# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan memiliki tanggung jawab kepada masyarakat, atau biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Dimana perusahaan itu berdiri maka *Corporate Social Responsibility* pun ada. Banyak sekali kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam melakukan *Corporate Social Responsibility*, berbagai kegiatan seperti bakti sosial, pembangunan masjid, penerimaan beasiswa, biaya pendidikan dan masih banyak lagi. Hal itu dilakukan untuk membantu menyejahterakan masyarakat, selain itu *corporate social responsibility* juga tidak secara langsung menaikkan pendapatan atau image dalam perusahan, namun secara bertahap.

*Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan tema yang telah berkembang dalam dunia bisnis. Dalam konteks perusahaan terdapat tiga pandangan mengenai tanggug jawab social perusahaan, *pertama*, para manajer secara jujur memfokuskan bagi kepentingan perusahaan dengan demikian ia merupakan agen untuk mencapai kesejahteraan perusahaan. *Kedua*, para manajer mempunyai tugas untuk menyeimbangkan kepentingan pokok dan para pelaku perusahaan. *ketiga*, para manajer bertanggung jawab dalam

melayani masyarakat, yakni dengan program-program sosial yang menguntungkan masyarakat.[1]

Adanya perusahaan memang tidak dapat lepas dengan lokasi dimana perusahaan itu berdiri, perusahaan perlu memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu, piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carrol harus difahami sebagai satu kesatuan. Sebab, CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu profit, people dan planet (3P). *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat. *Plannet.* Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata.[2]

---

[1] Muhammad. *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002) hal. 152

[2] Bing Bedjo Tanudjaja. Perkembangan Corporate Social Responsobility di Indonesia. Universitas Kristen Petra Surabaya. http://puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/2289.pdf . Diakses Kamis, 01-11-2018. Pukul 15.00

Memang pada dasarnya perusahaan di dunia tidak hanya dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang begitu cepat, tetapi perusahaan juga dituntut untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya dan etika yang ada agar tetap dapat bertahan dengan pesaing-pesaingnya dalam bisnis sejenis. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus dapat mengkombinasikan serta menyeimbangkan kepentingan antara tujuan perusahaan yaitu profit dan *stakeholder*. Perusahaan dari seluruh dunia mulai melakukan pelaporan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan sosial, hal ini tidak hanya disebabkan oleh tekanan untuk memenuhi keinginan *stakeholder* tetapi perusahaan mulai menyadari bahwa pelaporan sosial akan memberikan kontribusi positif terhadap perusahaan.

Karena pada hakikatnya, kepedulian terhadap lingkungan usaha merupakan bagian integral dalam proses produksi. Konsep tanggung jawab sosial mengemuka sejak tahun 1900-an yang berawal dari konsep kekayaan di Amerika Srikat. Pada waktu itu Andrew Carnegie, pendiri perusahaan U.S.Steel, yang pada tahun 1889 menerbitkan buku berjudul *The Gospel Of Wealth* mengemukakan pemikiran klasik mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Pemikiran Carnegie didasarkan pada dua prinsip pokok: pertama, prinsip amal, dan kedua prinsip mengurus harta orang lain. Keduanya bersifat paternalistik, mereka memandang pemilik binis memiliki peran sebagai orang tua terhadap karyawan dan pelanggannya.[3]

[3]Purwanto, *New Business Administration*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hal.84.

Syuhada Mansur, menyebutkan dalam jurnalnya bahwa penggunaan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) akhir-akhir ini semakin popular dengan semakin meningkatnya praktik tanggung jawab sosial perusahaan, diskusi-diskusi global, regional dan nasional tentang CSR. Menguatnya terpaan prinsip *good corporate governance* seperti *fairness*, *transparency*, dan *responsibility* telah mendorong CSR semakin menyentuh "jantung hati" dunia bisnis.[4]

Di Indonesia sendiri, perkembangan praktek dan pengungkapan CSR mendapat dukungan pemerintah, yaitu dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengugkapan CSR melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pada Pasal 66 ayat (2) bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No.25 Tahun 2007 Pasal 15 bagian b, Pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan.[5]

---

[4]Syuhada Mansur, "*Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterpraise Theory (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri)*". Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam.Vol.2, No.2, 2012, hal 7.

