Keputusan perusahaan didasarkan pada akuntabilitas, mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan, memenuhi tuntutan etis, legal dan professional.
- 3) Perusahaan memberikan dampak nyata pada pemangku kepentingan dan secara khusus pada masyarakat sekitar

Definisi *Corporate Social Responsibility* menurut *World Business Council on Sustainable Development* adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap

pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Definisi lain *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan. (Cahyandito, 2012)

Menurut (Nur, 2019) mengatakan bahwa berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan tanggung jawab sosial adalah :

- 1) Keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat dalam memenuhi panggilan bahwa dirinya memiliki kepekaan terhadap masalah sosial ditengah masyarakat.
- 2) Meningkatkan nama baik perusahaan, simpati masyarakat, karyawan dan investor sehingga feedback secara ekonomi.
- 3) Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat; meningkatkan respon positif norma dan nilai masyarakat
- 4) Sesuai dengan kehendak investor; membantu program pemerintah seperti konservasi, pelestarian budaya, peningkatan pendidikan, lapangan kerja dll.

Aktivitas Program *Corporate Social Responsibility* Kotler dan Lee menyebutkan enam jenis aktivitas program *Corporate Social Responsibility*, yaitu :

- 1) *Cause Promotions* (Promosi kegiatan sosial)

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

2) *Cause Related Marketing* (Pemasaran terkait kegiatan sosial)

Perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilan untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.

3) *Corporate Societal Marketing*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4) *Corporate Philanthropy* (Kegiatan filantropis perusahaan)

Perusahaan memberi sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan tertentu

5) *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedangan eceran, atau para pemegang franchise agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.(Ismail, 2005)

Corporate Sosial Responsibility (CSR) memiliki berbagai bentuk program dalam pelaksanaannya tergantung pada kebijakan perusahaan. Dari pernyataan tersebut ada enam hal pokok yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain:

- 1) *Community Support*, antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
- 2) *Diversity*, antara lain merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik (cacat) atau ke dalam ras-ras tertentu.
- 3) *Employee Support*, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.

- 4) *Environment*, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan.
- 5) *Non-U.S operations*, perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan kerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*)
- 6) *Product*, perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinyu dan menggunakan kemasan yang bias di daur ulang (*recycled*).

Serta ada juga tiga hal pokok yang menjadi landasan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut :

- 1) *Corporate Social Responsibility Goals World Business Council and Sustainable Development* (1998) mendefinisikan CSR Goals sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam program yang mengacu pada tujuan, kebutuhan, kelayakan dan waktu pelaksanaan program. Setiap *Corporate Social Responsibility* memiliki tujuan dalam pelaksanaannya dan menyangkut beberapa hal yaitu diantaranya:
 - a) *Legal aspect* yaitu untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan yang mengaturnya.
 - b) *Social investment* yaitu untuk alasan pencitraan dengan tujuan image yang positif.
 - c) *Corporate strategy* yaitu CSR sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan misalnya dalam public relation strategy.
 - d) *Risk Management strategy* yaitu bertujuan untuk meredam dan menghindari konflik sosial.
- 2) *Corporate Social Responsibility Issue*

Isu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* banyak bersumber dari stakeholder sebagai pemangku kepentingan.

3) *Corporate Relations Program*

Dalam implementasi program CSR diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program *corporate social responsibility* dengan baik. Ismail Solihin menjelaskan kondisi berikut sebagai berikut :

- a) Implementasi mendapat dukungan dari manajemen puncak dalam keberlanjutan program
- b) Pola hubungan (*relationship*) diantara pihak-pihak yang terlibat dengan jelas.
- c) Program dapat memberikan efek hubungan terhadap objek dan Masyarakat.(Harahap, 2019)

3. Citra

a. Definisi citra

Secara garis besar citra adalah seperangkat keyakinan ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaik. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau public relations. Citra adalah nilai-nilai kepercayaan yang telah diberikan individu-individu atau masyarakat tersebut.

Citra (*image*) adalah penilaian seseorang atas munculnya perasaan dengan adanya reaksi mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau mengenai lembaga. Citra dibentuk dari pengetahuan, pemahaman, serta pengalaman seseorang tentang sesuatu. Perusahaan perlu membangun citra atas produknya melalui brand yang sudah dibangun. Upaya tersebut perlu dilakukan dengan memberikan informasi secara terus menerus. Sarana pemberian informasi adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.(Sultoni, 2019)

Dalam hal ini citra perusahaan merupakan suatu penglihatan, penilaian atau kesan dari publik dalam melihat perkembangan

perusahaan, citra juga merupakan aset penting dari perusahaan maupun organisasi. Memiliki citra yang baik di mata publik merupakan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, keuntungan jangka panjang tersebut meliputi kepercayaan publik terhadap layanan dan produk perusahaan. Hal tersebut membuktikan pentingnya citra positif perusahaan yang dapat menjadi salah satu penilaian publik dalam mengambil keputusan penting seperti mempercayai layanan maupun produk perusahaan hingga merekomendasikan kepada orang lain.(Prasiska, 2017)

b. Jenis-jenis Citra

Adapun Jenis-jenis dari citra yaitu sebagai berikut :

1) Citra Cermin (*Mirror image*)

Citra yang diperoleh dari kesan baik orang lain tentang selalu merasa dalam posisi baik, tanpa mengacuhkan kesan orang luar

2) Citra kini (*current image*)

Citra yang diperoleh dari kesan baik orang lain tentang perusahaan/organisasi atau hal yang lain berkaitan dengan produknya.

3) Citra keinginan (*wish image*)

Citra yang ingin dicapai oleh pihak manajemen, terhadap lembaga/ perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal, menyenangkan, dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan oleh publiknya atau masyarakat umum.

4) Citra perusahaan (*corporate image*)

Berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, sampai berkaitan pada tanggung jawab sosial.

5) Citra penampilan (*performance image*)

Menurut PR Smith “*Corporate image is a perception and embraces everything from the visual impression of a corporate logo to observation and experience of product, service, and corporate behavior in general. Corporate image is a result of everything a company does (or does not do)*”.(Junior, 2019)

Citra perusahaan adalah kesan yang menggambarkan pandangan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Citra perusahaan dihasilkan dari riwayat kesuksesan, kestabilan di bidang keuangan, kualitas produk. Citra perusahaan sangat membantu untuk mempromosikan pemahaman konsumen tentang produk atau layanan yang disediakan. Bertanggung jawab atas perusahaan tertentu dan kurangi ketidakpastian. Harga adalah nilai suatu komoditas dalam mata uang. Pada bank syariah, harga yaitu nisbah. Nisbah merupakan rasio bagi hasil antara bank dengan nasabah atas semua transaksi menggunakan akad bagi hasil dan jumlahnya sesuai dengan perjanjian di awal. (Nada Alfiyyah, 2021)

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

- 1) Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima sebagaimana diinginkan oleh kelompok khalayak sasaran.
- 2) Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas dan kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi khalayak sasaran.
- 3) Citra yang baik tersebut, telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan, kebanggaan, dan nilai-nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran.
- 4) Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatannya.
- 5) Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggung jawab perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup, menggunakan

teknologi ramah lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.(Rachman, 2018)

d. Peran Citra

Kanaidi mengidentifikasi terdapat empat peran citra dalam organisasi, antara lain :

- 1) Citra menceritakan harapan bersama dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi dari mulut ke mulut. Citra mempunyai dampak pada adanya pengharapan. Citra positif lebih memudahkan bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan membuat orang-orang lebih mudah mengerti dengan komunikasi dari mulut ke mulut.
- 2) Citra sebagai penyaring yang memengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Kualitas teknis dan khususnya kualitas fungsional dilihat melalui saringan ini, jika citra baik, maka citra bias menjadi pelindung.
- 3) Citra adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen. Ketika konsumen membangun harapan dan realitas dalam bentuk teknis dan fungsional dan hal-hal itu dirasakan memenuhi citra, maka citra akan mendapatkan penguatan dan bahkan meningkat.
- 4) Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen. Citra yang negatif dan tidak jelas akan berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan dan hubungan dengan konsumen. Sebaliknya citra positif dan jelas, misalnya citra organisasi yang sangat baik secara internal menceritakan nilai-nilai yang jelas dan menguatkan sikap positif terhadap organisasi.(Rifai, 2020)

Adapun indikator pengukuran citra perusahaan yang digunakan, dimana pemilihan indikator ini disesuaikan dengan subyek dan kebutuhan penelitian, yaitu sebagai berikut :

- 1) *Personality* (Kepribadian), yaitu bertanggung jawab atas produk yang dijual kepada konsumen.

- 2) *Recognition* (Pengenalan), yaitu sudah dikenal dan tidak asing di mata konsumen.
- 3) *Affinity* (Daya Tarik), yaitu memiliki suatu daya tarik bagi konsumen.
- 4) *Corporate Identity* (Identitas Perusahaan), yaitu identitas yang jelas dan dapat dipercaya.
- 5) *Reputation* (Reputasi), yaitu mempunyai reputasi (track record) yang baik di mata konsumen. (Catur, 2018)

4. Lembaga Keuangan Syariah

a. Definisi Lembaga Keuangan Syariah

Financial institution (Lembaga Keuangan) merupakan suatu perusahaan yang usahanya bergerak dibagian jasa keuangan, kegiatan yang dilakukan oleh lembaga ini akan selalu berkaitan dengan bidang keuangan seperti penghimpunan dana masyarakat dan jasa-jasa keuangan lainnya. Berdasarkan UU No. 14 Tahun 1967 tentang pokok-pokok Perbankan, pasal 1.b menyebutkan bahwa Lembaga Keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya di bidang keuangan menarik uang dari masyarakat dan menyalurkannya ke masyarakat. Ada juga beberapa pendapat tentang pengertian dari Lembaga Keuangan, yaitu :

- 1) Menurut SK. Menkeu RI No. 792 1990, Lembaga Keuangan adalah semua badan yang yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.
- 2) Abdulkadir Muhammad mengartikan Lembaga Keuangan (*financial institution*) merupakan badan usaha yang memiliki kekayaan dalam

bentuk aset keuangan (*financial assets*). Kekayaan berupa aset keuangan ini digunakan untuk menjalankan usaha di bidang jasa keuangan, baik penyediaan dana untuk membiayai usaha produktif dan kebutuhan konsumtif, maupun jasa keuangan bukan pembiayaan.

- 3) Kasmir juga berpendapat bahwa Lembaga Keuangan itu adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya.(Afrianty, n.d.)

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan adalah lembaga yang memiliki kegiatan yang berkaitan dengan keuangan, baik dlam hal menghimpun atupun menyalurkan dana bahkan kedua-duanya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

Lembaga Keuangan Syariah secara esensial berbeda dengan Lembaga Keuangan Konvensional baik dlam tujuan, mekanisme, kekuasaan, ruang lingkup serta tanggung jawabnya. Lembaga Keuangan Syariah (*Syariah Financial Institution*) memiliki pengertian sebagai suatu badan usaha atau institusi yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset-aset keuangan(*financial assets*) maupun non *financial assets* atau *assets riil* berlandaskan konsep syariah. Berdasarkan Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI, 2003,Lembaga Keuangan Syariah itu adalah seluruh badan yang aktifitasnya ada di bidang keuangan, menghimpun serta menyalurkan dana kepada para warga terlebih untuk melakukan pembiayaan terkait investasi perseroan dengan prinsip syariah.(M.Arif, 2012)

Dari pengertian yang tercantum diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Lembaga Keuangan Syariah mencakup semua aspek keuangan baik persoalan perbankan maupun kerjasama pembiayaan, keamanan dan asuransi perusahaan, dan lain sebagainya yang berlangsung diluar konteks perbankan.

