



## **Implementasi dan Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kepercayaan Anggota KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras Bojonegoro**

**Ahmat Arif Syaifudin**

*Sekolah Tinggi Agama Islam Attanwir Bojonegoro*

*Email: syaifudinarifo37@gmail.com*

**Dela Rista Silvia**

*Sekolah Tinggi Agama Islam Attanwir Bojonegoro*

*Email: dristasilvia@gmail.com*

### **Abstract:**

This study discusses the implementation of corporate social responsibility and its role in the trust of members of the sugihwaras KSPPS BMT NU Balen Branch. The purpose of this research is to evaluate the implementation of corporate social responsibility (CSR) and the role of members' trust in KSPPS BMT NU Balen Sugihwaras Branch. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through in-depth interviews and field observation. The results of the study show that KSPPS BMT NU Balen Sugihwaras Branch has succeeded in implementing a CSR program that is in line with the triple bottom line principle. The CSR program has a positive impact on trust members because they feel that KSPPS BMT NU Balen Sugihwaras Branch is not only profit oriented. But also care about social environment and members feel involved and have the opportunity to participate in CSR programs managed by the company thereby increasing trust and commitment and strengthening the company's relationship with the community.

**Keywords:** Implementation, Corporate Social Responsibility, Trust

### **Abstrak:**

Penelitian ini membahas Implementasi Corporate Social Responsibility dan perannya dalam kepercayaan anggota KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dan peran dalam kepercayaan anggota di KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Hasil kajian menunjukkan bahwa KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras telah berhasil melaksanakan program CSR yang sejalan dengan prinsip Triple Bottom Line (Sosial, Lingkungan, Ekonomi). Program CSR tersebut berdampak positif terhadap kepercayaan anggota karena merasa KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata. Tetapi juga peduli terhadap lingkungan sosial dan anggota merasa terlibat dan berkesempatan berpartisipasi dalam program CSR yang dikelola perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan dan komitmen serta mempererat hubungan perusahaan dengan masyarakat.

**Kata Kunci:** Implementasi, *Corporate Social Responsibility*, Kepercayaan

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia, istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai populer sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sudah lama menerapkan *Corporate Social*

*Activity* (CSA) atau aksi sosial perusahaan. Walaupun tidak menyebutnya CSR, kegiatan mereka sebenarnya dekat dengan konsep CSR yang mempresentasikan posisi dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial semakin populer, terutama setelah UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas menyatakan bahwa setiap penanam modal atau perusahaan yang bergerak dibidang dana atau yang berkaitan dengan sumber daya alam harus memikul tanggung jawab sosial.<sup>1</sup>

Salah satu metode mewujudkan kerja sama ialah dilakukan melalui program tanggung jawab sosial (CSR). Sudah menjadi kewajiban kita sebagai umat islam untuk selalu mengikuti hukum islam. Dalam dunia bisnis, kita tidak boleh hanya berorientasi pada keuntungan semata. Melainkan harus diimbangi dengan tanggung jawab sosial berupa Zakat, Infaq dan Sedekah. Dalam dunia korporasi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan hal yang wajib dan sangat bermanfaat bagi anggota.<sup>2</sup>

Sebagai satu konsep yang menjadi populer, *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli praktisi dan peneliti belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi. Dalam bukunya *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21th Century Business*, John Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian pada kemajuan masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup/bumi (*planet*), dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*).

CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauan melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. Sebagai perilaku bisnis, di mana pengambilan keputusannya mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan memberikan perhatian secara lebih seimbang terhadap kepentingan stakeholder yang beragam. Definisi CSR oleh *The World Business Council for Sustainable Development*

---

<sup>1</sup> Sunaryo, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam berbagai perspektif kajian* (Bandar Lampung:CV. Anugrah Utama Raharja, 2015), 1-2.

<sup>2</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007)

(WBSCD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan parapekerja, keluarga mereka dan komunitas lokal.<sup>3</sup> Skema *Corporate Social Responsibility* : “*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.”<sup>4</sup>

Lebih lanjut, ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk tindakan etis perusahaan/dunia bisnis yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan, masyarakat, dan alam sekitar perusahaan.

