

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro mengalami perkembangan yang pasang surut. Pasang surut perkembangan BMT di Indonesia tidak terlepas dari kendala yang dihadapi. Diantaranya yang paling krusial adalah landasan hukum yang belum jelas. Karena sebagian besar BMT memiliki badan hukum koperasi, maka secara legal tidak dapat menghimpun dana dari masyarakat secara langsung.<sup>1</sup> *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul mal* dan *baitul tamwil*. *Baitul mal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti: zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.<sup>2</sup> *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan non bank sebagai balai usaha mandiri terpadu yang merupakan *bayt al-mal wa at-tamwil*, yaitu lembaga yang mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas usaha para pengusaha kecil dan mendorong bentuk-bentuk investasi dengan tujuan pemberdayaan usaha duniawi dan ukhrawi melalui infak, zakat, dan sedekah. BMT merupakan lembaga ekonomi atau Lembaga Keuangan Syariah non perbankan yang bersifat informal. BMT memiliki ciri utama yaitu: sebagai lembaga keuangan non bank yang nirlaba, yang berorientasi pada kemanusiaan dan kemaslahatan umat, sebagai lembaga ekonomi umat yang dibangun oleh swadaya masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan para pengusaha kecil untuk tujuan duniawi dan ukhrawi, sebagai lembaga

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 17.

<sup>2</sup> Nurul Huda & Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, Prenada Media Group, Jakarta, 2010, hlm. 363

keuangan nonbank yang berorientasi bisnis dan mencari laba dari seluruh pembiayaan yang diterapkan.<sup>3</sup>

Perusahaan sebagai sebuah sistem dalam keberlanjutan dan keseimbangannya tidak dapat berdiri sendiri. Begitupun dengan BMT, perlu dicermati bersama bahwa institusi BMT bukan lembaga pemerintah atau lembaga independen yang dapat bekerja sendiri. BMT tidak akan berfungsi efektif karena lembaga ini memerlukan dukungan dari banyak pihak, baik lembaga pemerintah maupun swasta. Bahkan, kunci dari dukungan terhadap BMT adalah komponen masyarakat.<sup>4</sup> Keberadaan perusahaan/lembaga keuangan syariah seperti BMT ini dalam lingkungan masyarakat membawa pengaruh bagi kehidupan sosial, ekonomi, serta budaya. Dalam perjalanannya, aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan bersinggungan, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan masyarakat dan lingkungan.

CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memerhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat di sekitar lokasi kegiatan usaha tersebut. CSR merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau dividen.<sup>5</sup> Bila pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan dipahami seperti demikian maka dapat dibayangkan bagaimanakah akibat-akibat yang

---

<sup>3</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2003, hlm. v

<sup>4</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2003, hlm.18.

<sup>5</sup> Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2014, hlm. 1-2.

ditimbulkan oleh kebijakan-kebijakan suatu perusahaan terhadap lingkungan sosial sekitarnya.<sup>6</sup>

Dalam pandangan sosial ekonomi yang menyatakan bahwa tanggung jawab manajemen bukan sekedar menghasilkan laba tetapi juga mencakup melindungi dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Posisi itu didasarkan pada keyakinan bahwa pengharapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah. Perusahaan bukan entitas independen yang bertanggung jawab hanya terhadap pemegang saham. Mereka juga mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat yang lebih besar yang secara resmi mendorong kreasi mereka melalui berbagai peraturan dan perundang-undangan dan mendukung mereka membeli produk dan jasa mereka.<sup>7</sup>

Suatu perusahaan bisa tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan jika memberi perhatian yang sama besar pada tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan kata lain, dunia bisnis dituntut menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*) dengan kinerja sosial (*people*) dan kinerja lingkungan (*planet*). Pencapaian ini pada akhirnya akan menempatkan perusahaan menjadi *good corporate citizen* dan meraup keuntungan yang langgeng.<sup>8</sup> Perusahaan bisa hidup nyaman dan bisnisnya bisa tumbuh serta berkembang secara berkelanjutan adalah pelaku bisnis perlu menyeimbangkan pencapaian kinerja ekonominya dengan kinerja sosial dan kinerja ekologisnya. Artinya, korporasi sebagai warga negara dan bagian dari masyarakat setempat harus memiliki kepekaan dan kepedulian serta tanggung jawab yang tinggi terhadap masalah-masalah ekonomi, sosial dan lingkungan di daerah di mana perusahaan beroperasi.<sup>9</sup> CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam kegiatan bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku

---

<sup>6</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al- Qur'an*, Pustaka Pesantren, Yogyakarta, 2006, hlm. 222.