Lembaga Keuangan Syariah ini juga dibedakan menjadi dua yaitu:

- 1) Lembaga Keuangan Depository Syariah (*depository financial institution syariah*) yang disebut sebagai lembaga keuangan bank syariah
- 2) Lembaga Keuangan Syariah Non Depository (*non depository financial institution syariah*) yang disebut sebagai lembaga keuangan syariah bukan bank. (Fatah, 2010)

b. Peran dan Fungsi Lembaga keuangan Syariah

Secara umum, lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan. Intermediasi keuangan merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah, maupun individu (rumah tangga) untuk penyediaan dana bagi unit ekonomi lain. Intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari unit surplus ke unit ekonomi deficit.

Lembaga intermediasi keuangan berdasarkan kemampuannya menghimpun dana dari masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam 2 golongan, yaitu lembaga keuangan depository dan lembaga keuangan nondepository.

- 1) Lembaga keuangan depository menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan (deposit) misalnya giro, tabungan atau deposito berjangka yang diterima dari penabung atau unit surplus. Unit surplus dapat berasal dari perusahaan, pemerintah, dan rumah tangga yang memiliki kelebihan pendapatan. setelah dikurangi kebutuhan untuk konsumsi. Lembaga keuangan yang menawarkan jasa-jasa seperti ini adalah bank.
- 2) Lembaga keuangan non depository atau disebut juga lembaga keuangan non bank adalah lembaga keuangan yang lebih terfokus kepada bidang penyaluran dana dan masing-masing lembaga keuangan mempunyai ciri-ciri usahanya sendiri. Adapun jenis lembaga keuangan yang kegiatan usahanya bersifat kontraktual,

lembaga keuangan investasi, dan perusahaan pembiayaan yang menawarkan jasa pembiayaan sewa guna usaha, pembiayaan konsumen dan kartu kredit. (Muheramtohad, 2017)

Peran dan fungsi lembaga keuangan syariah diantaranya memenuhi kebutuhan masyarakat akan dana sebagai sarana untuk melakukan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah misalnya mengonsumsi suatu barang, tambahan modal kerja, mendapatkan manfaat atau nilai guna suatu barang, atau bahkan permodalan awal bagi seseorang yang mempunyai usaha prospektif namun padanya tidak memiliki permodalan berupa keuangan yang memadai.

Secara terperinci fungsi lembaga keuangan syariah yaitu :

- 1) Pengalihan aset (asset transmutation) Bank dan lembaga keuangan nonbank akan memberikan pinjaman kepada pihak yang membutuhkan dana dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
- 2) Transaksi (transaction) Bank dan lembaga keuangan nonbank memberikan berbagai kemudahan kepada pelaku ekonomi untuk melakukan transaksi barang dan jasa.
- 3) Likuiditas (liquidity) Unit surplus dapat menepatkan dana yang dimiliki dalam bentuk prpsuk-produk berupa giro, tabungan, deposito dan sebagainya.
- 4) Efisiensi (Efficiency) Bank dan lembaga nonbank dapat menurunkan biaya transaksi dengan jangkauan pelayanan. Peranan bank dan lembaga keuangan nonbank sebagai broker yaitu mempertemukan pemilik dan pengelola modal. Lembaga keuangan memperlanvarkan dan mempertemukan pihak-pihak yang saling membutuhkan. Peran lembaga keuangan syariah :
 - a) Membantu dunia usaha dalam meningkatkan produktivitas barang/jasa
 - b) Memperlancar distribusi barang

c) Mendorong terbukanya lapangan pekerjaan(M. Nur Rianto, 2012)

c. Prinsip Manajemen dalam Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah merupakan salah satu instrumen yang di gunakan untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam bidang keuangan. Lembaga ini merupakan bagian dari sistem ekonomi syariah. Sebagai bagian dari sistem ekonomi , lembaga keuangan syariah tersebut merupakan bagian dari keseluruhan sistem sosial. Oleh karenanya, keberadaannya harus di pandang dalam konteks keseluruhan keberadaan masyarakat, serta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan.

Lembaga keuangan syariah sebagai bagian dari sistem ekonomi syariah, dalam menjalankan bisnis dan usahanya juga tidak terlepas dari nilai nilai syariah, oleh karena itu, lembaga keuangan syariah tidak akan mungkin membiayai usaha-usaha yang di dalamnya teerkandung hal-hal yang diharamkan. Demikian pula dengan proyek yang menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat luas atau berkaitan dengan perbuatan asusila, perjuan, peredaran narkoba, senjata ilegal, serta proyek yang dapat merugikan syiar islam. Untuk itu, dalam struktur organisasi lembaga keuangan syariah harus terdapat Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi produk dan operasional lembaga tersebut.(Soemitra, 2009)

Ciri-ciri sebuah lembaga keuangan syariah dapat dilihat dari hal-hal sebagai berikut:

- 1) Dalam menerima titipan dan investasi, lembaga keuangan
- 2) syariah harus sesuai dengan fatwa dewan pengawas syariah .
- 3) Hubungan antara investor (penyimpan dana), penggunaan dana, dan lembaga keuangan syariah sebagai intermediary institution, berdasarkan kemitraan, bukan hubungan debitur-kreditor.
- 4) Bisnis lembaga keuangan syariah bukan hanya berdasarkan profit orianted, tetapi juga falah orianted yakni kemakmuran di dunia dan kebahagiaan di akhirat.

- 5) Konsep yang di gunakan dalam transaksi lembaga syariah berdasarkan prinsip kemitraan bagi hasil, jual beli atau sewa menyewa guna transaksi komersial, dan pinjam meminjam (cash/kredit) guna transaksi sosial.
- 6) Lembaga keuangan syariah hanya melakukan investasi yang halal dan tidak menimbulkan kemudharatan serta tidak merugikan syair islam.

Dalam membangun sebuah usaha, salah satu yang dibutuhkan adalah modal. Modal dalam pengertian ekonomi syariah, bukan hanya uang tetapi meliputi materi, baik berupa uang ataupun materi, baik berupa materi lainnya, serta kemampuan dan kesempatan. Salah satu modal yang terpenting adalah sumber daya insani yang mempunyai kemampuan di bidangnya. Sumber daya insani yang dibutuhkan oleh lembaga keuangan syariah adalah seseorang yang mempunyai kemampuan profesionalitas yang tinggi, karena kegiatan usaha lembaga keuangan secara umum merupakan usaha yang berlandasan kepada kepercayaan masyarakat.(Mardian, 2019)

d. Pembagian Lembaga Keuangan Syariah

Pembagian Lembaga Keuangan Syariah ini dibedakan menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank (*Bank Financial Institution*) dan lembaga keuangan non bank(*Nonbank Financial Institution*). Lembaga keuangan bank (*Bank Financial Institution*) merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan dibidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya lagi ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Lembaga keuangan bank diatur dalam Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan *juncto* Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Undang-Undang No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia *juncto*, Undang-Undang No.3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia dan untuk perbankan syairiah diatur dalam Undang-Undang No.21 tahun 2008.

Sedangkan Lembaga Keuangan non bank (LKNB/*Nonbank Financial Institution*) adalah badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dengan jalan mengeluarkan surat berharga dan menyalurkan kepada masyarakat guna membiayai investasi perusahaan. Lembaga Keuangan non bank diatur dengan Undang-Undang yang mengatur masing-masing bidang usaha jasa keuangan nonbank. Berikut beberapa Undang-Undang yang dimaksudkan:

- 1) UU No. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian
- 2) UU No. 11 Tahun 1992 Tentang Dana Pensiun
- 3) UU No. 8 Tahun 1985 Tentang Pasar Modal
- 4) UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- 5) UU No. 19 Tahun 2008 Tentang Surat Berharga Syariah Negara (Kolistiawan, 2017)

Ada juga beberapa peraturan yang dikeluarkan oleh Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam dan LK) dan Fatwa Dewan Syariah Nasional, diantara peraturan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Peraturan Ketua Bapepam dan LK No. Per-03/BL/2007 tentang Kegiatan Perusahaan Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah
- 2) Peraturan Bapepam dan LK No. Per-04/BL/2006 Tentang Akad-akad yang digunakan dalam Kegiatan Perusahaan Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah
- 3) Fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Mudharabah
- 4) Fatwa DSN-MUI No.20/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi untuk Reksa Dana Syariah
- 5) Fatwa DSN-MUI No.32/DSN-MUI/IX/2002 Tentang Obligasi Syariah (Sukuk)
- 6) Fatwa DSN-MUI No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

Pembagian diatas untuk membedakan tugas dan fungsinya. Bahwa lembaga keuangan bank dibolehkan menarik dana langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, sedangkan lembaga keuangan nonbank tidak diperkenankan melakukan kegiatan menarik dana langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Dilihat dari fungsinya bahwa lembaga keuangan bank merupakan lembaga intermediasi keuangan, sedangkan lembaga nonbank tidak termasuk kedalam ketegori lembaga intermediasi keuangan.(Dahniaty, 2021)

Berdasarkan pembagian yang tercantum diatas, maka yang termasuk dalam Lembaga Keuangan Syariah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Nonbank yaitu:

- 1) Lembaga Keuangan Syariah Bank
 - a) Bank Umum Syariah
 - b) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
- 2) Lemabaga Keuangan Syariah Nonbank
 - a) Bait al-Mal wa al-Tanwil/koperasi
 - b) Pegadaian Syariah
 - c) Asuransi Syariah
 - d) Pasar Modal Syariah
 - e) Dana Pensiun Syariah
 - f) Lembaga Zakat
 - g) Lembaga Wakaf(Asnaini & Yustati, 2017)

Tabel 2. 1
Perbedaan Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Nonbank

Kegiatan	Bank	Nonbank
Penghimpunan Dana	1. Secara langsung berupa simpanan dana masyarakat (tabungan, deposito dan giro) 2. Secara tidak langsung dari masyarakat dari masyarakat (surat berharga, penyertaan, pinjaman/kredit dari lembaga lain.	Hanya secara tidak langsung dari masyarakat (terutama melalui kertas berharga, dan bisa juga dari penyertaan, pinjaman/kredit dari lembaga keuangan lain).
Penyalur Dana	1. Untuk tujuan modal kerja, investasi dan konsumsi 2. Kepada badan usaha dan individu 3. Untuk jangka pendek, menengah dan panjang	1. Terutama untuk tujuan investasi 2. Terutama kepada badan usaha 3. Terutama untuk jangka menengah dan panjang.

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Lembaga Keuangan Bank berkegiatan menghimpun dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat sedangkan pada Lembaga Keuangan Nonbank menghimpun dana tidak secara langsung akan tetapi hanya menghimpun dari anggota atau peserta (misal, anggota pada koperasi dan BMT syariah menarik premi atau asuransi syariah) dan Lembaga Keuangan Nonbank memberikan penyaluran dana kepada masyarakat.(Muslihun, 2020)

5. Masyarakat

a. Definsi Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok individu yang tinggal dalam suatu tempat tertentu, saling berinteraksi dalam waktu yang relatif lama, mempunyai adatistiadat dan aturanaturan tertentu dan lambat laun membentuk sebuah kebudayaan. Masyarakat juga merupakan sistem sosial yang terdiri dari sejumlah komponen struktur sosial yaitu: keluarga, ekonomi, pemerintah, agama, pendidikan, dan lapisan sosial yang terkait satu sama lainnya, bekerja secara bersama-sama, saling berinteraksi, berelasi, dan saling ketergantungan (Afandi, 2019).