Menurut Ilona Vicenovia Situmeang, menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komunikasi organisasi perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat, yang merupakan ide dan gagasan. Dimana perusahaan tidak lagi memiliki tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai-nilai perusahaan yang tercermin dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi tanggung jawab sosial perusahaan juga harus memiliki triple bottom line. Selain ekonomi, faktor utama lainnya adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin pertumbuhan nilai perusahaan yang berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan hanya terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi dan lingkungan.<sup>5</sup>

Demi terwujudnya komunikasi yang baik diperlukan untuk memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat. Kondisi ini menimbulkan timbal balik antara kedua belah pihak yang pada akhirnya meningkatkan rasa memiliki. Selain itu, rasa memiliki ini membuat masyarakat sukarela menjaga keberlanjutan operasional bisnis perusahaan. Untuk mencapai kesukarelaan ini, perusahaan yang bergerak di bidang CSR harus secara sukarela berpartisipasi dalam CSR berdasarkan keinginan, kemampuan dan deskripsi diri. Citra

---

<sup>3</sup> Maignan I Ferrell, *Corporate Citizenship: Cultural Antecedents And Business Benefits*, alih bahasa oleh Mursitama, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 26.

<sup>4</sup> Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 1.

<sup>5</sup> Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 7.

perusahaan secara formal tidak dapat dibangun, karena citra tersebut lahir secara alami dari usaha yang dilakukan. Sehingga komunikasi dan keterbukaan merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk memiliki citra yang positif.<sup>6</sup>

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan yang kegiatannya utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan. Pendapat lain mengatakan bahwa BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara konseptual BMT memiliki dua fungsi yaitu *baitul tamwil* (bait = 'rumah', *at-tamwil* = 'pengembangan harta') yang artinya melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dalam mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. *Baitul maal* (bait = 'rumah', *maal* = 'harta') yaitu menerima titipan dana zakat, infak, shadaqah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BTM) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitut tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti zaka, infaq, dan shodaqoh (ZIS). Sedangkan *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai Lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah yaitu berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al-Quran dan Sunnah Rasul-Nya. Karena berorientasi sosial agama, maka tidak dapat dimanipulasi untuk kepentingan bisnis atau mencari laba (profit).<sup>7</sup>

Secara kelembagaan BMT didampingi atau dilindungi pusat inkubasi bisnis usaha kecil (PINBUK). PINBUK sebagai Lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni menetaskan usaha kecil. Dalam prakteknya, PINBUK

---

<sup>6</sup> Doni Juni Priansa and Alma Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009)

<sup>7</sup> Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktik Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hal. 67

menetaskan BMT dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat di mana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.<sup>8</sup>

Lebih lanjut, dapat disimpulkan bahwa *Baitul Maal* adalah lembaga ekonomi berorientasikan sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menampung harta masyarakat dari berbagai sumber termasuk (terutama) zakat, dan menyalurkannya untuk tujuan mewujudkan kemaslahatan umat dan bangsa dalam arti seluas-luasnya. Adapun *Baitul Maal* BMT adalah jenis lain dari *Baitul Maal* kontemporer yang memiliki cakupan kegiatan yang lebih sempit, yakni sebatas menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah yang dimungkinkan dalam kerangka manajemen BMT.<sup>9</sup>

KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras merupakan sebuah Lembaga Keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. BMT ini merupakan cabang kelima BMT NU Balen yang berada di Kecamatan Sugihwaras. Melihat eksistensinya, BMT telah memantapkan dirinya sebagai sumber daya untuk memberdayakan ekonomi lokal.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) sebelumnya bernama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang terlahir dari Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan badan hukum islam dengan dua bentuk yang berbeda, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana non profit, seperti zakat, Infaq dan sedekah. Adapun Baitul Tamwil sebagai usaha yang berfokus pada membesarkan dan mendistribusikan barang dagangan. Kiprah KSPPS menjalankan fungsi dan perannya sebagai organisasi bisnis, sedangkan disisi lain menjalankan fungsi sosial antara lain menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana.<sup>10</sup>

BMT NU Balen cabang Sugihwaras kini menjadi lembaga keuangan yang bergerak cepat. Juga sudah meraih kepercayaan di masyarakat. Namun perilaku anggota setelah memakai jasa dari BMT NU Balen Cabang Sugihwaras, mereka juga

---

<sup>8</sup> Muhammad Sholahuddin, Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam, (Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI, 2014), hal. 143

<sup>9</sup> Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Yogyakarta: Ekonosia, 2007), hal. 107

<sup>10</sup> Sukmayadi, *Koperasi Syariah dari Teori untuk Praktek* (Bandung:Alfabeta, 2020), 26.

menggunakan jasa perbankan lainnya. Hal ini jelas menunjukkan bahwa tujuannya adalah untuk memperkuat dan memperbesar jumlah anggota. Maka, BMT NU Balen Cabang Sugihwaras diarahkan agar bisa memberikan pelayanan yang maksimal bagi anggotanya.