<sup>7</sup> Stephen P. Robbins and Marry Coulter, *Manajemen Edisi kedelapan*, PT Macanan Jaya Cemerlang, Jakarta, 2009, hlm. 121.

<sup>8</sup> Andreas Lako, *Dekonstruksi CSR& Reformasi Paradigma Bisnis&Akuntansi*, Erlangga, Jakarta, 2011, hlm. 38-39.

<sup>9</sup> *Ibid*, hlm. 58.

kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering di identikkan dengan CSR ini antara lain pemberian/mal perusahaan (*Corporate Giving/Clarity*), kedermawanan perusahaan (*Corporate Philanthropy*), relasi kemasyarakatan perusahaan (*Corporate Community/Public Relations*), dan pengembangan masyarakat (*Community Development*). Keempat nama itu bisa pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan *Corporate Social Responsibility* dalam konteks investasi sosial perusahaan yang didorong oleh spektrum motif yang terentang dari motif amal hingga pemberdayaan.<sup>10</sup>

Meski terlihat mudah dalam definisinya, tanggung jawab sosial merupakan konsep yang sukar untuk dipahami, karena orang yang berbeda memiliki keyakinan yang berbeda mengenai tindakan apa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>11</sup> Konteks seperti itu, relatif menciptakan praktik *corporate social responsibility* sebatas polesan meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi *social responsibility*.<sup>12</sup> Dalam melihat aplikasi tanggung jawab sosial dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi positif dan sisi negatif. Secara positif perusahaan dapat melakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis dan semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat atau salah satu kelompok masyarakat. Sedangkan dari sisi negatif, perusahaan dapat menahan diri untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, yang sebenarnya menguntungkan dari sisi bisnis tetapi akan merugikan masyarakat atau sebagian masyarakat.<sup>13</sup>

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Yang

---

<sup>10</sup> Suparno, *Corporate Social Responsibility Teori dan Praktek*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2010, hlm 125-126

<sup>11</sup> Richard L. Daft, *Management*, Salemba Empat, Jakarta, 2006, hlm. 213.

<sup>12</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, hlm. 45-46.

<sup>13</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Pustaka Pesantren, Yogyakarta, 2006, hlm. 224.

dimaksud pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan.<sup>14</sup> Pada dasarnya dengan menerapkan CSR ada banyak manfaat yang akan diterima, baik dari pihak perusahaan maupun masyarakat/*stakeholder*. Sebagaimana dikatakan oleh Suhandari M. P bahwa manfaat CSR bagi perusahaan dapat mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.<sup>15</sup> CSR berpengaruh positif meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Hipotesis ini didasarkan pada premis bahwa perusahaan yang berinvestasi pada CSR akan mendapatkan citra positif, reputasi bagus dan *godwill* sehingga akan mendapatkan banyak kemudahan dari para *stakeholder* dalam akses ekonomi, pasar dan bisnis dalam jangka panjang. Dampaknya, pangsa pasar dan penjualan akan meningkat pesat. Biayanya juga bakal kian efisien sehingga perusahaan meraup laba yang signifikan secara berkelanjutan. Kenaikan laba otomatis akan meningkatkan nilai aset dan nilai ekuitas perusahaan.<sup>16</sup>

Chakraborty menyimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Dengan demikian perusahaan mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan mereka terhadap pelanggan, pemasok, pemegang saham karyawan, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, serta lingkungan. Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang. Intinya manfaat CSR bagi

---

<sup>14</sup> Totok Mardikanto, *CSR Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 130.

<sup>15</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 83.

<sup>16</sup> Andreas Lako, *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*, Erlangga, Jakarta, 2011, hlm. 114.

masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.<sup>17</sup>

Demi tercapainya kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat diperlukan adanya komunikasi yang baik dengan komunitas tersebut. Kegiatan tanggung jawab sosial harus mampu memberikan dampak positif terhadap perusahaan dan seluruh lapisan masyarakat yang ada disekitar perusahaan/suatu lembaga dan kepada pihak-pihak yang terkait. Kondisi tersebut akan memunculkan timbal balik antara kedua belah pihak yang pada akhirnya menumbuhkan rasa memiliki. Selanjutnya rasa memiliki ini akan membuat masyarakat sekitar dengan sukarela membela keberlanjutan usaha.