Menurut Peter L. Berger masyarakatadalah suatu keseluruhan kompleks hubungan manusia yang luas sifatnya.Keseluruhan yang kompleks sendiri berarti bahwa keseluruhan itu terdiri atas bagian-bagian yang membentuk suatu kesatuan. Menurut Soerjono Soekanto, masyarakat pada umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- 1) Manusia yang hidup bersama, sekurang-kurangnya terdiri atas dua orang;
- 2) Bercampur/bergaul dalam jangka waktu yang cukup lama
- 3) Sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan
- 4) Merupakan suatu sistem hidup bersama. (Margayaningsih, 2018).

b. Peran Masyarakat

Peran masyarakat adalah keikutsertaan individu, keluarga dan kelompok masyarakat dalam setiap menggerakkan upaya kesehatan yang juga merupakan tanggung jawab kesehatan diri, keluarga, dan masyarakat. Peran masyarakat adalah proses untuk :

- 1) Menumbuhkan dan meningkatkan rasa tanggung jawab
- 2) Mengembangkan kemampuan untuk bisa menyadari akan pentingnya kesehatan.

Peran masyarakat dalam bidang kesehatan adalah keadaan dimana individu, keluarga maupun masyarakat umum ikut serta

bertanggung jawab terhadap kesehatan diri, keluarga ataupun kesehatan masyarakat lingkungannya. Tujuan peran masyarakat untuk:

- 1) Meningkatkan peran dan kemandirian, dan kerjasama dengan lembaga lembaga non pemerintah yang memiliki visi yang sesuai;
- 2) Meningkatkan kuantitas jejaring kelembagaan dan organisasi non pemerintah dan masyarakat;
- 3) Memperkuat peran aktif masyarakat dalam setiap tahap dan proses pembangunan melalui peningkatan jaringan kemitraan dengan masyarakat (Margayaningsih, 2018).

c. Unsur- Unsur Masyarakat

- 1) Manusia hidup bersama minimal terdiri dari dua orang.
- 2) Adanya kesadaran bahwa setiap manusia merupakan bagian dari suatu kesatuan.
- 3) Telah berjalan dengan waktu yang lama dan bertempat tinggal dalam daerah yang tertentu.
- 4) Adanya aturan (undang-undang) yang mengatur mereka bersama, untuk maju kepada suatu cita-cita yang sama.(Kamanto, 2000)

d. Tipe Masyarakat

Dilihat dari sudut antropologi, masyarakat mempunyai dua kecenderungan tipe yaitu :

- 1) Suatu masyarakat kecil yang belum begitu kompleks, yang belum mengenal pembagian kerja, belum mengenal tulisan, dan teknologinya relative sederhana. Suatu masyarakat yang strukturnya dan aspek-aspeknya masih dapat dipelajari sebagai suatu kesatuan.
- 2) Masyarakat yang sudah kompleks, yang sudah jauh menjalankan spesialisasi dalam segala bidang, karena ilmu pengetahuan modern sudah maju, teknologi maju, sudah mengenal tulisan. Suatu masyarakat yang sukar dilihat sekaligus segi-segi kegiatannya, dan hanya diselidiki dengan baik.(Tarwiyani, 2016)

B. Kajian Relevan

Adapun penelitian relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu:

Intan Nur Fadillah (2023, Indonesia Journal Of Management and Accounting), ia telah melaksanakan penelitian tentang **Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah di Masyarakat**, tujuan penelitian ini adalah untuk menghimpun dan menganalisis artikel – artikel terkait dengan peran *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dalam meningkatkan citra positif bank syariah di masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literature review. Hasil dari penelitian ini adalah (1) *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* berperan penting dalam meningkatkan citra perusahaan perbankan syariah di Indonesia, (2) implementasi CSR memiliki dampak positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat terhadap lembaga perbankan syariah dan juga merupakan investasi jangka panjang yang memastikan eksistensi yang berkelanjutan di masa depan bagi bank syariah di Indonesia. Adapun persamaan penelitian ini yang penulis lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Nur Fadillah adalah tentang Peran *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah di Masyarakat. Sedangkan perbedaan antara penelitian yang penulis lakukan ini dengan penelitian yang di lakukan Intan Nur Fadillah adalah alokasi penelitian. Pada penelitian yang penulis lakukan lokasinya pada Nagari Batu Balang, sedangkan dalam penelitian Intan Nur Fadillah tidak menjelaskan lokasi penelitiannya.

(Omi Pramiana, 2018) (Journal Setiedewantara), ia telah melaksanakan penelitian tentang Implementasi *Corporate Social Resposibility (CSR)* Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada BMT Masalah Kantor Cabang Pembantu Sumobito Jombang apakah sudah sesuai dengan perspektif *Syariah Enterprise Theory*. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif

kualitatif, sumber data diperoleh dari observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada BMT Masalah Kantor Cabang Pembantu telah dilakukan *Syariah Enterprise Theory* (SET). (2) BMT Masalah telah melaksanakan *Corporat Social Resposibility* (CSR) akuntabilitas vertical terhadap Allah SWT yang dapat dianggap sebagai upaya koperasi untuk memenuhi prinsip syariah. (3) BMT Masalah telah melaksanakan *Corporat Social Responsibility* (CSR) Akuntabititas horizontal terhadap nasabah yang dilakukan BMT Masalah Kantor Cabang Pembantu Sumobito Jombang dengan memberikan bantuan pembiayaan kepada UMKM. (4) BMT Masalah telah melaksanakan *Corporat Social Responsibility* (CSR) Akuntabititas horizontal Inderict Stakeholders komunitas yang dilakukan BMT Masalah dengan memberikan kepedulian kepada pihak-pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi (baik secara keuangan maupun non keuangan). Adapun persamaan penelitian ini yang penulis lakukan dengan penelitian Omi Pramiana adalah sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu tempat dan lokasi penelitiannya.

(Eka Budi,2019) (Jurnal Komunikasi, Politik,dan Sosiologi), ia telah melaksanakan penelitian ini dengan judul Peran Public Relation Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Pada PT. Angkasa Pura I (PERSERO) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *public relation* PT.Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo baik dalam meningkatkan citra perusahaan melalui program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah (1) peran *public relation* yang dijalankan humas PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Frans Kaisiepo Biak merupakan aktivitas publikasi dalam menyampaikan informasi kepada

masyarakat tentang kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang telah dilaksanakan oleh staff *corporate social responsibility* perusahaan. (2) Program kemitraan dan bina lingkungan sudah sesuai dengan prinsip *corporate social responsibility* yang berkelanjutan, akuntabel dan transparan. Adapun persamaan penelitian ini yang peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Budi Riatno adalah sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan citra perusahaan. Sedangkan perbedaan antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Rudi Riatno yaitu terkait waktu dan tempat penelitiannya.

(Afriani, 2023) (Jurnal Riset Terapan Akuntansi), ia telah melaksanakan penelitian tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Masyarakat Pada PT. Pratomo Putra Teknik Palopo, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Metode penelitian ini menggunakan sumber data deskriptif kualitatif , observasi, dan wawancara. Hasil penelitian ini yaitu (1) menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial karena CSR memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat. (2) pelaksana *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Pratomo Putra Teknik Palopo yang memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan kualitas hidup dan citra perusahaan di mata masyarakat melalui program CSR, karena perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa bantuan pelayanan baik di lingkungan perusahaan itu sendiri, karena masyarakat itu merupakan unsur terpenting dari program tanggung jawab sosial perusahaan. adapun persamaan penelitian ini yang penulis lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afriani yaitu sama-sama membahas tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Dan adapun perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan Afriani yaitu lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. *Field Research* merupakan pendekatan yang lebih menekankan pada pengambilan simpulan yang bersifat induktif serta analisis terhadap dinamika hubungan antara fenomena yang terjadi dengan logika ilmiah penulis. Dalam hal ini penulis menjelaskan peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra lembaga keuangan di mata masyarakat Nagari Batu Balang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Nagari Batu Balang, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat.

Tabel 3. 2
Rencana Waktu Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu Rancangan Penelitian 2024 – 2025				
		Mei	Juni- Juli	Agus	Sept - Nov	Des - Jan
1	Obeservasi Awal					
2	Pengajuan Proposal					
3	Bimbingan Proposal					
4	Seminar Proposal					
5	Revisi Proposal					
6	Pengumpulan Data Penelitian					
7	Pengolahan Data Penelitian					
8	Bimbingan Skripsi					
9	Munaqasyah					

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah proses menjelaskan kebenaran dari suatu permasalahan dengan menggunakan metode ilmiah. Instrumen penelitian dirancang sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang dipakai sebagai dasar penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen utama penelitian adalah peneliti atau penulis sendiri dan instrumen pendukungnya adalah handphone dan daftar wawancara.

D. Sumber Data

Sumber data primer merupakan sumber yang langsung diambil dari subjek penelitian dengan memakai alat ukur dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan melalui informan yang sudah ditentukan sebelumnya yaitu wawancara dengan masyarakat di Nagari Batu Balang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan berbagai cara. Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan metode pengumpulan data yaitu dengan metode wawancara atau interview dan Teknik dokumentasi.

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Dan wawancara juga dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan data dengan bertanya langsung secara bertatap muka dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian (Azizi & Rachmadi, 2020)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara bersama masyarakat di Nagari Batu Balang, untuk memperoleh informasi lengkap yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Studi

dokumen merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian yang akan dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen . Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani (Wardani, 2022).

F. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah suatu proses atau upaya pengelolaan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan dapat berguna untuk solusi pada suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian (Paskalia, 2020).

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan teknik analisis yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data guna untuk memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan, atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting tentang temuan dan maknanya.

2. Penyajian Data

Penyajian dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, tabel. Tujuan sajian data adalah untuk mengabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Dalam hal ini agar peneliti tidak kesulitan dalam penguasaan informasi baik secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian.

3. *Verification*

Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan terakhir.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini untuk menjamin keabsahan data dari penulis memakai cara triangulasi sumber, dimana penulis menggali kebenaran tertentu melalui berbagai pihak terkait di Nagari Batu Balang. Setelah itu untuk menjamin keabsahan data tersebut penulis kembali melakukan wawancara dan mewawancarai kembali sumber-sumber terkait.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah BMT Amanah Ummat

BMT Amanah Ummat didirikan pada tanggal 9 Juli 2009, akta pendirian oleh Rizky Rahmadani, SH,M.Kn pada tanggal 5 Mei 2010. Dengan jumlah pendiri 22 Orang dan jumlah pengurus 3 Orang. No Badan Hukum 09/BH/III.2/2010. NPWP 03.246.902.5.204. SIUP 035/KPPT/514/LK/PB/I/2011. TDP 0309200711. Surat keterangan domisili lembaga 020/SITU.KPPT-LK/I/2011. BMT Amanah Ummat beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 115.523.000,- (seratus lima belas juta lima ratus dua puluh tiga ribu rupiah) dengan status kantor sewa. BMT Amanah Ummat kerjasama dengan Bank Syariah Mandiri Payakumbuh, Bank Muamallat Payakumbuh, dan PT Pos Indonesia.

Maksud dan tujuan dari pendirian BMT Amanah Ummat yaitu untuk mempermudah anggota dan/ atau masyarakat mendapatkan sumber keuangan yang menguntungkan dan sesuai syariah, melahirkan individu yang memiliki kewirausahaan, menjadi gerakan ekonomi rakyat berbasis mesjid, menyantuni masyarakat yang kurang mampu melalui pengelolaan dana zakat, dan meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota secara khusus dan masyarakat pada umumnya (Dokumen BMT Amanah Ummat).