Melihat situasi tersebut, BMT NU Balen Cabang Sugihwaras selain manajemen dan kinerja yang baik tentunya memiliki strategi tersendiri. Dimana BMT NU Balen Cabang Sugihwaras menunaikan tanggung jawab sosial dan membangkitkan kepercayaan nasabah. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Balen Cabang Sugihwaras aktif dengan agenda Corporate Social Responsibility (CSR). Kegiatan Tanggung Jawab Sosial perusahaan (CSR) Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Balen Cabang Sugihwaras adalah Program Santunan.

Dengan komitmen untuk menerapkan program CSR, maka penelitian ini digunakan untuk mengetahui implementasi CSR dan peran CSR dalam membentuk kepercayaan anggota di BMT NU Balen Cabang Sugihwaras.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **a. Implementasi**

Implementasi ialah suatu kegiatan atau tindakan dari sebuah rencana yang terperinci untuk mencapai suatu tujuan. Menurut nurdin usman dalam bukunya menjelaskan bahwa “implementasi adalah aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme sistem. Implmentasi bukan sekedar aktivitas, melainkan suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan”.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa keterangan yang telah saya ajukan kepada kepala cabang KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras, dapat saya simpulkan sebagai berikut:

#### **1. Persepsi program CSR**

Program CSR yang dilakukan oleh BMT NU Balen Cabang Sugihwaras adalah Program Santunan. Program santunan merupakan kegiatan sosial

---

<sup>11</sup> Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* (Jakarta:Grasindo, 2002), 170.

yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan bantuan sukarela kepada kelompok masyarakat yang membutuhkan.<sup>12</sup>

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Cabang KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras. Dimana Ibu Zherly mengatakan bahwa:

“Tujuan Program CSR ini yaitu menyalurkan dana sosial yang sudah diamanatkan kepada BMT, untuk membantu masyarakat mustadhafin. Selain membantu masyarakat, sekaligus juga membantu pihak BMT dalam mempromosikan keberadaan BMT / Produk-produk BMT dan turut serta mendakwahkan ekonomi syariah.”<sup>13</sup>

## 2. Persepsi manfaat CSR

Seperti yang telah diamati oleh peneliti dari KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras persepsi manfaat yang dirasakan oleh anggota, sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Darminingsih mengatakan:

“sejak adanya program CSR dari BMT itu sangat bermanfaat dan membantu bagi saya. Biasanya pihak BMT mempromosikan produk BMT dengan syarat, jika ibu mau bergabung saya kasih diskon gratis admin. Selain itu, pihak BMT juga memberikan santunan bagi masyarakat yang sudah bergabung. Hal tersebut sangat membantu perekonomian lokal dan sekaligus meningkatkan citra baik perusahaan di mata masyarakat”.<sup>14</sup>

## **b. Corporate Social Responsibility (CSR)**

### 1. Pengertian CSR

CSR merupakan bentuk aktivitas manusia untuk segala tindakan perusahaan yang mempengaruhi individu, masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi. Namun teori dan gaya ini masih diperdebatkan dengan tanggung jawab perusahaan dan implementasi CSR. Implementasi CSR hanya meningkatkan nilai kesejahteraan pemilik, atau pelaksanaan CSR juga akan mencakup kepentingan kota negara. CSR dapat

---

<sup>12</sup> Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 36.

<sup>13</sup> Zherly Ike Novitasari, *Wawancara*, Bojonegoro 18 Februari 2023

<sup>14</sup> Darminingsih, *Wawancara*, Bojonegoro 20 Februari 2023

dilihat sebagai komitmen yang berkelanjutan untuk komunitas bisnis, berperilaku baik dan memberi kontribusi terhadap pengembangan ekonomi. Dimana itu meningkatkan kualitas pekerja dan keluarganya, juga komunitas masyarakat pada umumnya. Didalam hubungan dengan pemangku kepentingan dan prinsip-prinsip kesukarelaan dan kerja sama.<sup>15</sup>

Manfaat pelaksanaan CSR bagi BMT antara lain, yaitu:

a) Bagi Perusahaan

Terdapat empat manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan CSR. Pertama, keberadaan BMT yang tumbuh pesat dan berkelanjutan dan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat. Kedua, BMT lebih mudah mendapatkan peluang modal. Ketiga, BMT dapat menjaga dan mempertahankan Sumber daya manusia yang efektif dan efisien. Keempat, BMT dapat meningkatkan pengambilan keputusan terhadap isu-isu kritis dan mempermudah mengelola manajemen risiko.

b) Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, praktik CSR adalah akan meningkatkan nilai tambah suatu perusahaan. Dan meningkatkan kualitas hubungan antara perusahaan dan masyarakat.

