

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia adalah negara dengan populasi muslim yang cukup besar, sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan keuangan mikro syariah terbesar di dunia. Keadaan tersebut mempengaruhi perkembangan koperasi syariah. Koperasi konvensional juga menunjukkan perkembangan yang positif setiap tahunnya, pada tahun 2021 jumlah koperasi syariah di Indonesia mencapai 150.223 gerai dengan jumlah koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) sebanyak 2.253 unit serta total anggota 1,4 juta orang.¹ Koperasi syariah ini adalah lembaga keuangan kecil yang mengumpulkan dan menyalurkan dana dari anggota untuk kepentingan anggota lainnya. Masyarakat lebih mengenalnya sebagai BMT (Baitul Maal wa Tamwil). Peranan BMT di masyarakat tidak jauh berbeda dengan bank syariah lainnya, yaitu menghimpun dan menyalurkan dana dengan penggunaan berbagai macam akad sesuai dengan yang telah dilaksanakan oleh bank syariah atau BMT itu sendiri.²

¹<https://sef.feb.ugm.ac.id/ulik-potensi-koperasi-syariah-mulai-dari-rumah-tangga-sampai-ekonomi-negara/> diakses pada Senin 20 Mei 2024 pukul 15.40 WIB.

² G. Kartasapoetra, *Praktek Pengelolaan Koperasi*, Cet 8 (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 5.

Koperasi merupakan organisasi alternatif dengan proses pelayanan yang cepat dan sederhana. Undang-undang koperasi diatur dengan UU No. 25 Tahun 1992, Pasal 1 Angka 1 yang dengan jelas menyatakan bahwa koperasi adalah suatu badan usaha yang terdiri dari orang-perseorangan atau badan hukum koperasi, yang menjalankan kegiatannya berdasarkan asas koperasi dan juga penggerak ekonomi masyarakat berdasarkan asas kekeluargaan. Undang-undang tersebut kemudian diperbarui dalam undang-undang no. 17 Tahun 2012 Pasal 1 Nomor 1 tentang Perkoperasian, dengan jelas menyebutkan bahwa koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang-perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan harta kekayaan anggota sebagai modal untuk pengurusan usaha, guna memenuhi cita-cita dan kebutuhan masyarakat di bidang ekonomi, sosial, dan perekonomian dengan tetap menghormati nilai dan prinsip kerja sama.³ Penyebaran koperasi di Indonesia terpecah menjadi dua. Khususnya koperasi dengan usaha konvensional dan koperasi yang berdasarkan hukum syariah. Koperasi yang beroperasi berdasarkan hukum syariah diatur oleh Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 35.2/PER/M.KUM/X/2007. Peraturan ini menjelaskan standar operasional dan pedoman pengelolaan koperasi serta layanan

³ UU RI Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian, Pasal 1 angka 1, *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 212*, Tambahan *Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5355*.

keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.⁴

Penggunaan strategi pemasaran sekarang sudah menjadi hal yang sangat umum di lembaga keuangan. Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Pemasaran adalah usaha untuk mengatur strategi dan metode agar konsumen tertarik menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh koperasi atau perusahaan. Penggunaan strategi pemasaran yang baik, menjadikan koperasi akan semakin kuat dalam operasionalnya, terutama dalam persaingan yang ketat saat ini.⁵ Strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk memperkenalkan konsumen terhadap produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi pemasaran dapat digunakan secara maksimal jika didukung dengan rencana yang terstruktur, baik dari sudut pandang internal maupun eksternal.

Hal pertama yang harus diperhatikan sebelum menerapkan metode pemasaran adalah mengidentifikasi target pasar dengan jelas. Kebanyakan kegagalan terjadi karena perusahaan yang gagal dalam mengidentifikasi target pasar dan potensinya. Banyaknya jumlah konsumen serta beragamnya kebutuhan dan keinginan membuat perusahaan tidak dapat menjangkau seluruh segmen pasar. Perusahaan

⁴ Novita Dewi Masyithoh, "Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Lkm) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt)", *Jurnal Ekonomi Islam* Vol.5, No.2, 2014, 19.