[5]Rapita Diniati, Skripsi: "*Pelaporan Corporate social Responsibility (CSR) Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterpraise Theory (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru)*". 2014. Riau: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA, hal. 4.

Peranan perusahaan dalam hal ini adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional yang merupakan bagian dari kontribusi positifnya. Penciptaan lapangan pekerjaan, produk barang serta jasa yang dihasilkan dari suatu usaha perusahaan, dan pembayaran pajak yang memberikan pendapatan bagi Negara dimana hal itu merupakan kontribusi yang dirasakan besar manfaatnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan.[6] *Social Responsibility* memiliki kemanfaatan baik secara sosial maupun ekonomi. Biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan memiliki manfaat meningkatkan kinerja sosial, yaitu meningkatkan legitimas dan mengurangi complain *stakeholder*. Disamping itu, biaya sosial juga dapat meningkatkan *image*, baik di pasar komunitas maupun pasar modal.[7] Untuk itu perusahaan harus mampu menggabungkan antara market value dari perusahaan dan keharmonisan pihak-pihak yang terkait. Sementara perusahaan ideal yang diminati oleh investor tidak hanya dilihat pada fundamental saja, melainkan juga melihat pada *good corporate governance*, dimana salah satu gagasan utamanya adalah *corporate social responsibility*.

---

[6]Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 4.

[7]Nor Hadi, *Corporate l,Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 65.

Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut dijauhi.

Menurut Agus Sartono, nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. Bagi perusahaan yang sudah *Go Public*, nilai perusahaan akan tercermin pada nilai pasarnya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi.

Dalam hal ini *corporate social responsibility* dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan, *Corporate social responsibility* yang dijalankan perusahaan dapat menambah citra positif perusahaan di kalangan

masyarakat, sehingga ketika citra perusahaan baik maka para investor-pun juga akan tertarik untuk menyimpan saham di perusahaan tersebut.

Peran masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. Masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Dampak ini dapat terjadi dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun lingkungandisini juga sangat menentukan dalam pembangunan usaha yang *kondusif* dan tidak *manipulative* diharapkan beberapa upaya yang dilakukan perusahaan dalam membangun nilai-nilai sosial dan lingkungan yang berkelanjutan mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah.

*Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Setiap perusahaan memiliki alasan masing-masing mengapa mereka melakukan pelaporan CSR. Dalam perkembangannya perbankan merupakan salah satu institusi yang turut berperan dalam pengungkapan dan pengimplementasian tanggung jawab sosial di dunia bisnis dan posisinya sebagai lembaga keuangan yang sudah diakui keberadaannya ditingkat nasional maupun di tingkat internasional harus menjadi lembaga keuangan percontohan dalam menggerakkan program CSR.[8] Menurut Mulyanita, alasan perusahaan khususnya di bidang perbankan melakukan pelaporan sosial adalah karena adanya perubahan paradigma pertanggungjawaban dari manajemen ke pemilik saham (*shareholder*) menjadi manajemen kepada seluruh *stakeholder*.

Tantangan untuk menjaga citra perusahaan di masyarakat juga menjadi alasan mengapa suatu bank melakukan pelaporan sosial. Salah satu jenis bank yang memainkan peranan penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bank syariah.[9] Menurut Meutia, bank syariah seharusnya memiliki dimensi spiritual yang lebih banyak. Dimensi spiritual ini tidak hanya mengahendaki bisnis yang non riba, namun juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas, terutama bagi golongan masyarakat ekonomi lemah.[10]

CSR merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai norma yang berlaku di masyarakat. Pada sektor Perbankan Syariah, nilai-nilai norma yang

---

[8]Dori Novarela dan Indah Mulia Sari, "*Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterpraise Theory",* Jurnal.hal.145.

[9]Syuhada Mansur, "*Pelaporan Corporate Social Responsibility*…, hal. 108-109.

[10]Inten Meutia, *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis),* (Jakarta: Citra Pustaka Indonesia, 2010), hal.2.

digunakan adalah nilai-nilai agama Islam, atau disebut juga nilai-nilai Syariah. Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan bagaimana praktik CSR yang berdasarkan nilai-nilai syariah dengan objek penelitiannya sendiri adalah Bank Syariah.