2. Visi dan Misi BMT Amanah Ummat

a. Visi

Menjadi koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah yang profesional, amanah, jujur, menyantuni, dan menguntungkan menuju keshalehan sosial dan ekonomi.

b. Misi

- 1) Membantu anggota dan masyarakat supaya berhasil dalam pengelolaan keuangan keluarga/usaha dan mengupayakan BMT

Amanah Ummat mencapai total asset Rp 8.000.000.000 (lima milyar rupiah) dan keuntungan Rp 375.000.000 (tiga ratus tujuh puluh lima juta rupiah) pada tahun 2025

- 2) Membangun dan mengembangkan sistem ekonomi syariah dalam aktifitasnya

3. Struktur Organisasi BMT Amanah Ummat

a. Pengurus

Jumlah pengurus 3 orang untuk periode 2024 terdiri dari:

Ketua : Ir. H. Irham Said
 Sekretaris : Yesi Sofiana, S.E
 Bendahara : Iswandi

b. Pengawas

Jumlah pengawas 3 orang untuk periode 2024 terdiri dari:

Ketua : Edi Kusuma, SEI,MM
 Anggota : Hj. Debi Yona AM. AK
 Anggota : Zuriati Adimin

c. Badan Pembina

Pimpinan daerah KJKS BMT Amanah Ummat

d. Dewan penasihat syariah

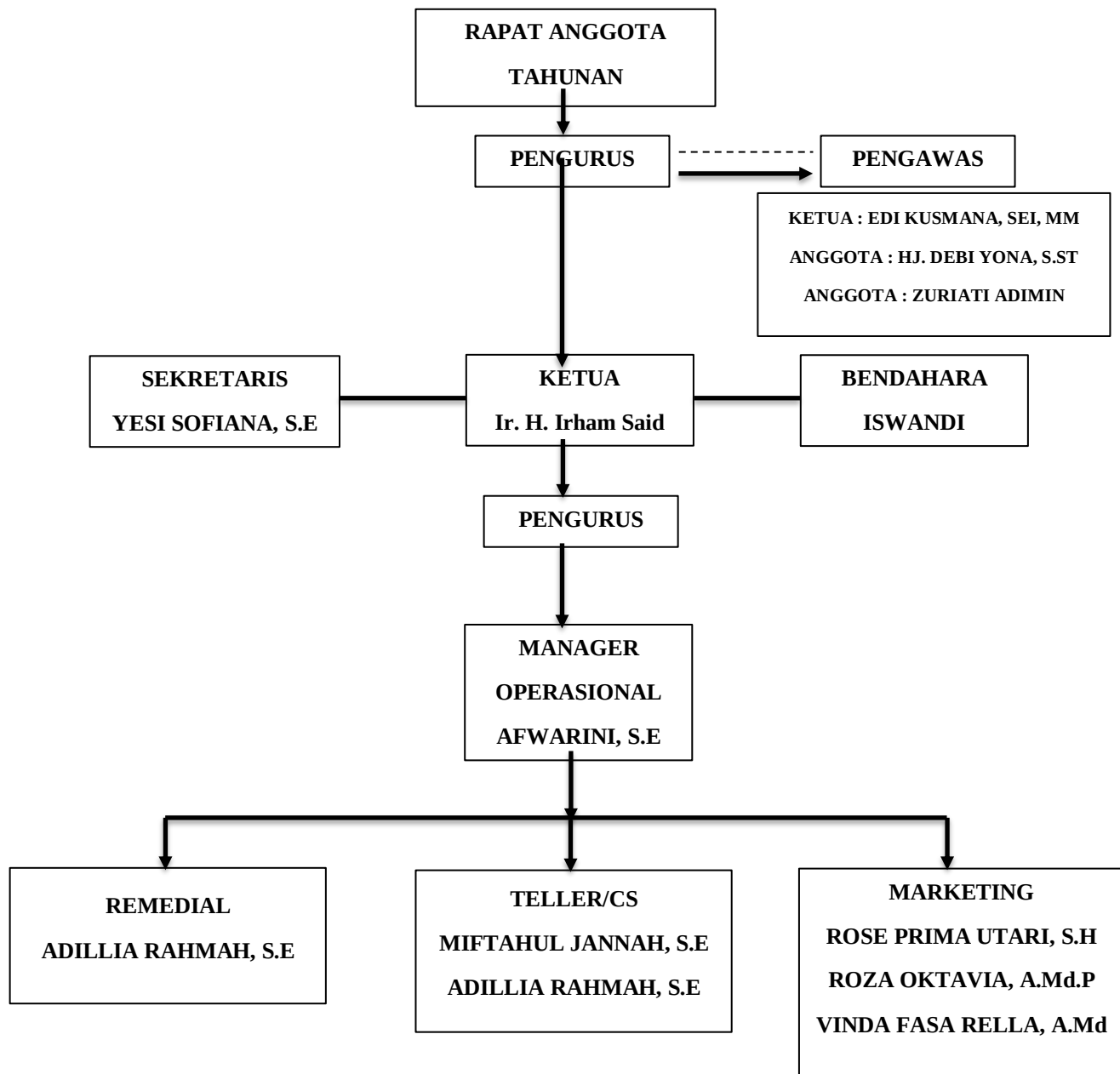
e. Manajemen

Untuk menjalankan atau mengelola KJKS BMT Amanah Ummat, pengurus sudah menunjuk beberapa pengelola yang akan bekerja di KJKS BMT Amanah Ummat yaitu:

Manager : Afwarini, S.E
 Remedial : Adillia Rahmah, S.E
 Teller/CS : Miftahul Jannah, S.E
 Adillia Rahmah, S.E
 Marketing : Rose Prima Utari
 Roza Oktavia, A,Md.P
 Vinda fasa Rella, A.Md

Karyawan Baru 2024 : -

Adapun stuktur organisasi keseluruhan sebagai berikut:



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi BMT Amanah Ummat

4. Produk-produk BMT Amanah Ummat

Kegiatan usaha yang dikelola oleh KJKS BMT Amanah Ummat selama beberapa tahun ini adalah pelayanan tabungan berupa tabungan dan

deposito dan juga pelayanan pembiayaan. Produk-produk BMT Amanah Ummat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Usaha pelayanan simpanan yang berupa tabungan dan deposito yang dikumpulkan dari anggota KJKS BMT Amanah Ummat yang berupa

1) Tabungan wadiah

Produk ini merupakan titipan dana anggota di BMT Amanah Ummat yang dijamin kemanannya yang sewaktu-waktu dapat diambil dimana anggota dimungkinkan akan mendapatkan bonus atas titipannya.

2) Tabungan mudharabah

Produk ini merupakan jenis investasi dalam bentuk tabungan anggota BMT Amanah Ummat yang sewaktu-waktu dapat diambil dimana anggota mendapatkan bagi hasil atas investasinya tersebut.

3) Simpanan berjangka/deposito

Merupakan simpanan berjangka yang dapat dicairkan nasabah setelah waktu tertentu yang menjanjikan bunga tetap.

4) Tabungan siswa

Merupakan jenis tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang masih berada di jenjang pendidikan atau masih berstatus sebagai pelajar, tabungan ini bertujuan untuk mendorong budaya menabung sejak dini dan melatih disiplin keuangan sedari dini.

5) Tabungan qurban

Tabungan qurban adalah simpanan yang dirancang khusus untuk persiapan qurban pada tahun yang diinginkan. Jumlah uang yang disetorkan tetap, misal 100.000 per bulan selama 1 tahun. Jumlah yang disetor dan jangka waktunya berdasarkan kesepakatan antara anggota dan BMT Amanah Ummat.

6) Tabungan fitrah aqiqah

7) Tabungan haji

Tabungan haji adalah jenis tabungan yang khusus diperuntukkan bagi nasabah yang berencana menunaikan ibadah haji dimasa yang akan datang.

b. Usaha pelayanan pembiayaan berupa

1) Pembiayaan dengan akad murabahah (jual beli)

Akad murabahah merupakan jenis transaksi jual-beli suatu barang, dimana BMT Amanah Ummat menyebutkan harga jual yang terdiri dari harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu (*margin*) atas barang, dimana harga jual tersebut disetujui oleh nasabah. Jual beli barang dengan penyerahan barang secara langsung dan pembayaran secara angsuran. Dalam hal ini, BMT Amanah Ummat menyerahkan barang bukan uang.

2) Pembiayaan dengan akad ijarah multijasa (sewa)

Merupakan kontrak yang melibatkan suatu barang (sesuai harga) dengan jasa atau mamfaat atas barang lainnya yang ditawarkan oleh BMT Amanah Ummat.

3) Pinjaman kebajikan (*al-qard*)

Merupakan pinjaman yang didasarkan pada prinsip tolong-menolong yang bertujuan unntuk membantu anggota yang membutuhkan

c. Usaha pengumpulan zakat / wakaf yang akan diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan.

d. Payment poin jasa layanan bekerja sama dengan:

1) PT Pos Indonesia dengan pelayanan seperti:

- a) Pembayaran listrik
- b) Pembayaran air PDAM
- c) Telkom pay. Ex Speedy
- d) Cicilan kredit. Ex: tagihan leasing FIF, Adira, dll
- e) Bayar tagihan televisi berlangganan seperti: Top TV, Indovision, dll

- f) Bayar BPJS
- g) Pulsa prabayar dan pascabayar
- h) E-Money
- 2) SGA Tour dan Travel dalam
 - a) Penjualan tiket pesawat
 - b) Umrah dan haji
 - c) Study tour dalam dan luar negeri
- e. Kerja sama dengan Bank Syariah Mandiri Payakumbuh dalam bentuk transfer uang online ke seluruh Bank di Indonesia dan jasa penerimaan transfer dari Bank lain baik dalam dan luar negeri, hal ini sangat membantu masyarakat sekitar untuk melakukan transaksi keuangan dengan sanak family atau kerabat mereka tanpa harus pergi ke kota.

5. Mekanisme Mudharabah BMT Amanah Ummat

a. Pembiayaan

1) Pengajuan Pembiayaan

Langkah awal sebelum pengajuan pembiayaan mudharabah adalah melakukan pendaftaran anggota. Nasabah harus menyediakan fotokopi kartu Identitas (KTP/SIM) kemudian membayar biaya administrasi sebagai simpanan pokok sebesar Rp 5.000,00.

Setelah itu mengisi formulir permohonan menjadi anggota BMT Amanah Ummah. Adapun data pribadi yang harus diisi dalam formulir tersebut adalah nama, alamat, nomor telepon, status pernikahan, jenis pekerjaan, agama, tempat, tanggal lahir, identitas, nomor identitas, pendidikan, penghasilan, nama ibu kandung, nama ahli waris, dan hubungan keluarga.

Adapun data perusahaan yang harus diisi adalah nama perusahaan, alamat perusahaan, dan nomor telepon kantor. Formulir tersebut kemudian diperiksa oleh Manajer Utama dan disetujui Pengurus. Mengisi formulir pendaftaran anggota merupakan hal yang wajib, Baik melakukan pengajuan pembiayaan maupun tabungan.

Tahap selanjutnya adalah mengisi formulir pembiayaan sesuai jenis akad muḍārabah yang dipilih. Adapun formulir yang disediakan pihak costumer service, sebagai berikut;

1) Data Diri

Meliputi nama sesuai KTP, nomor KTP, alamat KTP, alamat tempat tinggal, status kepemilikan, agama, jemaah masjid, nomor telepon, nama pasangan, nomor KTP pasangang, alamat KTP pasangan, alamat tempat tinggal pasangan, agama pasangan, nomor telepon pasangan, dan jumlah anak.

2) Data Penghasilan

Meliputi tipe penghasilan, pekerjaan, nama perusahaan, jabatan, gaji/penghasilan, tipe penghasilan pasangan, pekerjaan pasangan, nama perusahaan pasangan, penghasilan pasangan, angsuran per bulan yang telah dimiliki, kebutuhan hidup perbulan, nominal pengajuan, jangka waktu, dan penggunaan.