BMT As Salam merupakan lembaga keuangan syari'ah yang masih berkembang dengan aset yang dimiliki oleh BMT As Salam Demak kurang lebih sekitar 14 Milyar. BMT As Salam yang berkantor pusat di Desa Mangunrejo Kecamatan Kebonagung 01/01 Kabupaten Demak dan memiliki 3 kantor cabang yaitu: Cab. Kramat di Desa Kramat RT. 04/01 Dempet Demak, Cab. Pem. Sarimulyo di Desa Sarimulyo RT. 10/01 Kebonagung Demak dan Cab. Pem. Sambung di Desa Sambung RT. 02/04 Godong Grobogan. BMT As Salam dalam menjalankan usaha yang bergerak dalam lembaga keuangan tidak hanya mengedepankan keuntungan belaka namun peduli akan kondisi sekitar. Salah satunya dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial/CSR. Adapun data yang diperoleh peneliti mengenai kegiatan tanggung jawab sosial di BMT As Salam sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Kegiatan CSR di BMT As Salam Demak**

No	Nama Kegiatan	Dana	Penerima
1.	Pemberian Zakat Mal	Rp. 30.000.000	523 orang
2.	Santunan Anak Yatim	Rp. 30.000.000	216 orang
3.	Pelaksanaan Qurban	Rp. 21.000.000	55 orang
4.	Bantuan Musibah/sumbangan	Rp. 8.685.000	9 orang
5.	Pemberian THR (Tunjangan Hari raya)	Rp. 24.000.000	220 orang

Sumber: Data diolah dari kegiatan CSR BMT As Salam Demak

<sup>17</sup> Totok Mardikanto, *CSR Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 132-135.

Program CSR yang telah dilaksanakan oleh BMT As Salam Demak diantaranya adalah: Kegiatan Santunan Anak Yatim, Pemberian Zakat Mal, Bantuan musibah, Pelaksanaan Qurban dan Pemberian THR (Tunjangan Hari Raya). Untuk melaksanakan kegiatan CSR tersebut, BMT As salam Demak menganggarkan dana sekitar Rp. 113.685.000. Kegiatan tanggung jawab yang dilakukan diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terkait yang dapat memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat maupun *stakeholder* yang terkait.

Dari sekian kegiatan CSR yang di lakukan BMT As Salam kegiatannya berupa bantuan yang sifatnya jangka pendek yang langsung dinikmati oleh masyarakat dan bukan jangka panjang yang bisa dinikmati kapan saja. Dari kegiatan tersebut kurang adanya kesamaan, seperti kegiatan sudah ada disetiap kantor cabang maupun pusat dan hanya ada dikantor pusat saja, hal ini mungkin dapat mengakibatkan berkurangnya manfaat yang diterima oleh masyarakat/*stakeholder* karena tidak mendapatkan bantuan dari salah satu kegiatan yang dijalankan BMT As Salam. Dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial bukan hanya memberikan dampak kepada masyarakat/*stakeholder*, namun akan berdampak juga kepada pihak lembaga BMT As Salam dalam menjalankan usahanya. Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai **“Analisis Kemanfaatan Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Pada BMT As Salam Demak Tahun 2016”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini lebih diarahkan untuk mengetahui kemanfaatan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Lokasi penelitian difokuskan di BMT As Salam Demak.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian di atas, maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah implementasi CSR pada BMT As Salam Demak Tahun 2016?
2. Bagaimanakah kemanfaatan pelaksanaan CSR bagi perusahaan dan bagi masyarakat/*stakeholder* pada BMT As Salam Demak Tahun 2016?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR.
2. Untuk mengetahui bagaimana kemanfaatan pelaksanaan CSR.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Diharapkan dari penelitian ini penulis dapat mengambil manfaatnya, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan adalah antara lain:

1. Teoritis
  - a. Mengembangkan khasanah serta sebagai bahan dasar penelitian lebih lanjut mengenai kemanfaatan pelaksanaan CSR
  - b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai kemanfaatan pelaksanaan CSR
2. Praktis
  - a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan kepentingan manajemen perusahaan untuk mengetahui kemanfaatan pelaksanaan CSR dimasa yang akan datang.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat untuk dapat memanfaatkan pelaksanaan CSR oleh perusahaan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi dimaksudkan untuk memeberikan gambaran tentang dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan,

sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penelitian adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian Muka

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman sampul, nota persetujuan pembimbing, nota pengesahan, pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi dan daftar tabel.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdapat lima bab yang saling terkait, antar bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang teori CSR (*Corporate Social Responsibility*), Manfaat CSR, BMT (*Baitul Mal wat Tamwil*) penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

#### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

#### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek, analisis data dan pembahasan.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.