2. Prinsip-prinsip CSR

a) *Sustainability*

*Sustainability* adalah prinsip CSR yang memberikan efek masa depan dari suatu tindakan perusahaan. Misalnya, pemanfaatan sumber daya alam masyarakat yang harus digunakan dengan hati-hati dan benar.

b) *Accountability*

Prinsip ini menekankan hal pada dasarnya setiap organisasi adalah bagian dari masyarakat, sehingga kerja organisasi atau perusahaan bukan hanya pemilik. Tetapi juga kepada semua pihak yang terlibat baik secara internal maupun eksternal. Setiap keputusan harus diambil dengan mempertimbangkan manfaat dan efeknya.

---

<sup>15</sup> Lela Nur Laela Wati, *Model Corporate Social Responsibility* (Ponorogo: Myria Publisher, 2019), 17.

c) *Transparency*

Prinsip CSR yang berarti bahwa terlepas dari perilaku organisasi atau dampak masyarakat dan dampak lingkungan. Sejarah eksternal harus ditunjukkan dengan jelas dibelakang perilaku dan tujuan perusahaan. Informasi ini penting karena sifatnya melaporkan kepada *Stakeholders* eksternal di sepanjang jalan.

3. Implementasi CSR

Komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan praktik yang dapat di implementasikan dalam bisnis perusahaan. Idanya adalah pekerjaan sosial itu benar-benar terlaksana. Implementasi tersebut bisa terlaksana maka perusahaan harus mengetahui situasi internal perusahaan yang memungkinkan membantu tercapainya tanggung jawab sosial dan tindakan tersebut.

Penerapan tanggung jawab sosial merupakan langkah program *Corporate Social Responsibility* sebelumnya. Penerapan tanggung jawab sosial membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan positif meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana. Upaya perusahaan untuk melihat tanggung jawab sosial dilakukan dengan berbagai strategi. Strategi perusahaan telah memperhatikan dan mempertimbangkan visi, misi, tujuan, objek dan kebutuhan *Stakeholders*.

**c. Peran CSR**

Peran CSR adalah tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut, dengan mengkoordinir kepentingan sosial, lingkungan dan ekonomi.

Peneliti melakukan wawancara dengan teller KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras, dimana Ibu Khusnul Mengatakan:

“Peran CSR yaitu pemahaman melalui komunikasi dan informasi dengan para pemangku kepentingan. Hal ini berfokus pada layanan, peran CSR ini memiliki jawaban atas kebutuhan sosial yang ada dan solusi masalah. Masalah

diselesaikan masyarakat itu sendiri dan pihak BMT tidak lain adalah fasilitator”.<sup>16</sup>

#### **d. Kepercayaan Anggota**

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan amanah yang dititipkan oleh seseorang yang benar-benar harus dijaga dan tidak boleh diingkari.

Peneliti melakukan wawancara dengan anggota KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras, Ibu Siti mengatakan:

“Saya percaya dengan adanya sistem jemput bola yang dilakukan oleh Account Officer KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras. Karena mereka sangat amanah, dan memudahkan pekerjaan saya. Dengan meminta karyawan untuk datang kerumah dan pengambilan uangnya juga cukup mudah. Hal tersebut sangat menguntungkan bagi saya”.<sup>17</sup>

Kepercayaan merupakan keyakinan yang kuat. Dimana kepercayaan didefinisikan sebagai konsep kepercayaan dari perspektif pelanggan berdasarkan pengalaman, atau lebih dalam perjalanan bisnis atau hubungan dikenal dengan memenuhi harapan kinerja produk dan kepuasan. Kepercayaan anggota adalah segalanya pengetahuan konsumen dengan segala kesimpulannya yang dibuat konsumen tentang obyek dan manfaatnya. Obyek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang mempunyai kepercayaan dan sikap.