3) Data Jaminan

Meliputi jenis jaminan, nomor sertifikat, alamat persil, jenis kendaraan (jika berupa kendaraan), nomor polisi serta melampirkan fotokopi KTP suami istri rangkap dua, Kartu Keluarga (KK), Surat Nikah, sertifikat, BPKB dan STNK, dan slip gaji dua bulan terakhir.

2) Survey Pengajuan Pembiayaan

Pada tahap ini marketing lending akan menganalisis formulir pengajuan pembiayaan sesuai dengan jenis pembiayaan mudharabah yang dikehendaki nasabah. Dalam hal ini, terbuka ruang negosiasi antara mudharib dan pihak marketing lending. Idealnya, pihak mu ḍ ārib harus membuat proposal yang akan dianalisis pihak marketing lending, namun tanpa proposal juga diperbolehkan mengingat segmen pasar BMT adalah masyarakat mikro, kecil dan menengah yang notabenenya minim ilmu administrasi.

Pihak marketing lending akan membantu calon mudharib dalam penyusunan proposal kerja sama bisnis sesuai dengan kesepakatan bersama. Setelah itu marketing lending akan mempresentasikan kesepakatan kerja sama mudārabah tersebut pada jajaran pengurus untuk disetujui pendanaannya. Dalam hal ini, marketing lending harus meyakinkan pengurus agar mau menyetujui kerja sama mudharabah tersebut.

3) Mekanisme Realisasi Pembiayaan

Setelah disetujui maka nasabah akan diberikan buku tabungan yang berisi uang pembiayaan. Biasanya akan cair setelah tiga hari kontrak kerja sama disetujui. Buku tabungan tersebut juga berfungsi untuk melakukan kredit pembayaran.

4) Mekanisme Pemeriksaan Usaha

Ada dua kategori dalam pemeriksaan pembiayaan, yakni jangka pendek dan jangka panjang. Jika kontraknya merupakan kontrak jangka pendek maka pemeriksaannya cukup pada akhir proyek. Pihak mudharib akan melaporkan semua kegiatan bisnisnya secara administrasi ketika proyek telah selesai. Tidak ada pemeriksaan khusus dari pihak marketing. Hanya ketika dibutuhkan saja, marketing akan mengamati jalannya proyek di lapangan.

Jika kontrak mudharabah-nya adalah jangka panjang, maka pihak marketing memeriksanya sesuai dengan siklus perputaran uang atau keuntungan, bisa per hari, bulan atau beberapa bulan. Tahap pemeriksaan ini sekaligus sebagai waktu penarikan bagi hasil. Pelaporan dilakukan secara sederhana dan dilakukan dengan asas kepercayaan antara pihak BMT dan mudārib. Namun hal ini sudah jarang dilakukan pihak BMT, walaupun dilakukan, modal yang dikeluarkan BMT tidaklah besar. Akad ini akan berjalan terus sampai modal masih ada pada mudharib.

Namun praktik seperti ini sudah jarang dipakai BMT, pihak BMT lebih memilih kerja sama mudharabah jangka pendek berupa proyek maupun tender. Praktik mudharabah jangka panjang sudah tidak dipakai lagi untuk saat ini. Model seperti itu hanya dipakai pada periode awal-awal BMT Amanah Ummah berdiri, sebelum memiliki cabang.

5) Mekanisme Pembagian Nisbah

Semua akad mudharabah di BMT Amanah Ummah menggunakan model bagi hasil *revenue sharing*, baik dalam hal pembiayaan maupun tabungan. Namun *revenue sharing* yang diterapkan tidak seperti teori *revenue sharing* pada umumnya. Nisbah diambil dari keuntungan yang sudah dikurangi biaya pokok namun belum dikurangi biaya operasional atau administrasi. Padahal semestinya *revenue sharing* merupakan sistem bagi hasil yang tanpa pengurangan biaya pokok dan operasional. Persentase nisbah berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

6) Penyelesaian Usaha Bermasalah

Selama ini, BMT Amanah Ummah belum pernah menyelesaikan permasalahan menggunakan jalur pengadilan ataupun lembaga alternatif penyelesaian sengketa (arbitrase). Masalah diselesaikan dengan cara kekeluargaan dan persuasif. BMT akan melakukan negosiasi dengan pihak nasabah dan melakukan *rescheduling* jika memang kondisinya memungkinkan.

Jika masih tidak bisa, BMT akan membantu melelangkan barang jaminan dari nasabah guna mengembalikan modal dari BMT sebagai *sahibul mal*. Hal ini terjadi jika kerugian kerja terjadi karena kelalaian mudharib dalam manajemen uang maupun usaha. Namun jika mudharib mampu mengembalikan modal usaha maka barang jaminan dapat diserahkan kembali pada si pemilik tanpa perlu adanya lelang.

Jika kerugian usaha karena faktor luar seperti bencana alam dan lain sebagainya yang bersifat di luar kekuasaan mudharib maka kerugian ditanggung bersama, pihak BMT kehilangan modal dan mudharib tidak mendapatkan keuntungan/bagi hasil. Jika masih terdapat sisa-sisa modal kerja maka akan dikembalikan pada BMT Amanah Ummah.

b. Penghimpun Dana

Mekanisme mudharabah pada produk penghimpunan dana di BMT Amanah Ummah lebih sederhana ketimbang pembiayaan. Sama halnya dengan pembiayaan, tahap awal bagi nasabah yang hendak melakukan penghimpunan dana adalah melakukan pendaftaran anggota. Tahap selanjutnya adalah mengisi formulir yang disediakan pihak costumer service guna memenuhi kebutuhan administratif. Setelah selesai mengisi formulir pengajuan maka nasabah berhak mendapatkan buku tabungan. Pembagian nisbah sesuai dengan jenis mudārabah yang diambil dan dilakukan secara otomatis menggunakan sistem software komputer yang dimiliki BMT Amanah Ummah.

B. Hasil Penelitian

1. Bagaimana bentuk peran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang

Lembaga Keuangan Syariah memiliki peran dalam masyarakat, bukan hanya menghimpun dan menyalurkan dana tetapi juga ikut serta aktif dalam setiap kegiatan sosial yang ada. Ada beberapa peran yang dapat dilakukan oleh Lembaga Keuangan Syariah dalam meningkatkan citra nya. Salah satunya yaitu peran aktif Lembaga Keuangan dalam masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Adillia Rahma selaku karyawan di salah satu Lembaga Keuangan Syariah di Nagari Batu Balang mengatakan bahwa:

“Lembaga keuangan memiliki peran langsung yang dilakukan oleh seluruh elemen, baik itu karyawan maupun pimpinan lembaga keuangan. Ikut turut aktif secara langsung kepada masyarakat itu merupakan suatu keharusan, karena lembaga keuangan membutuhkan masyarakat untuk tumbuh dan masyarakat membutuhkan lembaga keuangan untuk membantu perekonomian. Jadi saling membutuhkan, makanya lembaga keuangan syariah harus ikut berpartisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat seperti memenuhi kebutuhan material maupun non material dalam perayaan hari besar atau dalam keadaan bencana”

Pernyataan ini juga diperkuat oleh Manajer Lembaga Keuangan Syariah Afwaini yang mengatakan bahwa:

“Lembaga Keuangan Syariah selalu ambil peran dalam kegiatan masyarakat, ini merupakan langkah paling baik untuk meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di masyarakat. Peran yang sering dilakukan adalah lembaga keuangan sering memberikan bantuan dana untuk perayaan hari besar”

Peran aktif merupakan strategi yang paling bagus dalam meningkatkan citra lembaga keuangan karena masyarakat berpandangan bahwa setiap bentuk elemen yang ada di masyarakat harus ikut dalam segala bentuk sosial yang ada, harus ambil peran walaupun kecil dampaknya dan lembaga keuangan syariah membuktikan hal itu berhasil meningkatkan citra lembaga keuangan. Hal ini diperkuat dari salah satu pernyataan dari masyarakat di Nagari Batu Balang Rino Iskandar yang mengatakan bahwa:

“Masyarakat sangat menyambut baik akan adanya BMT Amanah Ummat karena setiap kegiatan yang ada di masyarakat, mereka selalu ikut dalam kegiatan, baik dalam bentuk uang, maupun dalam bentuk turun tangan langsung”

Segala elemen yang ada di masyarakat harus saling membantu untuk menciptakan lingkungan yang baik, terkhusus lembaga keuangan

syariah karena dengan meningkatnya citra lembaga keuangan maka akan tumbuh juga lembaga keuangan syariah tersebut.

2. Bagaimana bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang?

Dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya, penting bagi perusahaan memiliki citra positif dimata konsumennya. Dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah perlu dilakukan keterlibatan sosial yang langsung kepada masyarakat. Ada beberapa bentuk keterlibatan sosial yang dilakukan oleh lembaga keuangan dalam meningkatkan citranya.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber bernama Adillia Rahma selaku karyawan di salah satu lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang BMT Amanah Ummat mengatakan:

“CSR merupakan tanggung jawab sosial yang bersangkutan dengan lingkungan yang secara tidak langsung CSR ini sebagai salah satu bentuk pertanggung jawaban sosial baik itu kepada masyarakat dan lingkungannya, karena CSR juga sebagai salah satu esensi yang harus diberikan perusahaan kepada lingkungan sosial sebuah perusahaan berada. Pengembangan dan pemberdayaannya menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, dikarenakan pada hakikatnya pengembangan masyarakat menekankan pada partisipasi masyarakat. Dalam pengembangan dan pemberdayaan CSR karyawan pun ikut terlibat karena karyawan harus menciptakan kesejahteraan hidup dan kemandirian di dalam masyarakat.”

Saudari Afwarini selaku manager di lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang BMT Amanah Ummat, mengatakan bahwa:

“Lembaga keuangan syariah selalu memberikan bantuan sosial kepada masyarakat jika bencana atau jika masyarakat

membutuhkan. Bantuan sosial ini bukan hanya untuk masyarakat umum tetapi juga berlaku bagi pegawai lembaga keuangan syariah itu sendiri. Bantuan sosial bisa berupa seperti pembagian sembako dan dalam bentuk penyaluran dana jika masyarakat ada mengadakan acara di hari besar. Dan juga ada bantuan untuk masyarakat atau nasabah yang membutuhkan perbulannya dengan jumlah dua orang perbulannya”

Jadi setiap masyarakat yang membutuhkan seperti adanya bencana alam dan adanya even di hari besar atau membutuhkan bantuan sosial lembaga keuangan syariah telah ikut berpartisipasi aktif untuk membantu secara nyata. Hal ini di perkuat oleh Fitra EkaWati selaku masyarakat Nagari Batu Balang yang mengatakan bahwa:

“Lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang selalu memberikan bantuan kepada masyarakat, terutama dalam membantu menyukseskan acara. Bukan hanya itu lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang juga memberikan bantuan berupa beras, minyak, mie, dan lain lain jika terjadi bencana yang merugikan masyarakat.”