⁵ Ardi Teguh Pangestu, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Sumber Mulyo Ambulu Kabupaten Jember", (*Skripsi*, Universitas Jember, 2016), 3.

harus mampu mengidentifikasi segmen pasar yang dapat dilayani dengan melakukan penelitian segmentasi.⁶ Perusahaan atau lembaga keuangan memiliki tanggung jawab sosial kepada anggota dan masyarakat sekitar atau yang biasa disebut dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Program CSR tersebut juga menjadi salah satu strategi yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap jasa dan produk bahkan dapat digunakan sebagai sarana dalam memperkuat citra positif dari suatu perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menurut ISO 26000 adalah kewajiban organisasi untuk mempertimbangkan dampak dari keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dilakukan dengan cara yang transparan dan etis, serta mendukung pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. CSR juga harus memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum yang berlaku dan standar internasional, serta diintegrasikan ke dalam semua aktivitas organisasi. Definisi ini mencakup aktivitas, produk, atau layanan. Menurut Nazaruddin Lathif, “meski terjadi pergeseran CSR dari sukarela pada kewajiban, namun berdasarkan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dibatasi kewajiban dimaksud sebatas pada

⁶Daniel Tumpal, *Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran Dan Proses Penyusunannya*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), 3-4.

perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam.⁷ Menurut undang-undang ini, industri atau koperasi wajib melaksanakan CSR, namun kewajiban ini tidak boleh memberatkan perusahaan.⁸

Melalui CSR, perusahaan tidak hanya mengedepankan tujuan mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya saja, namun juga mencakup aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*).⁹ Konsep tanggung jawab perusahaan yang dikenal sejak tahun 1970an merupakan seperangkat kebijakan praktis yang berkaitan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, kepatuhan terhadap peraturan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan dan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) terbagi menjadi beberapa bidang atau bagian yaitu bidang pendidikan, bidang lingkungan hidup, bidang keselamatan dan kesehatan, dan bidang pemberdayaan masyarakat.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh terhadap citra perusahaan. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Iswanto, menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

⁷ Nazaruddin Lathif, *Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Deepublish, 2024), 23.

⁸ Siti Qonaah, "Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Sari Husada Melalui Pemberdayaan Perempuan 'Warung Anak Sehat' Di SDN Gondolayu Yogyakarta", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 2, 2017, 73.

⁹ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial Industri, CSR Dan Comdev, Workshop Tentang Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Bandung: Lembaga Studi Pembangunan STKS, 2007), 30.

mempunyai pengaruh positif terhadap citra perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung pandangan Bhattacharya, Sen dan Korschun bahwa CSR dapat menjadi tameng yang mampu melindungi reputasi dan juga mengurangi dampak pasangka negatif masyarakat terhadap perusahaan.¹⁰ Menurut penelitian Huang dkk, berpendapat bahwa CSR mempunyai pengaruh secara umum terhadap citra perusahaan.

Citra ini juga mewakili eksistensi organisasi di hadapan masyarakat, memberikan informasi jangka panjang mengenai opini masyarakat terhadap organisasi. Citra yang dirancang dengan baik sangat efektif dalam mencapai tujuan individu atau organisasi. Perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari produk yang dijual berkat citra perusahaan yang baik. Citra perusahaan yang positif dapat meningkatkan reputasi perusahaan, kepercayaan terhadap manajemen organisasi, dan membuka peluang untuk mengembangkan bisnisnya lebih lanjut. Perusahaan dapat mengetahui kemampuan mereka dalam menghasilkan pendapatan melalui hal tersebut.¹¹

Efektivitas merupakan indikator penting dalam menilai sejauh mana program tersebut berjalan sesuai tujuan yang ditetapkan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengevaluasi ketepatan sasaran, tingkat sosialisasi, pencapaian tujuan, dan pemantauan program. Efektivitas juga

¹⁰ C. B. Bhattacharya, Sankar Sen, and Daniel Korschun, *Leveraging Corporate Responsibility: The Stakeholder Route to Maximizing Business and Social Value*, (Cambridge University Press, 2021), 134-138.