Ketika kepercayaan telah dibangun antara konsumen dan bisnis, maka usaha untuk mewujudkannya akan mudah. Faktor-faktor yang mempengaruhi seperti citra perusahaan, besar atau kecilnya perusahaan, saling menyenangkan dan sebagainya baik antara konsumen dengan perusahaan maupun konsumen dengan karyawan. Menurut Bu Ika cara membuat anggota percaya pada BMT NU Balen Cabang Sugihwaras, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik,

---

<sup>16</sup> Khusnul mahmudah, *Wawancara*, Bojonegoro 18 Februari 2023

<sup>17</sup> Siti Yabadrotin, *Wawancara*, Bojonegoro 20 Februari 2023

memfasilitasi anggota dengan (buku, m-bmt), dan memberikan informasi terkait produk-produk yang ada di BMT secara jelas dan logis.<sup>18</sup>

Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yang artinya untuk memahami suatu fenomena dan apa yang diperoleh dari subjek penelitian, misalnya perilaku, pemahaman, motivasi, tindakan dan lain-lain, dan dapat di deskripsikan dalam bentuk kata dan Bahasa. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan wawancara dan observasi.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif adalah untuk lebih mudah mendeskripsikan suatu hasil penelitian dalam bentuk teks naratif sehingga lebih mudah dipahami. Dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data untuk dianalisis kembali untuk dikembangkan.

### **a. Jenis dan Sumber Data**

Data adalah segala informasi yang diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :<sup>19</sup>

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (sumber asli). Data ini dikumpulkan oleh peneliti langsung dari tempat objek penelitian yang dilakukan. Data diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan informan, yaitu pihak penanggung jawab CSR pada BMT NU Balen Cabang Sugihwaras dan Anggota BMT yang terlibat dalam *Corporate Social Responsibility (CSR) KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras*.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang bukan asli memuat informasi atau data penelitian, maksudnya data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau yang dikumpulkan dan diolah pihak lain biasanya

---

<sup>18</sup> Siti Khoirun Nisa', *Wawancara anggota*, Bojonegoro, 20 Februari 2023

<sup>19</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin:Antasari Press, cet ke-1 2011), 71.

dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data internal dan eksternal. Data internal meliputi hasil observasi ditempat objek penelitian. Sedangkan data eksternal diperoleh melalui pencarian internet seperti mengakses situs-situs tertentu, *e-journal*, *e-book* dan sebagainya.

#### **b. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah utama dalam penelitian, karena tujuan pertama penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan observasi sebagai penyempurnaan hasil penelitian. Wawancara digunakan ketika peneliti ingin melakukan studi penelitian untuk mengidentifikasi masalah yang harus diselesaikan dan ketika peneliti ingin mengetahui detail responden yang lebih mendalam. Pengumpulan data ini berdasarkan pada diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.<sup>20</sup>

Wawancara ini diharapkan mampu memberikan data yang akurat untuk memecahkan suatu permasalahan mengenai bentuk CSR yang diterapkan oleh pihak BMT, dan implementasi dari perspektif anggota KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras dalam kegiatan CSR.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Profil BMT NU Balen Cabang Sugihwaras**

BMT NU Balen Cabang Sugihwaras adalah Lembaga Keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. BMT NU Balen Cabang Sugihwaras merupakan cabang ke-lima yang berlokasi cukup strategis dan sangat mudah dijangkau, yaitu berada pada Kecamatan Sugihwaras tepatnya terletak di Dusun Mindi Desa Sugihwaras Kecamatan Sugihwaras Kabupaten Bojonegoro, dengan statusnya yaitu sebagai intermediasi menghimpun dan menyalurkan dana dengan sistem bagi hasil. BMT NU Balen Cabang Sugihwaras

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, cet ke-1 2019), 195.

merupakan lembaga Keuangan yang beroperasi setiap hari senin-kamis pukul 08:00-15:00 siang dan hari Jum'at-Sabtu pukul 08:00-14:00 Siang.

Adapun produk-produk yang ada di BMT tersebut meliputi:

Produk Simpanan yaitu:

1. SI-MUBAH ( Simpanan Mudharabah)

Simpanan yang di jamin keutuhan nilainya dan tabungan dapat di ambil pada saat uang dibutuhkan dengan bagi hasil berdasar saldo rata-rata tiap bulan

2. SI-DIKA (Simpanan Pendidikan)

Simpanan bagi keperluan pendidikan masa depan anak anda yang dapat diambil pada waktu tertentu dan dijamin keutuhannya.

3. SI-RAFI ( Simpanan Hari Raya idul Fitri)

Pastikan kebutuhan hari raya idul fitri anda terpenuhi dan terencana dengan simpanan di BMT NU Balen

4. SI-QURA' ( Simpanan Qurban dan Aqiqah)

Merencanakan Qurban dan Aqiqah lebih mudah dengan simpanan anda di BMT NU Balen

5. SI-HAJIR (Simpanan Haji dan Umrah)

Rencanakan perjalanan ibadah anda ke tanah suci mulai dari sekarang. Untuk pendaftaran mendapatkan porsi hajiakan di dampingi petugas BMT NU Balen sampai selesai

6. SI-JAKA (Simpanan Berjangka)

Simpanan Berjangka dengan bagi hasil yang lebih menguntungkan dimulai dari nominal Rp. 500.000 jangka waktu 3 bulan.