Seluruh elemen dalam lembaga keuangan syariah memiliki peran dalam keterlibatan sosial yang ada di masyarakat, kegunaannya untuk meningkatkan citra lembaga keuangan syariaah. Salah satu bentuk keterlibatan sosial yang dapat mempengaruhi citra lembaga keuangan syariah dalam memberikan bantuan dana untuk even di masyarakat dan bantuan sembako jika terjadi bencana alam. Hal tersebut juga diperkuat oleh Angga Saputera selaku nasabah Lembaga Keuangan Syariah dan beliau juga berperan sebagai kepala Jorong di salah satu Jorong di Nagari Batu Balang, beliau mengatakan bahwa:

“Jika terjadi suatu bencana atau masyarakat memperingati hari-hari besar lembaga keuangan syariah yang terkait selalu membantu atau memberi pertolongan, saya sebagai kepala Jorong juga berperan sebagai penyalur bantuan yang diberikan oleh

lembaga keuangan syariah terkait ketika terjadi bencana di kampung kami dan walaupun tidak banyak saya sebagai perwakilan dari masyarakat merasa sangat terbantu dengan bantuan sosial yang diberikan lembaga keuangan syariah terkait, ketika masyarakat kami ingin melaksanakan acara untuk memperingati hari-hari besar kami juga mendapatkan bantuan sosial. Bantuan sosial yang diberikan saat terjadi bencana itu berupa sembako atau kebutuhan sehari-hari dan ketika mengadakan acara di hari-hari besar kami mendapatkan bantuan berupa uang atau barang-barang yang kami perlukan pada saat acara tersebut berlangsung”

Saudari Miftahul Jannah selaku karyawan pada BMT Amanah Ummat mengatakan:

“CSR itu sebuah tanggung jawab sosial perusahaan yang harus mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan dengan mendapatkan keuntungan yang ada disekitar perusahaan. Karena itu pelaksanaan CSR dari aspek ekonomi berada pada peningkatan frekuensi pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak berpengaruh terhadap penurunan kualitas pelayanan pada BMT Amanah Ummat karena melakukan kegiatan positif yang bernilai ekonomi namun mampu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Karena itu tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada tanggung jawab ekonomi yaitu bagaimana memaksimalkan laba dan keuntungan untuk meningkatkan nilai citra perusahaan, tapi juga harus bertanggung jawab secara sosial dan secara lingkungan dan keseluruhan.”

BMT Amanah Ummat hadir dalam hal perusahaan untuk berpartisipasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan akan dapat meningkatkan kualitas hidup dan kebanggaan karyawannya di masyarakat. Hal ini perusahaan akan dapat berpartisipasi

dalam upaya untuk meningkatkan kualitas hidup dan kebanggaan karyawannya dimata masyarakat. Sebagai contohnya yaitu, dalam program tanggung jawab perusahaan, tujuannya untuk mendidik dan membantu masyarakat individu maupun kelompok melalui program tanggung jawab sosial perusahaan ini.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan Syariah BMT Amanah Ummat Batu Balang terbukti telah melaksanakan dengan nyata program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap masyarakat di sekitarnya. Dan bahwa kegiatan itu adalah dalam bentuk penyaluran bantuan-bantuan yang diberikan setiap terjadi peringatan-peringatan hari besar atau ketika terjadi bencana alam. Penyaluran bantuan itu, kadangkala berbentuk bantuan keuangan dan kadangkala dalam bentuk pemberian barang-barang yang dibutuhkan. Dan pihak BMT juga menyadari tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut.

3. Bagaimana bentuk respon masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra BMT di Nagari Batu Balang

Masyarakat cenderung memberikan respon positif atau menerima dan mendukung keterlibatan lembaga keuangan syariah dalam kegiatan CSR karena adanya rasa terhubung antara lembaga tersebut dengan komunitas setempat. BMT Amanah Ummat sebagai lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang ini menyadari akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial. Kesadaran ini terlihat dari apa yang telah dilakukan oleh BMT Amanah Ummat di Nagari Batu Balang. Saudari Fitra Ekawati mengatakan:

“Saya sebagai masyarakat merasa sangat tertolong atas bantuan sembako yang diberikan BMT Amanah Ummat pada saat keluarga saya terkena dampak banjir tahunan di nagari kami, dan saya juga merasa sangat bahagia melihat anak-anak sayang terlihat senang mendapatkan sembako yang walaupun nilainya tidak begitu

banyak tetapi pada saat kondisi yang terjadi waktu itu bantuan tersebut sudah bernilai sangat berharga bagi kami korban yang terdampak banjir. Dan setiap bulannya saya juga melihat pihak dari BMT Amanah Ummat melakukan tanggung jawab sosialnya dengan membantu masyarakat kurang mampu atau masyarakat yang perekonomiannya menengah kebawah dengan memberikan sembako berupa kebutuhan pokok dan sebuah amplop.”

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pengelolaan tanggung jawab sosial yang dilakukan lembaga keuangan syariah BMT Amanah Ummat ini sudah dilaksanakan secara baik dan teratur. Sehingga masyarakat merasakan dampak yang positif. Hal tersebut juga diperkuat oleh saudara Angga Saputera yang berperan sebagai kepala Jorong di Nagari Batu Balang, beliau mengatakan:

“Terkait respon masyarakat yang saya lihat dari tanggung jawab yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah terkhusus BMT Amanah Ummat, masyarakat menyambut dengan respon yang positif setiap BMT melakukan tanggung jawab sosialnya ke masyarakat. Seperti ketika kami mengadakan event di hari-hari besar terutama di bulan Ramadhan, setiap mushollah atau mesjid yang mengadakan event pihak BMT pasti terlibat didalamnya dengan memberikan bantuan berupa uang atau barang. Disana masyarakat yang terlibat memberikan respon yang positif terhadap apa yang sudah diberikan oleh pihak BMT.”

Saudari Afwarini selaku manajer BMT Amanah Ummat juga mengatakan bahwa “setiap kami dari pihak BMT melaksanakan tanggung jawab perusahaan terutama tanggung jawab sosial, saya melihat rata-rata masyarakat menyambut dengan respon yang positif. Itu terlihat dari tidak adanya keluhan atau hal-hal negatif yang kami dengar sebagai pihak perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial di masyarakat. Hal itu juga terlihat disaat kami bertemu atau berpapasan diluar jam kerja dengan

masyarakat, masyarakat selalu bertegur sapa dengan kami sebagai karyawan di BMT Amanah Ummat. Kecuali masyarakat atau nasabah yang bermasalah dengan perusahaan, seperti nasabah yang sudah lewat jatuh tempo ataupun yang sudah lewat jatuh tempo serta nasabah yang memiliki banyak tunggakan dan nasabah bermasalah lainnya. Tetapi nasabah yang seperti demikian hanya segelintir dari sekian banyak nasabah perusahaan kami.”

Dari pernyataan tersebut menjelaskan bahwa setiap lembaga keuangan syariah menjalankan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat selalu mendapatkan respon yang positif dari masyarakat pada umumnya terkecuali masyarakat atau nasabah yang bermasalah atau lainnya.

Pernyataan tersebut juga menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat Nagari Batu Balang memberikan respon yang positif terhadap tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang. Hal ini dikarenakan masyarakat merasa sangat terbantu dengan tanggung jawab sosial yang dijalankan lembaga keuangan syariah tersebut. Namun juga ada segelintir masyarakat yang menilai peranan tanggung jawab yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah tersebut belum adil dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, dan kegiatan sosial tersebut dianggap hanya untuk menarik masyarakat supaya mau menjadi nasabah di lembaga keuangan syariah tersebut.

A. Pembahasan

1. Bagaimana bentuk peran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang?

Peran aktif masyarakat dalam segala bentuk kegiatan sosial di masyarakat menjadi salah satu bentuk strategi yang baik untuk menciptakan lembaga keuangan. Peran aktif ini bisa dalam bentuk

sumbangan materil dan non materil tergantung situasi yang ada di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan dari Lembaga Keuangan Syariah di Nagari Batu Balang mengatakan bahwa seluruh elemen yang ada di lembaga keuangan harus ikut aktif dalam mengambil perannya dalam kegiatan sosial baik itu karyawan maupun pimpinan lembaga keuangan syariah karena hal ini akan timbul suatu hubungan yang baik antara masyarakat dengan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah membutuhkan masyarakat untuk tumbuh dan berkembang dan masyarakat butuh lembaga keuangan untuk membantu pertumbuhan ekonomi. Salah satu peran lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan citra nya adalah dengan memberikan bantuan materil dan non materil kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan saat itu. Melalui program-program yang dilaksanakan, lembaga keuangan syariah bisa menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan masyarakat, yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah tersebut.

Menurut penulis peran aktif anggota sangat berpengaruh dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah melalui strategi *Corporate Social Responsibility* karena hal tersebut sangat berpengaruh dalam meningkatkan citra suatu lembaga di mata masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan yang dikatakab oleh (Rahmadani, 2018) yang menyatakan bahwa pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat memiliki peranan penting dalam masyarakat di sekitar perusahaan apabila program yang dirancang dapat meningkatkan kapasitas, pengetahuan serta kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik. Oleh karena itu maka perusahaan selaku pembuat program dan kebijakan atas pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* diharapkan mampu untuk menyelenggarakan program-program *Corporate Social Responsibility* yang memberdayakan masyarakat. Sebab dalam pemberdayaan masyarakat, masyarakat didorong

untuk terlibat aktif dan partisipatif dalam mengenali potensi dan masalah untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

2. Bagaimana bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah BMT Amanah Ummat Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang?

Dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya, penting bagi perusahaan memiliki citra positif dimata konsumennya. Dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah perlu dilakukan keterlibatan sosial yang langsung kepada masyarakat. Ada beberapa bentuk keterlibatan sosial yang dilakukan oleh lembaga keuangan dalam meningkatkan citranya.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukan bahwa lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang terkhusus BMT Amanah Ummat menunjukkan keterlibatannya dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya dalam meningkatkan citranya dimata masyarakat Nagari Batu Balang. BMT Amanah Ummat selaku lembaga keuangan syariah yang berada di Nagari Batu Balang menyadari tanggung jawab sosial atau CSR itu sangat berperan dalam meningkatkan citra perusahaannya dimata masyarakat sekitar, tidak hanya citra perusahaan namun juga berperan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kebanggaan karyawannya dimata masyarakat. Contoh keterlibatan BMT Amanah ummat menjalankan tanggung jawab sosialnya dalam bentuk bantuan sembako bagi korban yang terdampak banjir tahunan, bantuan rutin perbukan untuk masyarakat atau nasabah yang memiliki perekonomian menengah kebawah, serta membantu ketika masyarakat ingin mengadakan acara atau event-event di hari-hari besar.

Menurut penulis peran aktif anggota sangat berpengaruh dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah melalui strategi Corporate Social Responsibility karena masyarakat cenderung menilai sesuai berdasarkan aksi nyata yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan teori Legitimasi dari (Yunus & Riatno, 2019) yang menyatakan bahwa sebuah

organisasi merupakan bagian dari masyarakat oleh karena itu perlunya mendahulukan norma norma sosial yang ada di masyarakat supaya dapat meningkatkan dan menjaga citra sebuah organisasi tersebut.