¹¹ Yoesrizal M. Yoesoef, dan Marlida, "Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Pada Baitul Mal Muamalat Lhoksumawe Bagi Masyarakat", *Jurnal At-Tijarah*, Vol. 1, No. 1, 2019, 3.

berkaitan langsung dengan citra lembaga, karena program CSR yang efektif akan membangun kepercayaan dan reputasi positif di masyarakat. Selain itu, fokus ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi kelemahan dan potensi pengembangan program di masa mendatang.

Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, jumlah KSPPS di Kabupaten Kediri pada tahun 2023 terdapat 137 koperasi.¹² Banyaknya jumlah KSPPS di Kabupaten Kediri mengakibatkan persaingan antar koperasi semakin sengit, sehingga masing-masing koperasi berlomba untuk menunjukkan keunggulan atas produk dan jasa yang dimiliki. KSPPS sebagai lembaga keuangan juga memiliki peranan penting dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Faktanya, pelaksanaan program CSR di lapangan seringkali tidak dilakukan sesuai dengan prinsip, bahkan dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala yang akan berdampak pada pelaksanaan tersebut. Contoh kendala yang sering terjadi adalah pada faktor ekonomi perusahaan, kurangnya sumberdaya manusia, distribusi program CSR yang tidak maksimal, dan lain-lain. Berdasarkan observasi, peneliti memilih KSPPS Bina Assalam Mandiri, KSPPS Rizky Amanah Jaya, dan KSPPS Darussalam Rejo Makmur sebagai bahan perbandingan karena program CSR yang dijalankan oleh KSPPS tersebut lebih merata di beberapa bidang dibandingkan dengan KSPPS lainnya.

¹² <https://nik.depkip.go.id/> diakses pada Kamis 11 Juli 2024 pukul 21.33 WIB

Tabel 1.1

Data Perbandingan KSPPS Bina Assalam Mandiri, KSPPS Rizky Amanah Jaya, KSPPS Darussalam Rejo Makmur¹³

Nama Koperasi	KSPPS Bina Assalam Mandiri	KSPPS Rizky Amanah Jaya	KSPPS Darussalam Rejo Makmur
Jumlah anggota per-tahun 2019-2023	480 Anggota	427 anggota	348 anggota
Program CSR	-Bidang lingkungan (pemberian dan penanaman pohon bibit) -Bidang pendidikan (beasiswa anak yatim piatu, bantuan berupa mukena, Al-qur'an dan iqro' dibeberapa tpq) -Bidang pemberdayaan (mengadakan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat sekitar mengenai skill, kemampuan, dan lembaga keuangan syariah) -Bidang infrastruktur (perbaikan jalan, bantuan dana untuk	-Bidang pendidikan (beasiswa untuk anak yatim piatu) -Bidang pemberdayaan (mengadakan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat sekitar mengenai skill, kemampuan, dan lembaga keuangan syariah) -Bidang infrastruktur (bantuan dana untuk pembangunan mushola) -Bidang ekonomi (pemberian dana usaha untuk pengembangan umkm, pemberian bantuan sembako pada masyarakat dhuafa, bantuan sembako dan uang	-Bidang lingkungan (pemberian dan penanaman pohon bibit) -Bidang pendidikan (beasiswa untuk anak yatim piatu) -Bidang pemberdayaan (mengadakan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat sekitar mengenai skill, kemampuan, dan lembaga keuangan syariah) -Bidang infrastruktur (perbaikan jalan) -Bidang ekonomi (pemberian dana usaha untuk pengembangan umkm, pemberian bantuan sembako pada masyarakat

¹³ KSPPS Bina Assalam Mandiri Tahun 2019-2023, KSPPS Rizky Amanah Jaya Tahun 2019-2023, KSPPS Darussalam Rejo Makmur Tahun 2019-2023.