Produk Pembiayaan antara lain yaitu:

1. MURABAHAH

Pembiayaan aneka barang kebutuhan rumah tangga dengan sistem angsuran dan terbebas dari riba

2. MUDHARABAH-MUSYARAKAH

Pembiayaan modal usaha kepada para pelaku usaha rumah tangga dan usaha lainnya dengan sistem syariah bebas riba

3. RAHN ( GADAI )

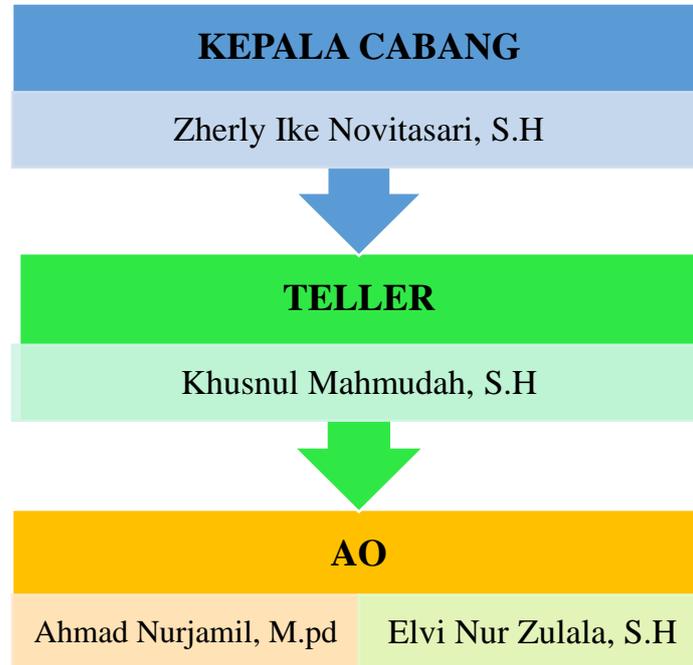
Pembiayaan dengan menggadaikan barang berharga dan terbebas dari riba

4. MULTI JASA BAROKAH

Pembiayaan kepada anggota dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa dengan menggunakan akad ijarah dan kafalah

BMT juga dapat dibilang menjadi jawaban atas keperluan semua masyarakat sekitar, dimana mereka menabung atau meminjam uang sesuai dengan kebutuhan perekonomian mereka. Disisi lain juga tumbuh saling percaya antara anggota dan karyawan. Kedekatan mereka menumbuhkan rasa saling menghormati dan menghargai akhirnya timbul bentuk rasa persaudaraan. Nilai rasional yang tinggi ini menumbuhkan empati serta simpati mereka, sehingga menjadi daya tarik dari aspek sosial. Di BMT NU Balen Cabang Sugihwaras terdapat 480 Anggota. Mereka melakukan simpan dan pinjam untuk dapat memenuhi kebutuhan/keinginan mereka.

Adapun Struktur Susunan Pengurus KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras meliputi:



## b. Implementasi CSR di KSPPS BMT NU Balen Cabang Sugihwaras

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh BMT NU Balen Cabang Sugihwaras berorientasi pada sosial, lingkungan, ekonomi yang sudah dilakukan dengan baik dan berkelanjutan. Hal tersebut membuktikan bahwa seluruh kegiatan perekonomian yang dilakukan harus memprioritaskan aspek internal maupun eksternal, ini merupakan sebuah pertanggung jawaban atas perbuatan yang dilakukan baik di dunia maupun di akhirat nanti.

Sebagaimana firman Allah SWT:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۗ  
وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۗ

“Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasannya). Dan barang siapa mengerjakan kejahatan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasannya pula)” QS. Al Zalzalah ayat 7-8.

Dalam ayat ini bisa dilakukan sebagai fondasi untuk berdiri melakukan pekerjaan yang baik yang berhubungan dengan Allah maupun orang lain, karena sejatinya hidup manusia itu saling berhubungan (*hablu minallah wa hablu minannas*). Apapun yang orang lakukan pasti mendapatkan hasil berdasarkan tindakan yang dilakukannya.