*Corporate Sosial Responsibility (CSR)* selaras dengan tujuan dari ekonomi islam yaitu mensejahterahkan masyarakat, Sesuai dengan tujuan dari Prinsip-prinsip yang mengarahkan pengorganisasian kegiatan-kegiatan ekonomi pada tingkat individu dan kolektif bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan yang menyeluruh yang menyeluruh dalam tata sosial Islam[11], Islam sangat mendukung *Corporate Social Responsibility (CSR)* karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya *CSR* akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut. *Corporate social responsibility* yang sesuai dengan nilai-nilai syariah diharapkan juga mampu menambah nilai dalam perusahaan tersebut.

Tujuan akhir ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagian dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*).Konsep CSR sudah ada dalam Al-Quran. Seperti firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah (2); 205 yang berbunyi:

---

[11] Eko Suprayitno, *Ekonomi islam; Pendekatan Ekonomi Makro Islam Dan Konvensional*,(Jakarta: Graham Ilmu, 2005) hal. 18-20

وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِى ٱلْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ ٱلْحَرْثَ وَٱلنَّسْلَ ۚ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ ٱلْفَسَادَ ٢٠٥

*Artinya: "Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan".*

Q.S. Al-A'raf (7); 56 yang berbunyi:

وَلَا تُفْسِدُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَٰحِهَا وَٱدْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا ۚ إِنَّ رَحْمَتَ ٱللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ ٱلْمُحْسِنِينَ ٥٦

*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".*

Jadi praktik program CSR bank syariah bukan hanya untuk memenuhi amanah undang-undang, akan tetapi lebih jauh dari itu bahwa tanggung jawab sosial bank syariah dibangun atas dasar falsafah dan *tasawwur* (gambaran) Islam yang kuat untuk menjadi salah satu lembaga keuangan yang dapat mensejahteraan masyarakat. Alasan peneliti ingin mengambil judul tersebut adalah ingin mengetahui serta menganalisis terkait implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan nilai perusahaan pada Badan

Keuangan Syariah di Kabupaten Kediri apakah sudah sesuai dalam perspektif Islam atau sebaliknya.

Salah satu lembaga keuangan syariah di Kabupaten Kediri adalah Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, yang saat ini sangat familiar sekali *Corporate Social Responsibility (CSR)* karena Bank Jatim Cabang Syariah Kediri mempunyai kepedulian sosial yang tinggi, ini menjadikan Bank daerah ini banyak sekali mendapatkan penghargaan diantaranya *Best Company for Leadership Corporate Social Responsibility* Indonesia.[12] Selain itu, perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri juga sangat baik, mulai pada tahun 2016 memberikan alat kesehatan berupa defibrilator pada RSM Ahmad Dahlan, pada tahun 2017 turut serta membantu program pemerintah Kediri pada daerah Panggung, Joho Kecamatan Semen yaitu berupa jaminanisasi, dan pada tahun 2018 dimana memberikan peredam suara pada masjid An-Nur Pare dan juga masjid Al-Huda. Bank Jatim Cabang Syariah Kediri selalu memberikan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar pada saat itu, sebelum mereka memberikan ataupun berpartisipasi dalam sebuah pembangunan mereka melakukan survei terlebih dahulu, yang mana dengan ikut serta dan melaksanakan *corporate social responsibility* dapat meningkatkan kerjasama antara kedua belah pihak yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapat tahap-tahap penerapan CSR mulai dari perencanaan sampai pelaporan, ini menjadi bukti bahwa Bank Jatim Cabang Syariah Kediri

[12] http://www.bankjatim.co.id/news/view/228 tgl 10 November jam 08.00 WIB

melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR*) namun, ketika sampai tahap evaluasi bebarapa perusahaan tidak sampai melaksanakan hal tersebut, dan itu sangat disayangkan. Hal inilah yang menurut saya sangat menarik untuk memilih *Corporate Social Responsibility (CSR*) untuk meningkatkan nilai perusahaan pada Bank Jawa Timur khususnya Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

Berdasarkan latar belakang serta alasan-alasan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian Bank Syariah di Kabupaten Kediri dengan lokasi penelitian pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, dengan judul "Implementasi *Corporate Social Responbility* dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri"

## B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang penulis uraikan di atas, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah, antara lain:

1. Bagaimana pelaksanaan *corporate social responbility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri ?
2. Bagaimana implementasi *corporate social responsibility* dalam meningkatkan nilai perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri ?
3. Bagaimana *corporate social responbility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dalam perspektif islam ?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menjelaskan pelaksanaan *corporate social responbility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.
2. Untuk menjelaskan *corporate social responbility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dalam meningkatkan nilai perusahaan.
3. Untuk menjelaskan *corporate social responbility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dalam perspektif Islam.