	pembangunan mushola) -Bidang ekonomi (pemberian bibit gratis pada para petani, pemberian dana usaha untuk pengembangan umkm, pemberian bantuan sembako pada masyarakat dhuafa, bantuan sembako dan uang tunai di panti asuhan) -Bidang sosial kemanusiaan (pemberian bantuan air bersih, bekerja sama dengan beberapa organisasi dalam penggalangan dana pada setiap adanya bencana alam)	tunai di panti asuhan)	dhuafa, bantuan sembako dan uang tunai di panti asuhan)
Tugas koperasi	-KSPPS Bina Assalam Mandiri menaungi organisasi “Bamboo Peduli” yang bergerak dalam bidang sosial kemanusiaan. -KSPPS ini juga melayani bidang jasa pelatihan dan pendampingan SDM koperasi syariah, mulai dari tingkat pengelolaan, frint office, keuangan marketing, hingga manager di segala bidang yang	-KSPPS Rizky Amanah Jaya melayani bidang jasa pelatihan dan pendampingan SDM koperasi syariah, mulai dari tingkat pengelolaan, frint office, keuangan marketing, hingga manager di segala bidang yang berhubungan dengan lembaga keuangan syariah. -KSPPS Rizky Amanah Jaya juga bekerja sama dengan instansi atau sekolah untuk	-KSPPS Darussalam Rejo Makmur melayani bidang jasa pelatihan dan pendampingan SDM koperasi syariah, mulai dari tingkat pengelolaan, frint office, keuangan marketing, hingga manager di segala bidang yang berhubungan dengan lembaga keuangan syariah.

	berhubungan dengan lembaga keuangan syariah. -KSPPS Bina Assalam Mandiri juga bekerja sama dengan instansi atau sekolah untuk pendampingan mahasiswa/ siswa dalam praktik kerja.	pendampingan mahasiswa/ siswa dalam praktik kerja.	
Lokasi	Jln. Harinjing No.23 Ds. Wonorejo, Kec. Puncu, Kab. Kediri	Ds. Siman, Kec. Kepung, Kab. Kediri	Ds. Sidomulyo, Kec. Puncu, Kab. Kediri

(Sumber: KSPPS Bina Assalam Mandiri Tahun 2019-2023, KSPPS Rizky Amanah Jaya Tahun 2019-2023, KSPPS Darussalam Rejo Makmur Tahun 2019-2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jumlah anggota pada KSPPS Bina Assalam Mandiri lebih unggul dibandingkan dengan KSPPS Rizky Amanah Jaya dan KSPPS Darussalam Rejo Makmur. Berdasarkan tabel tersebut juga menunjukkan bahwa program CSR yang dijalankan KSPPS Bina Assalam Mandiri lebih merata dan menyeluruh diberbagai bidang dibandingkan dengan program CSR yang dijalankan oleh KSPPS Rizky Amanah Jaya dan KSPPS Darussalam Rejo Makmur. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa KSPPS Bina Assalam Mandiri dan KSPPS Rizky Amanah Jaya lebih banyak melakukan kegiatan dan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat dibandingkan dengan KSPPS Darussalam Rejo Makmur. Berdasarkan data lokasi, letak KSPPS Bina Assalam Mandiri lebih strategis dibandingkan dengan KSPPS Rizky Amanah Jaya dan KSPPS Darussalam Rejo Makmur karena berada di akses

jalan utama kepung-pare dan letaknya berdekatan dengan pusat perdagangan/pasar, serta masyarakat sekitar yang mayoritas bekerja sebagai pedagang, petani dan peternak sehingga memudahkan pihak kspps dalam memaksimalkan program CSR nya diberbagai bidang yang membutuhkan dan tepat sasaran.

Berdasarkan penelitian awal, KSPPS Bina Assalam Mandiri berdiri sejak tahun 2018, KSPPS Bina Assalam Mandiri adalah salah satu koperasi yang melaksanakan kegiatan CSR dengan program yang bernama “Bamboo Peduli”. KSPPS Bina Assalam Mandiri sebagai lembaga keuangan mikro, perusahaan ini sedikit banyak telah membangun perekonomian melalui pemberdayaan dan pendampingan. Dana yang digunakan adalah dari SHU dan juga dari sumbangan dana yang didapatkan dari dana wakaf lalu dikelola dan diberikan ke mikro kecil. Penyaluran dana CSR tersebut diberikan kepada orang-orang yang berhak mendapatkan. Seperti anak yatim dan dhuafa, korban bencana, panti asuhan, masjid dan tpq, kegiatan desa, dll.¹⁴