### 1. Triple/People (Sosial)

Dalam bidang sosial BMT NU Balen Cabang Sugihwaras melaksanakan kegiatan CSR berupa:

#### a) Bingkisan ATK sekolah

Bingkisan berupa peralatan sekolah seperti buku, bolpoin, pensil, penghapus diberikan kepada siswa-siswi yang menggunakan produk simpanan pendidikan di BMT NU Balen Cabang Sugihwaras. Ada sekitar 50 anak yang mendapatkan bingkisan disetiap tahunnya, diantaranya siswa MIM Sugihwaras 25 anak dan TK dharma wanita Balongrejo 25 anak. Kegiatan tersebut diharapkan mampu menumbuhkan semangat belajar bagi siswa-siswi. CSR dalam bidang pendidikan yang dilakukan

BMT NU Balen Cabang Sugihwaras tidak berorientasi pada dunia tetapi juga akhirat, karena kehidupan di dunia semua berpedoman pada Allah.

b) Bingkisan hari raya idul fitri

Bingkisan lebaran ini diberikan kepada 70 anggota yang menggunakan simpanan hari raya idul fitri. Seperti kue, biskuit, sirup, gula dan sebagainya dengan kisaran harga Rp. 100.000 per bingkisan. CSR dalam simpanan tabungan hari raya ini dilakukan BMT NU Balen Cabang Sugihwaras agar menumbuhkan semangat dan kesenangan bagi masyarakat.

2. *Bottom/Planet*(Lingkungan)

Lingkungan merupakan faktor penting dalam mendirikan suatu lembaga, maka kepedulian terhadap lingkungan harus tetap dilakukan. Kegiatan CSR yang dilakukan BMT NU Balen Cabang Sugihwaras dalam bidang lingkungan adalah bersih-bersih lingkungan di area sekitar BMT. Bersih lingkungan merupakan suatu kegiatan / rutinitas BMT sebelum mengadakan acara. Kegiatan ini dilakukan secara gotong royong dan bersama-sama oleh seluruh karyawan BMT agar peduli terhadap lingkungan sekitar.

3. *Line/Profit* (Ekonomi)

*Profit* merupakan orientasi utama untuk memastikan dan mempertahankan keberlanjutan lembaga bisnisnya. Keberlanjutan dalam bisnis sangat penting bagi sumber daya manusia. Kegiatan CSR *profit* BMT NU Balen Cabang Sugihwaras adalah untuk menciptakan sumber daya yang handal dan islami dan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan.

Implementasi CSR merupakan tahap penerapan program seperti yang telah direncanakan. Pelaksanaan CSR membutuhkan suasana organisasi yang saling percaya dan menguntungkan, sehingga meningkatkan motivasi dan komitmen para karyawan.

**c. Strategi yang dipakai oleh BMT NU Balen Cabang Sugihwaras adalah strategi *Community development* (pengembangan masyarakat):**

1. *Community Relation* (Hubungan komunitas)

Strategi tersebut diimplementasikan melalui kegiatan untuk mengembangkan pemahaman melalui komunikasi dan informasi dengan para pemangku kepentingan. Pada strategi ini di arahkan pada kegiatan kedermaan, jangka pendek, habis dipakai dan kegiatan sosial lainnya. Seperti: Bantuan bencana alam, bantuan acara NU, bingkisan paket sekolah, bingkisan hari raya idul fitri dan lain-lain.

2. *Community Service* (Pelayanan komunitas)

Merupakan strategi implementasi CSR yang berfokus pada layanan. Strategi ini memiliki jawaban atas kebutuhan sosial yang ada dan solusi masalah. Masalah di selesaikan oleh masyarakat itu sendiri dan BMT NU Balen Cabang Sugihwaras tidak lain adalah fasilitator.

3. *Community Empowering* (Pengembangan komunitas)

Merupakan strategi pelaksanaan CSR untuk memberikan akses yang lebih luas kepada strategi BMT NU Balen cabang Sugihwaras ini bermitra dengan masyarakat. Upaya untuk memastikan tercapainya tujuan CSR itu, pasti diperhitungkan visi, misi, tujuan, objek dan kebutuhan para pemangku kepentingan. Maka dari itu, BMT NU Balen cabang Sugihwaras memilih melakukan kegiatan CSR. Selanjutnya setelah pelaksanaan kegiatan CSR adalah dilakukannya evaluasi, evaluasi tersebut merupakan pencarian informasi terkait kekuarangan kegiatan CSR. Hal tersebut telah dibuktikan oleh BMT NU Balen Cabang Sugihwaras dengan terus menjaga silaturrahi dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

**d. Analisis Peranan CSR terhadap Kepercayaan Anggota**

Perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial telah berhasil menarik lebih banyak investor, mengurangi risiko dan memahami pemangku kepentingan. Faktanya, tidak ada organisasi yang bekerja secara rahasia, selalu ada komunikasi dengan karyawan, pelanggan, pemasok dan pemangku kepentingan. Tujuan pelaksanaan program CSR adalah untuk mengelola

hubungan antar pemangku kepentingan untuk menghasilkan keuntungan (uang) dan berdampak positif. BMT telah melaksanakan kegiatan CSR dengan baik dan memenuhi kriteria serta dilaksanakan secara berkelanjutan. Hal ini cukup untuk meringankan beban masyarakat miskin dan juga memajukan perekonomian.