Lembaga keuangan syariah sering kali terlibat dalam program CSR untuk menunjukkan komitmennya terhadap masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks syariah, program CSR ini dapat mencakup bantuan untuk pendidikan, kesehatan, kemiskinan, dan keberlanjutan lingkungan. Keterlibatan lembaga keuangan syariah dalam kegiatan sosial yang memberi manfaat langsung bagi masyarakat membantu meningkatkan citra mereka sebagai lembaga yang peduli dan bertanggung jawab secara sosial. Lembaga keuangan syariah dapat berperan dalam pemberdayaan ekonomi umat melalui penyediaan pembiayaan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan memberikan akses pembiayaan yang adil dan transparan, lembaga keuangan syariah membantu menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat yang lebih luas, sekaligus membangun citra positif sebagai lembaga yang mendukung kesejahteraan sosial. Meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat adalah salah satu bentuk keterlibatan sosial yang dapat meningkatkan citra lembaga keuangan syariah. Dengan memberikan pelatihan, seminar, atau workshop terkait keuangan syariah, lembaga keuangan syariah dapat membantu masyarakat memahami produk dan layanan yang mereka tawarkan, serta manfaat prinsip syariah dalam mengelola keuangan. Keterlibatan lembaga keuangan syariah dalam menciptakan lingkungan yang transparan, berintegritas, dan adil sangat penting untuk membangun citra yang positif. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang ketat dalam operasional mereka, lembaga keuangan syariah dapat membangun kepercayaan masyarakat. Lembaga keuangan syariah juga dapat berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur sosial, seperti rumah sakit, sekolah, atau fasilitas umum yang memberikan manfaat langsung bagi

masyarakat. Melalui pembiayaan proyek-proyek infrastruktur ini, lembaga keuangan syariah tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat citra mereka sebagai lembaga yang peduli dengan kebutuhan sosial dan pembangunan berkelanjutan. Lembaga keuangan syariah dapat bekerja sama dengan organisasi sosial atau pemerintah dalam upaya mencapai tujuan sosial tertentu. Kolaborasi ini akan meningkatkan visibilitas lembaga keuangan syariah dalam kontribusinya terhadap pembangunan sosial, serta memperkuat citra positif lembaga tersebut di mata publik. Lembaga keuangan syariah memiliki keunggulan dalam hal pendekatan etis dalam bisnis, di mana mereka menghindari praktik-praktik yang tidak adil atau merugikan, seperti riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian). Pendekatan ini sangat penting untuk membangun citra lembaga keuangan syariah yang dianggap lebih dapat dipercaya dan beretika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

3. Bagaimana bentuk respon masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang?

Masyarakat cenderung memberikan respon positif atau menerima dan mendukung keterlibatan lembaga keuangan syariah dalam kegiatan CSR karena adanya rasa terhubung antara lembaga tersebut dengan komunitas setempat.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap bentuk keterlibatan lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang terkhusus pada BMT Amanah Ummat, sebagian besar masyarakat memiliki respon yang baik terhadap keterlibatan lembaga keuangan syariah yang menjalankan perannya terutama dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Respon yang baik tersebut tentunya memberikan atau bisa meningkatkan citranya dimata masyarakat sekitar. Namun dari sekian banyak respon positif yang diberikan oleh masyarakat kepada lembaga keuangan syariah dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya ada beberapa oknum masyarakat

atau nasabah yang menilai bentuk keterlibatan tersebut hanya sebatas iming-iming lembaga keuangan syariah terkhusus BMT Amanah Ummat dalam mencari atau memperbanyak nasabahnya tanpa memperhatikan kerataan menjalankan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Masyarakat di Nagari Batu Balang menunjukkan persepsi positif terhadap program-program CSR yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan syariah. Program-program tersebut tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga memberikan manfaat langsung bagi komunitas, seperti pelatihan keterampilan, bantuan pendidikan, dan dukungan terhadap usaha kecil. Hal ini sejalan dengan teori bahwa CSR dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di mata publik (Aisah Ayu., 2023).

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*), teori ini menganggap bahwa organisasi, termasuk lembaga keuangan syariah, perlu memperoleh legitimasi sosial untuk dapat diterima dan beroperasi dalam masyarakat. Melalui penerapan CSR, lembaga keuangan syariah dapat memperoleh legitimasi dengan menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap kesejahteraan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan etika bisnis. Ketika lembaga keuangan syariah terlibat dalam kegiatan CSR yang berfokus pada kepentingan sosial, mereka memperlihatkan bahwa mereka tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat cenderung memberikan dukungan yang lebih besar kepada lembaga keuangan syariah yang menunjukkan komitmen nyata terhadap isu-isu sosial melalui CSR. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan citra positif terhadap lembaga tersebut. Hal ini sesuai dengan teori Legitimasi dari (Yunus & Riatno, 2019) yang menyatakan bahwa sebuah organisasi merupakan bagian dari masyarakat oleh karena itu perlunya mendahulukan norma norma sosial yang ada di masyarakat supaya dapat meningkatkan dan menjaga citra sebuah organisasi tersebut.

Teori *Stakeholder*, teori ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki berbagai pemangku kepentingan atau *stakeholder*, yang mencakup pelanggan, karyawan, komunitas lokal, investor, dan bahkan pemerintah. Dalam konteks CSR, lembaga keuangan syariah diharapkan dapat berinteraksi secara positif dengan semua pemangku kepentingan ini, memenuhi ekspektasi mereka, dan menjaga hubungan yang harmonis. *Stakeholder*, terutama masyarakat umum dan pelanggan, merespon positif jika lembaga keuangan syariah dapat menunjukkan bahwa mereka bertindak sesuai dengan nilai-nilai sosial dan etika yang dijunjung tinggi oleh masyarakat, seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Program CSR yang menyentuh langsung kepentingan masyarakat (misalnya, pendidikan, kesehatan, atau pemberdayaan ekonomi) akan memperkuat citra lembaga. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan citra positif terhadap lembaga tersebut. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* dari (Dewa Endiana, 2019) yang mengatakan bahwa perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder*-nya.

Teori Perubahan Sosial (*Social Change Theory*), Teori ini menyatakan bahwa keterlibatan sosial lembaga dalam aktivitas CSR dapat berperan dalam mendorong perubahan sosial yang lebih luas, seperti pemberdayaan masyarakat dan perbaikan kualitas hidup. Lembaga keuangan syariah yang aktif dalam program CSR berperan dalam memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan sosial yang lebih besar, seperti pengentasan kemiskinan, pendidikan yang lebih baik, dan pembangunan berkelanjutan. Masyarakat akan merespons lebih positif terhadap lembaga yang dianggap sebagai agen perubahan sosial yang aktif. Program CSR yang mendorong peningkatan taraf hidup atau menciptakan peluang baru bagi masyarakat, akan meningkatkan penghargaan dan dukungan terhadap lembaga tersebut. Hal ini memperkuat citra lembaga

sebagai entitas yang peduli dengan masalah sosial dan mampu memberi dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori perubahan sosial (*Social Change Theory*) dari (Faridha, 2013) yang mengatakan bahwa teori perubahan sosial memberikan kerangka pemahaman tentang bagaimana CSR dapat menjadi katalisator untuk perubahan dalam masyarakat. Melalui berbagai pendekatan, terlihat bahwa tindakan perusahaan tidak hanya berdampak pada keuntungan finansial, tetapi juga dapat membentuk dan mengubah struktur sosial secara signifikan.

Teori Kepercayaan (*Trust Theory*), teori ini menganggap bahwa kepercayaan adalah faktor penting dalam hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Dalam hal ini, lembaga keuangan syariah perlu membangun kepercayaan melalui transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam melaksanakan CSR. Jika lembaga keuangan syariah dapat menunjukkan bahwa mereka benar-benar peduli dengan masalah sosial dan bertindak secara konsisten dan transparan, kepercayaan masyarakat terhadap lembaga ini akan meningkat. Program CSR yang dilaksanakan dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi akan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Kepercayaan yang tinggi akan memperkuat citra lembaga sebagai lembaga yang dapat dipercaya dan diandalkan, baik dalam hal pengelolaan dana maupun dalam kontribusi sosialnya. Hal ini sesuai dengan teori kepercayaan (*Trust Theory*) dari (T. Romi, 2012) yang mengatakan bahwa kepercayaan berkembang melalui interaksi dan pengalaman. Dalam konteks CSR, perusahaan yang berhasil memenuhi janji-janji mereka dalam inisiatif sosial akan membangun kepercayaan dengan para stakeholder.

Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*), teori ini berfokus pada bagaimana individu mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok atau organisasi tertentu. Lembaga keuangan syariah yang terlibat dalam CSR dapat memperkuat identitas sosial mereka dengan masyarakat, khususnya komunitas Muslim, yang melihat lembaga tersebut sebagai

representasi nilai-nilai sosial Islam seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Masyarakat, terutama yang memiliki identitas agama atau budaya yang kuat, cenderung merespons positif terhadap lembaga keuangan syariah yang menjalankan prinsip-prinsip CSR sesuai dengan nilai-nilai agama atau sosial mereka. Hal ini dapat memperkuat loyalitas masyarakat terhadap lembaga tersebut, karena mereka merasa bangga mendukung lembaga yang memiliki komitmen terhadap tujuan sosial yang sejalan dengan nilai-nilai mereka. Hal ini sesuai dengan perubahan sosial (*Social Identity Theory*) dari (Anis & Firman, 2009) yang mengatakan bahwa Teori Identitas Sosial memberikan perspektif yang berguna untuk memahami hubungan antara CSR dan perilaku individu. Dengan menyelaraskan inisiatif CSR dengan nilai-nilai yang dianut oleh karyawan dan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan keterlibatan, loyalitas, dan kinerja mereka secara keseluruhan.

Teori Kognitif Dissonansi (*Cognitive Dissonance Theory*), teori ini menjelaskan bahwa individu akan merasa tidak nyaman jika ada ketidaksesuaian antara keyakinan dan tindakan mereka. Ketika lembaga keuangan syariah terlibat dalam CSR yang konsisten dengan nilai-nilai syariah, mereka membantu mengurangi disonansi kognitif yang mungkin dirasakan oleh masyarakat yang ingin mendukung lembaga yang sesuai dengan keyakinan moral dan sosial mereka. Jika masyarakat merasa bahwa lembaga keuangan syariah bertindak sesuai dengan prinsip moral dan sosial mereka, mereka akan merasa lebih nyaman dan cenderung mendukung lembaga tersebut. Sebaliknya, jika lembaga keuangan syariah melakukan CSR yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah atau tidak memberikan manfaat sosial yang nyata, masyarakat akan merespon secara negatif.

Teori Nilai Sosial (*Social Value Theory*), teori ini berfokus pada bagaimana nilai-nilai sosial dan moral memengaruhi tindakan individu dan kelompok. Masyarakat akan merespons positif terhadap lembaga yang menunjukkan bahwa mereka menghargai nilai-nilai sosial seperti keadilan,

kesetaraan, dan keberlanjutan. CSR yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah yang mencerminkan nilai-nilai ini akan meningkatkan citra lembaga tersebut sebagai entitas yang memiliki tanggung jawab sosial. Lembaga keuangan syariah yang menjalankan program CSR yang sesuai dengan nilai-nilai sosial yang dipegang oleh masyarakat, seperti peningkatan kualitas hidup, pemberdayaan ekonomi, atau perlindungan lingkungan, akan mendapatkan penghargaan lebih dari masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan citra lembaga tersebut.

Menurut penulis setiap respon yang baik diberikan oleh masyarakat harus selalu dijaga. Jika strategi CSR bisa membuat citra lembaga keuangan baik maka perlu dilakukan secara konsisten dan jika perlu adanya inovasi baru setiap tahunnya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh **Ainur Rochmaniah dan Kukuh Sinduwiatmo dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility and Community Development* hal 1** yang menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan telah dilakukan oleh perusahaan baik perusahaan kecil, sedang maupun besar sejak bertahun-tahun yang lalu, dengan berbagai bentuk dan jenisnya, dan untuk sebagian atau semua *stakeholders* (pemangku kepentingan).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan pada pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di mata masyarakat.

1. Peran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Baitul Mal Wattamwil (BMT) Amanah Ummat Nagari Batu Balang dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah di mata masyarakat adalah dalam bentuk peran aktif dan responsif dimana lembaga keuangan syariah berperan langsung untuk ikut serta berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial, baik itu bersifat kelompok maupun individu dalam suatu even atau suatu peringatan hari besar tertentu di masyarakat sekitarnya. Salah satu buktinya adalah dalam bentuk pembagian sumbangan kepada masyarakat yang terdampak bencana banjir dan bantuan untuk kegiatan-kegiatan atau even yang diselenggarakan oleh masyarakat. Melalui program-program sosial yang dilaksanakan, lembaga keuangan syariah dapat menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.
2. Keterlibatan Sosial: Bentuk keterlibatan sosial lembaga keuangan syariah di Nagari Batu Balang, seperti kegiatan pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi, telah memberikan dampak positif. Disamping itu, penyakuran CSR membuat masyarakat mulai mengenal lembaga keuangan syariah dan konvensional serta merasakan manfaat langsung dari program-program CSR tersebut. Penelitian ini juga menemukan bahwa keterlibatan aktif lembaga keuangan syariah dalam komunitas, melalui program-program sosial yang relevan, sangat

penting untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Hal ini menciptakan citra positif yang berkelanjutan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keuangan lembaga.