Bamboo Peduli merupakan program CSR dibawah naungan KSPPS Bina Assalam Mandiri yang bertujuan untuk membantu pada permasalahan kemanusiaan, ekonomi, dan sosial. Program CSR dari Bamboo Peduli ini menjadi bentuk tanggung jawab kepada masyarakat sekitar yang membutuhkan. Era yang kompetitif seperti saat ini sangat diperlukan

¹⁴ Didik Ahmad S, Manager KSPPS Bina Assalam Mandiri, Wawancara 20 November 2023 di kantor Kspps Bina Assalam Mandiri.

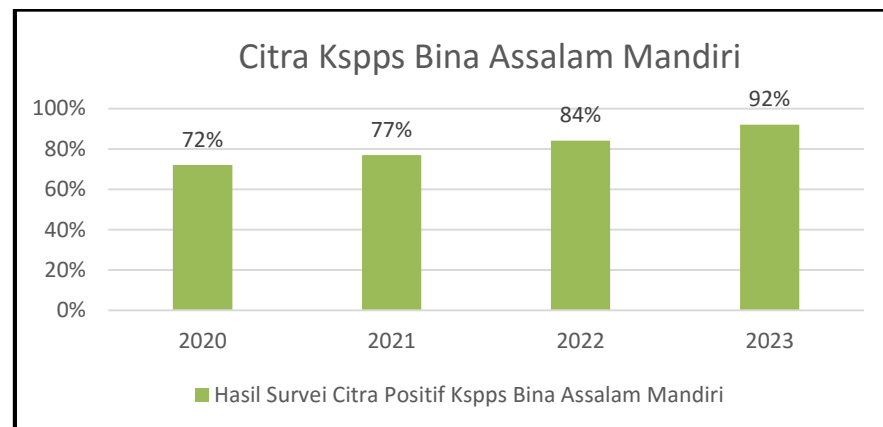
strategi yang tepat dan efisien untuk menghadapi persaingan antar perusahaan. Bamboo Peduli dibentuk dengan tujuan sebagai sarana pendekatan secara langsung kepada masyarakat agar terciptanya suatu rasa kepercayaan dari konsumen terhadap perusahaan terkait. Program CSR dilakukan dengan menjalin hubungan, serta ikut andil dalam kegiatan di masyarakat. Hal ini dapat menjadi salah satu cara untuk membentuk citra baik perusahaan di masyarakat sehingga hal itu dapat berdampak baik pada perusahaan.

Berdasarkan laporan kegiatan KSPPS Bina Assalam Mandiri pada praktiknya telah melakukan tanggung jawab sosial tersebut merata dalam beberapa bidang secara konsisten, seperti pemberian bantuan rutin pada panti asuhan dan panti jompo, pemberian takjil bulan ramadhan pada pengguna jalan raya, santunan anak yatim piatu, bantuan dana untuk UMKM, pemberian bantuan sosial pada korban bencana alam, pemberian bantuan bibit pada para petani, pemberian bantuan dana untuk pembangunan mushola dan perbaikan jalan dan lain-lain. KSPPS Bina Assalam Mandiri juga menjalin kerja sama dengan beberapa organisasi dalam kegiatan CSR tersebut. Contoh kegiatan rutin CSR yang dilakukan dalam acara memperingati Maulid Nabi yaitu santunan anak yatim piatu. Kegiatan ini diikuti banyak masyarakat terkhusus ibu-ibu rumah tangga yang mana dengan begitu dapat membangun citra yang positif di hadapan banyak masyarakat. KSPPS Bina Assalam Mandiri menciptakan kedekatan dan persepsi yang positif dengan terjun secara langsung ditengah

masyarakat dengan menerapkan program-program CSR tersebut, sehingga tumbuh kepercayaan dan loyalitas para anggota koperasi bahkan tidak sedikit yang mulai mengenal dan bergabung dengan KSPPS Bina Assalam Mandiri berkat kegiatan CSR tersebut. Persepsi positif masyarakat mengenai program tersebut tentu berdampak baik pada citra perusahaan.