Terkait kepercayaan anggota nampaknya CSR atau tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh BMT NU Balen Cabang Sugihwaras merupakan sarana dakwah ekonomi syariah dan sebagai sarana promosi sekaligus menciptakan citra positif untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT. Melalui kegiatan sosial yang dilakukan oleh BMT NU Balen Cabang Sugihwaras, orang yang awalnya tidak mengetahui tentang BMT menjadi dikenal. Maka aksi ini diharapkan terbentuknya loyalitas dan kepercayaan dari masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara serta analisis yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa Implementasi dan Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepercayaan Anggota sangat signifikan berdampak positif. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh *Syalawati* pada tahun 2019 yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan”.<sup>21</sup> Selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Baiq Nurul Khaeriani dan Asyari Hasan pada tahun 2022 dengan judul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah”.<sup>22</sup> Dapat diartikan bahwa kegiatan CSR ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan perusahaan. Kegiatan CSR ini akan menarik konsumen dan semakin meningkatkan kepercayaan konsumen dalam menggunakan Produk yang ditawarkan.

## **KESIMPULAN**

Dengan melihat hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas peneliti. Maka peneliti menyimpulkan bahwa BMT NU Balen Cabang Sugihwaras telah

---

<sup>21</sup> Syalawati, Skripsi: *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*, (Banda Aceh:UIN Ar-Raniry, 2019), 75.

<sup>22</sup> Baiq Nurul Khaeriani dan Asyari Hasan, “*Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah*”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2022.

mengimplementasikan CSR Secara efektif dan efisien. Kegiatan CSR ini berorientasi pada *Triple (sosial) Bottom (lingkungan) Line (ekonomi)* yang sudah terlaksana secara terus menerus. Hal ini merupakan kegiatan yang dilakukan BMT NU Balen Cabang Sugihwaras tidak berorientasi pada keuntungan semata melainkan untuk kepentingan bersama (sosial, lingkungan). CSR ini dalam BMT NU Balen Cabang Sugihwaras berperan sebagai sarana mendakwahkan ekonomi syariah dan mempromosikan keberadaan BMT dan sekaligus membentuk citra positif di masyarakat. Dikatakan dakwah karena BMT NU Balen Cabang Sugihwaras selalu mengajak dan berbuat baik kepada sesama masyarakat. Dengan adanya kegiatan CSR ini yang diharapkan adalah terbentuknya loyalitas dan kepercayaan anggota. Artikel ini memberikan bukti tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan bagaimana penerapannya dapat membawa dampak positif bagi KSPPS BMT NU secara keseluruhan. Lebih dari sekadar organisasi bisnis, lembaga keuangan semacam ini menyadari perannya dalam memberikan manfaat bagi masyarakat secara lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darminingsih, interview by Dela Rista Silvia. *Wawancara* (20, 2023).
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Kairiani, Baiq Nurul, and Hasan Asyari. "Implementasi Program Corporate Responsibility dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2022: 8.
- Khusnul, Mahmudah, interview by Dela Rista Silvia. *Wawancara* (18, 2023).
- Nisa, Siti Khoirun, interview by Dela Rista Silvia. *Wawancara* (20, 2023).
- Novitasari, Zerly Ike, interview by Dela Rista Silvia. *Wawancara* (18, 2023).
- Oisnia Situmeang, Ilona Vicenovia. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Ekuilibria, 2016.
- Priansa, Doni Juni, and Alma Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antarsari Press, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sukmayadi. *Koperasi Syariah dari Teori untuk Praktek*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sunaryo. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam berbagai perspektif Kajian*. Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja, 2015.
- Syalawati. "Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan." 2019.
- Usman, Nurdin. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- Wati, Laela Nur Laela. *Model Corporate Social Responsibility*. Ponorogo: Myria Publisher, 2019.

Yabadrotin, Siti, interview by Dela Rista Silvia. *Wawancara* (20, 2023).