3. Respon Masyarakat: Masyarakat di Nagari Batu Balang menunjukkan persepsi positif terhadap program-program CSR yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan syariah. Program-program tersebut tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga memberikan manfaat langsung bagi komunitas, seperti pelatihan keterampilan, bantuan pendidikan, dan dukungan terhadap usaha kecil, yang mampu menunjang citra lembaga keuangan syariah menjadi lebih baik di mata masyarakat. Meskipun banyak masyarakat menghargai upaya CSR, terdapat variasi dalam respon mereka. Sebagian masyarakat merasa bahwa kegiatan CSR masih belum mencukupi dan tidak merata dalam distribusinya. Ketidakpuasan ini dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, penting bagi lembaga untuk mengidentifikasi dan memahami harapan serta kebutuhan masyarakat yang lebih mendalam.

B. Saran

1. Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa dalam pelaksanaan CSR, Baitul Mal Wattamwil (BMT) Nagari Batu Balang masih kurang bekerjasama dengan pemerintah dan organisasi non-pemerintah, maka BMT disarankan untuk menjalin kolaborasi yang lebih erat dengan pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam pelaksanaan program CSR dengan harapan dapat memperkuat dampak sosial yang dihasilkan.
2. Berdasarkan penelitian, yang peneliti lakukan, lembaga keuangan sudah menjalankan peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik. Namun, lembaga keuangan syariah diharapkan dapat terus mengembangkan dan meningkatkan serta memperluas cakupan program-program CSR yang relevan kebutuhan masyarakat dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat. Kegiatan yang lebih terarah

dan berkesinambungan akan dapat membantu menciptakan dampak yang lebih besar dalam meningkatkan citra perusahaan. Peningkatan transparansi dalam pelaksanaan program CSR sehingga masyarakat dapat memahami dan mengawasi kegiatan yang dilakukan, sehingga dapat mengurangi kesalah pahaman. Selain transparansi, lembaga keuangan juga perlu menjalin kolaborasi yang lebih erat dengan pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam pelaksanaan program CSR dengan harapan dapat memperkuat dampak sosial yang dihasilkan. Demi keberhasilan dalam menjalankan peran CSR lembaga keuangan syariah juga disarankan untuk melakukan monitoring dan evaluasi yang konsisten atau secara berkala terhadap program CSR. Ini bertujuan untuk menilai efektifitas program yang dijalankan dan melakukan perbaikan yang diperlukan agar program lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Untuk mencapai itu semua tentunya yang paling penting lembaga keuangan syariah harus melakukan pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM)nya terutama SDM yang terlibat langsung dalam program ini. Pelatihan dan pengembangan keterampilan dapat membantu SDM dalam merancang dan melaksanakan program CSR yang lebih maksimal dan efektif, sehingga mampu menumbuhkan lebih banyak citra baik dan positif terhadap lembaga atau perusahaan.

3. Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa dalam pelaksanaan CSR, Baitul Mal Wattamwil (BMT) Nagari Batu Balang masih kurang bekerjasama dengan pemerintah dan organisasi non-pemerintah, maka BMT disarankan untuk menjalin kolaborasi yang lebih erat dengan pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam pelaksanaan program CSR dengan harapan dapat memperkuat dampak sosial yang dihasilkan.
4. Oleh karena masih ada masyarakat yang belum puas dengan pelaksanaan CSR tersebut, hendaklah BMT juga mensosialisasikan kepada masyarakat penerima bahwa dana yang dibagikan sangat terbatas, dan bahwa penyaluran itu sudah mempertimbangkan aspek prioritas yang dikomunikasikan dengan stakeholder terkait.

5. Secara teoritis, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti secara kuantitatif sehingga dapat ditemukan suatu kesimpulan yang bersifat ukuran angka statistik. Seperti dari aspek persepsi dan juga kepuasan masyarakat terhadap penyaluran dana CSR dari BMT Amanah Ummat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi “Digital Ecclesiology.” *Fidei: Jurnal Teologi Sistemika Dan Praktika*, 1(2), 270–283.
- Afilaily, N. (2022). Peran Sentra Batik Tulis dalam Peningkatan Pendapatan Keluarga Perempuan Pengrajin dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus di Batik Tulis Dermo Kecamatan Mojojoto Kota Kediri. *Etheses IAIN Kediri*, 16–35.
- Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (n.d.). *Nonie Afrianty Desi Isnaini*.
- Agustin, A. F., Nirmala, D., Janie, A., & Ridwan, M. (2022). *Studi Komparasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah dan Non Syariah Selama 2021-2022*. 10, 175–189.
- Ahmad Jauharul Aknana. (2020). PERAN PELAYANAN PUBLIK DALAM PENANGANAN PENGADUAN MASYARAKAT (Studi Pada Kantor Imigrasi Kelas II Blitar). *IAIN Tulungagung*, 4, 12–42.
- Aisah Citra Ayu. (2023). Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah Di Masyarakat. *Premium Insurance Business Journal*, 10(1), 20–28.
- Arif, M. N. R. Al. (2012). *Buku_Lemb Keu Sy.pdf* (pp. 291–296).
- Arif, M. nur rianto al. (2012). *Arif, Muhammad Nur Rianto, Lembaga Keuangan Syariah*. 1–408.
- Asnaini, & Yustati, H. (2017). *Lembaga Keuangan Syari'ah Teori Dan Praktiknya Di Indonesia*. 41.
- Azizi, E., & Rachmadi, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Anggaran Pendidikan Profesi pada Kantor Jasa Penilai Publik Sudiono Awaludin dan Rekan. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1), 31–38.
- B11108051, B. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Update*, 3(Vol 1, No 1 (2012): Jurnal Mahasiswa Manajemen), 19–32.
- Budiono, A. (2017). Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Law and Justice*, 2(1), 54–65. <https://doi.org/10.23917/laj.v2i1.4337>
- Cahyandito, M. F. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR) di Kota Bandung. *Universitas Padjadjaran, Sekretariat DPRD Kota Bandung, LMFE Unpad*.
- Catur, T., Pratiwi, R., & Widiyastuti, T. (2018). Analisis Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di CV Alvina Indah Motor Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3(2),

161–169.

- Dahniaty, A. (2021). Lembaga Keuangan Syariah Non Bank (Pegadaian Syariah Dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah). *Tesis*, 1–70.
- Fatah, R. A., Muhyiddin, Achwani, H. M., Khazin, H. N., Rifa'i, H. A., & Fauzan, A. (2010). Produk-produk lembaga keuangan syariah. *Direktorta Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Kementrian Agama*, 216.
- Harahap, B. H. (2019). Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Al-Mau'izhah*, 5(1), 54–67.
- Ismail, N. B. (2005). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND IT ' S RELATIONSHIP TO CONSTRUCTION FIRMS BY*. February.
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1.
- Kamanto sunarto. (2000). . Pengantar Sosiologi. *Lembaga Penerbit FE-UI*, 154.
- Kolistiawan, B. (2017). Tantangan Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *MUQTASID Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 78.
- Lano, K. (2017). Class Diagrams. *Agile Model-Based Development Using UML-RSDS*, 20(03), 43–68.
- Mardian, S. (2019). Tingkat Kepatuhan Syariah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 57–68.
- Margayaningsih, D. I. (2018). Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat di Desa. *Jurnal Publiciana*, 11(1), 72–88.
- Muheramtohad, S. (2017). *Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia*. 8(1), 65–77.
- Muslihun Muslim. (2020). *Lembaga Keuangan Syariah Bank Dan Non Bank: Pondasi, Arah, dan Pengembangan di Era Milenial*.
- Nada Alfiyyah, R., Suryani, S., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Bank Bni Syariah Depok. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 125–140.
- Novarela, D., & Sari, M. (n.d.). *PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY*. 145–160.
- Nur, F., Saraswati, E., & Andayani, W. (2019). Determinan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Nilai Perusahaan: Kasus Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 213–228.
- Paskalia Yasinta, Etriana Meirista, & Abdul Rahman Taufik. (2020). Studi

- Literatur: Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis Matematis Siswa Melalui Pendekatan Contextual Teaching and Learning (CTL). *ASIMTOT: Jurnal Kependidikan Matematika*, 2(2), 129–138.
- Prasiska Vega, Y., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). Csr Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 24(1), 43–49.
- Rachman, T. (2018). Manajemen Pemasaran. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rifai, A. G. S. (2020). Pengertian Citra. *Kekuatan Hukum Lembaga Jaminan Fidusia Sebagai Hak Kebendaan*, 21(2), 1–52.
- Soemitra, A. (2009). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. 3(1), 61–65.
- Sultoni, M. H. (2019). Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan). In *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals* (Vol. 06, Issue 03).
- Syamsir, T. (2015). Teori Peran Dan Peranan Perpustakaan. *Handbook of Educational Ideas and Practices*, 2(1), 377–518.
- Tarwiyani, T. (2016). TEKNOLOGI DAN TIPE MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF GERHARD E. LENSKE, Sebuah Tinjauan Filsafat Sejarah. *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 1(1), 12–21.
- Wardani, A. (2022). Dampak Aktivitas Masyarakat Terhadap Ekosistem Perairan Mangrove Di Kelurahan Belawan Sicanang. *Journal of Laguna Geography*, 1(2), 29–34.

LAMPIRAN

1. ST Seminar



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmybatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS
B-0385/Un.25/F.IV/PP.00.9/01/2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Dr. Alimin, Lc., M.Ag. 197205052002121004	Penata, III/c	Lektor Kepala	Pembimbing

sebagai Pembimbing 2024/2025 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 atas nama:

Nama : Gustian
NIM : 2030401048
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Lembaga Keuangan Syariah di Mata Masyarakat Nagari Batu Balang*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 14 Januari 2025
Dekan



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP

2. ST Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sudirman No. 137 Lima Kaum Batusangkar Telp. (0752) 71150, 574221,
Website : www.uinmybatusangkar.ac.id e-mail : info@uinmybatusangkar.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : B-1093/Un.25/F.IV/PP.00.9/09/2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan ini menugaskan Saudara :

Nama / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Dr. Alimin, Lc., M.Ag. 197205052002121004	Penata, III/c	Lektor Kepala	Ketua
Husni Shabri, M.Si 197703132023211008	Penata Muda Tk.I, III/b	Asisten Ahli	Anggota

sebagai Tim Penguji Seminar Proposal Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada semester Ganjil Tahun Akademik 2024/2025 atas nama :

Nama Mahasiswa : Gustian
NIM : 2030401048
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : *"Peran Corporate Social Responsibility (Csr) dalam meningkatkan citra lembaga keuangan syariah dimata masyarakat nagari batu balang"*
Hari/Tanggal : Kam/ 5 September 2024
Pukul : 08.00 WIB
Tempat : Menyesuaikan

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 02 September 2024

Dekan,



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP®

Catatan :

1. Apabila Bapak/Ibu tidak bersedia harap diberitahukan kepada Ketua Jurusan dengan mengembalikan surat tugas, setelah mengisi blanko di bawah ini

NAMA	ALASAN	TANDA TANGAN

2. Apabila terjadi perubahan jadwal pelaksanaan seminar proposal, mohon konfirmasi paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan jadwal tertulis dalam surat tugas ini

3. Dokumentasi Wawancara