Grafik 1. 1

Hasil Survei Citra Positif KSPPS Bina Assalam Mandiri ¹⁵



(Sumber: Dokumentasi Arsip Lembaga)

Berdasarkan pemaparan data diatas, dapat dilihat bahwa presentase citra positif KSPPS Bina Assalam Mandiri mengalami peningkatan secara signifikan per-tahunnya. Peningkatan tersebut menandakan bahwa pembentukan citra pada KSPPS Bina Assalam Mandiri memiliki pengaruh yang baik terhadap citra positif perusahaan sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi atau pandangan masyarakat terhadap KSPPS Bina Assalam Mandiri. Hal ini dibuktikan dengan data peningkatan anggota secara keseluruhan per-tahunnya.

¹⁵ Kspps Bina Assalam Mandiri Tahun 2020-2023.

Tabel 1.2
Jumlah Anggota KSPPS Bina Assalam Mandiri

No	Tahun	Jumlah Anggota
1	2021	348
2	2022	418
3	2023	495
4	2024	571

(Sumber: Dokumentasi Arsip Lembaga)

Meningkatnya data diatas dapat menandakan bahwa strategi dalam membangun citra perusahaan yang diterapkan cukup baik. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “EFEKTIVITAS PROGRAM CSR BAMBOO PEDULI SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN CITRA PADA KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) BINA ASSALAM MANDIRI KABUPATEN KEDIRI”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana program CSR Bamboo Peduli yang diterapkan pada KSPPS Bina Assalam Mandiri?
2. Bagaimana efektivitas program CSR Bamboo Peduli dalam meningkatkan citra pada KSPPS Bina Assalam Mandiri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis program CSR Bamboo Peduli yang diterapkan pada KSPPS Bina Assalam Mandiri.
2. Untuk menganalisis efektivitas program CSR Bamboo Peduli dalam meningkatkan citra pada KSPPS Bina Assalam Mandiri.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu;

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan di bidang keuangan syariah dan koperasi syariah, terutama tentang efektivitas program CSR dalam meningkatkan citra koperasi syariah.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi akademisi, penelitian ini bisa dijadikan referensi atau bahan kajian untuk penelitian selanjutnya.
- b. Bagi penulis, Penelitian ini dapat memperdalam ilmu yang didapat selama di kampus dan menerapkannya di lapangan atau masyarakat. Selain itu, penulis bisa memahami seberapa penting program CSR dalam meningkatkan citra perusahaan.
- c. Bagi masyarakat, bisa menjadi sumber informasi dan wawasan bagi pembaca yang ingin mempelajari masalah serupa.

E. Kajian Pustaka

1. *Efektivitas Penerapan Tanggung Jawab Sosial (CSR) Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pada KSPPS Gumarang Akbar Syariah Mataram*. Oleh Mila Verdianti (2023) Mahasiswi Fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Mataram.¹⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana KSPPS Gumarang Akbar Syariah Mataram menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan seberapa efektif penerapan tersebut. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu menganalisis dan menjelaskan data dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR yang dijalankan oleh KSPPS Gumarang Akbar Syariah dapat meningkatkan citra positif koperasi, yang sangat penting untuk keberlangsungan koperasi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa KSPPS Gumarang Akbar Syariah Mataram telah menerapkan CSR dengan baik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama melakukan penelitian mengenai efektivitas program CSR dalam meningkatkan citra perusahaan, jenis

¹⁶ Mila Verdianti, "Efektivitas Penerapan Tanggung Jawab Sosial (Corporate Social Responsibility) Dalam Upaya Meningkatkan Citra Pada Kspps Gumarang Akbar Syariah Mataram", (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram, 2023), 3.

penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu dengan penelitian penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya terdapat pada waktu dan tempat, pada penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2023 dan bertempat di Mataram, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada tahun 2024 dan bertempat di Kediri.

2. *Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Yayasan Kalla Group di Masjid Al-Markaz Al-Islami Makassar tahun 2018-2019*. Oleh Humairah Tahir (2020) Mahasiswi program studi akuntansi STIE Nobel Indonesia Makassar.¹⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh Yayasan Kalla Group di Masjid Al-Markaz Al-Islami Makassar selama tahun 2018-2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan pencarian informasi di internet. Analisis data dilakukan dalam empat tahap: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan meliputi Bantuan Dana Kebersihan Masjid, Program Ramadhan berupa Bantuan Buka Puasa, dan Bantuan Radio Al-Markaz. Yayasan

¹⁷ Humairah Tahir, "Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Yayasan Kalla Group Di Masjid Al-Markaz Al-Islami Makassar Tahun 2018-2019", (*Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia, 2020), 3.

Kalla Group bekerja sama dengan PT. ISS Indonesia untuk menjaga kebersihan masjid, dengan PT. ISS Indonesia sebagai pelaksana dan Yayasan Kalla Group sebagai penyedia dana. Efektivitas program CSR Yayasan Kalla Group dinilai cukup tinggi. Program ini berhasil mencapai sasaran yang tepat, sosialisasi program dilakukan dengan baik, tujuan program jelas dan terwujud sesuai rencana, serta pemantauan program dilakukan secara maksimal. Program seperti Bantuan Dana Kebersihan Masjid sangat membantu dalam menjaga kebersihan tempat ibadah, sementara Program Ramadhan dan Bantuan Radio Al-Markaz memberikan manfaat langsung bagi masyarakat yang berpartisipasi. Pelibatan pihak ketiga seperti PT. ISS Indonesia juga menunjukkan upaya kolaboratif yang efektif dalam menjalankan program CSR ini.

Penelitian ini memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Keduanya sama-sama meneliti efektivitas program CSR dengan metode kualitatif deskriptif. Namun, penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2018-2019 di Makassar, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 di Kediri. Selain itu, penelitian ini memasukkan variabel dependen yaitu citra perusahaan, yang tidak ada dalam penelitian sebelumnya. Variabel ini penting untuk mengukur dampak program CSR terhadap persepsi masyarakat terhadap perusahaan.

3. *Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Pada Baitul Mal Muamalat Lhokseumawe Bagi Masyarakat*. Oleh Yoesrizal M. Yoesoef dan Marlida (2019) Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe.¹⁸

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa efektif program-program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bagi masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan sumber data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder yang dikumpulkan melalui dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Program CSR oleh Baitul Maal Muamalat (BMM) Kota Lhokseumawe telah dikembangkan agar dapat disalurkan secara tepat dan efektif. Program ini mencakup pemberdayaan ekonomi, terutama ekonomi mikro, pendayagunaan pendidikan, serta pendayagunaan sosial dan kemanusiaan. Namun, ada beberapa kendala dalam menjalankan Program CSR di BMM Kota Lhokseumawe. Pertama, jumlah penerima santunan lebih tinggi daripada dana yang tersedia. Kedua, masih ada masyarakat yang tidak memahami konsep pemberdayaan ekonomi dalam bentuk qardhu hasan, sehingga banyak peminjam yang tidak mengembalikan dana tersebut, yang berdampak negatif bagi penerima bantuan berikutnya. Ketiga, jumlah penerima

¹⁸ Yoesrizal M. Yoesoef, dan Marlida, "Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Pada Baitul Mal Muamalat Lhoksumawe Bagi Masyarakat", 3.

santunan terus meningkat setiap hari, sementara dana yang terkumpul setiap bulan tidak bertambah sesuai harapan. Kendala-kendala ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih baik untuk memastikan program CSR dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama melakukan penelitian mengenai efektivitas program CSR, jenis penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan kualitatif deskriptif. Perbedaannya terdapat pada waktu dan tempat, penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2019 dan bertempat di Lhokseumawe, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada tahun 2024 dan bertempat di Kediri. Selain itu pada penelitian penulis terdapat variabel dependen (variabel yang diukur) yaitu citra perusahaan, sedangkan pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel dependen.

4. *Efektivitas Program Jombang Berdaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahik (Studi Pada BAZNAS Kabupaten Jombang)*. Oleh Muhamad Hawary Naskurilah (2023) Mahasiswa Fakultas Perbankan Syariah IAIN Kediri.¹⁹

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program Jombang Berdaya dalam meningkatkan pendapatan mustahik penerima manfaat, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang

¹⁹ Muhamad Hawary Naskurilah, “Efektivitas Program Jombang Berdaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahik (Studi Pada BAZNAS Kabupaten Jombang)”, (*Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023), 10

mendukung dan menghambat efektivitas program tersebut. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif dengan tujuan menjelaskan data yang terkait dengan pembahasan. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan penekanan pada validitas data dan triangulasi. Tahap akhir melibatkan analisis data, termasuk penyederhanaan data, pengujian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Jombang Berdaya efektif dalam meningkatkan pendapatan mustahik penerima manfaat. Bantuan modal usaha, perbaikan tempat usaha, pelatihan, dan pembimbingan usaha memberikan hasil positif. Banyak mustahik penerima manfaat melaporkan peningkatan pendapatan setelah menerima modal usaha. Pelatihan dan workshop juga membantu meningkatkan keterampilan dan kemampuan, yang turut memengaruhi pendapatan mereka.

Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah keduanya berfokus pada evaluasi program yang dijalankan oleh masing masing lembaga, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu dan penelitian penulis sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya terdapat pada waktu penelitian, pada penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2023, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada tahun 2024. Selain itu, pada penelitian terdahulu variabel dependennya adalah pendapatan, sedangkan pada penelitian penulis variabel

dependennya adalah citra.

5. *Implementasi Corporate Social Responsibility(CSR) PT Semen Indonesia (Persero) Tbk Dalam Perspektif Islam*. Oleh Desta Kurnia Sari (2016) Mahasiswi Fakultas Syariah STAIN Kediri.²⁰

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu perusahaan yang menerima banyak penghargaan dalam bidang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), terutama dalam kategori lingkungan. Namun, CSR dalam Islam tidak hanya mencakup aspek lingkungan, tetapi juga kesejahteraan internal perusahaan, kesejahteraan sosial secara umum, serta beberapa kriteria CSR lainnya yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, penelitian ini memilih PT Semen Indonesia sebagai objek studi untuk memahami lebih dalam tentang pelaksanaan CSR dari perspektif Islam. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR di PT Semen Indonesia dan bagaimana kesesuaiannya dengan perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan Kepala Departemen CSR dan masyarakat yang menerima program CSR, serta melalui observasi dan dokumentasi. Tahapan analisis yang dilakukan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR

²⁰ Desta Kurnia Sari, "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Perspektif Islam", (*Skripsi*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri, 2016), 3.

di PT Semen Indonesia tidak hanya dilakukan oleh Departemen CSR, tetapi juga melibatkan seluruh unit kerja. Semua kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan pihak eksternal selalu mengandung unsur CSR. Pelaksanaan CSR mengacu pada empat pilar utama yaitu SI Cerdas, SI Prima, SI Lestari, dan SI Peduli.

Implementasi CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk telah sesuai dengan prinsip-prinsip CSR dalam Islam seperti keadilan, kebaikan, manfaat, dan amanah. Selain itu, pelaksanaan CSR juga memenuhi kriteria dalam Islam yaitu kesesuaian syariah, kesetaraan, tanggung jawab dalam bekerja, jaminan kesejahteraan, kelestarian lingkungan, dan amal untuk pelestarian kebajikan. CSR perusahaan ini juga mencakup aspek penting dalam Islam, yaitu tanggung jawab terhadap pelaku organisasi dan lingkungan alam. Namun, pada aspek kesejahteraan sosial secara umum, pelaksanaan CSR PT Semen Indonesia masih perlu ditingkatkan agar lebih sesuai dengan ajaran Islam.

Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama melakukan penelitian di wilayah Kediri, pada penelitian terdahulu dan penelitian penulis memiliki persamaan pada tujuan penelitian untuk mengetahui penerapan program CSR pada perusahaan. Perbedaannya adalah pada waktu penelitian, penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2016, sedangkan pada penelitian penulis dilakukan pada tahun 2024, selain itu pada

penelitian penulis CSR cenderung berfokus pada keberlanjutan lingkungan ekonomi masyarakat, sedangkan pada penelitian terdahulu CSR lebih berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang terkait dengan industri.