## D. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah ini jelas dan mudah dipahami, maka ruang lingkup penelitian ini membahas tentang: Implementasi *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri". Mengingat adanya keterbatasan tenaga dan waktu, untuk membatasi ruang lingkup masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini hanya membahas penerapan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dari faktor (Tanggung jawab, keadilan, manfaat, dan amanah) serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

## E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan khazanah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan ilmu ekonomi dan lebih khusus lagi terkait dengan Kajian Bidang Etika Bisnis Syariah.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi pihak Lembaga Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, setelah mengetahui bagaimana *Corporate Social Responbility* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dalam meningkatkan nilai perusahaan dan implementasi penerapan *Corporate Social Responbility* sudah sesuai dengan prinsip syariah atau justru sebaliknya maka diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak perbankan untuk menentukan langkah yang harus dilakukan dalam meningkatkan kinerja serta operasionalnya.
   b. Bagi kalangan akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan perbendaharaan perpustakaan khususnya dalam kajian Bidang Etika Bisnis Syariah.
   c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan kajian bagi peneliti-peneliti baru yang akan melakukan penelitian yang sejenis terkait Implementasi *Corporate Social Responbility* dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

## F. Penegasan Istilah

Agar terdapat persamaan persepsi terhadap maksud judul skripsi ini, yaitu "Implementasi *Corporate Social Responbility* dalam Meningkatkan Nilai

Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri". Maka perlu kiranya peneliti memberikan penegasan istilah, sebagai berikut:

1. Konseptual

   a. Kata *responsibility* (tanggung jawab) terdiri dari dua kata, yaitu *response* (tanggapan) dan *ability* (kemampuan). Jadi, pada dasarnya tanggung jawab menunjukkan kemampuan yang harus dimiliki seseorang atau sebuah organisasi perusahaan untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai hal yang dimintakan tanggapannya kepada orang atau perusahaan tersebut oleh pihak lain.[13] Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya.[14]

   b. Nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu

[13]Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 109

[14]Buchari Alma dan DonniJuni, *Manajemen Bisnis Syariah*,( Bandung: Alfabeta, 2009),hlm.180.

proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.[15]

c. Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syari'ah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut dengan Bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW.[16]

2. Operasional

"Implementasi *Corporate Social Responbility* dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri" adalah pelaksanaan atau penerapan secara nyata terhadap bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan melalui berbagai kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam pengembangan kehidupan masyarakat dan alam disekitar lingkungan perusahaan untuk mengetahui bagaimana kondisi yang telah dicapai oleh suatu lembaga keuangan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun pada perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW.

---

[15] Moch. Ronni Noerirawan, Skripsi: "*Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)*" (Semarang : Undip, 2012), hal 10.

[16] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hal 13

## G. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar pembahasan dalam skripsi dibagi menjadi tiga bagian yaitu, Bagian Awal, Bagian Inti, Bagian Akhir.

Bagian Awal, terdiri dari: (a) halaman sampul, (b) halaman judul, (c) halaman persetujuan, (d) halaman pengesahan, (e) motto, (f) persembahan, (g) kata pengantar, (h) daftar isi, (i) daftar lampiran, dan (j) abstrak.

Bagian Inti, terdiri dari:

Bab Satu Pendahuluan, terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) manfaat penelitian, (e) penegasan istilah (f) sistematika penyusunan skripsi.

Bab Dua, Kajian Pustaka, terdiri dari: (a) kajian fokus pertama (b) kajian fokus kedua dan seterusnya (c) penelitian terdahulu (d) kerangka berfikir.

Bab Tiga, Metode Penelitian, terdiri dari: (a) pola dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) tekhnik analisa data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

Bab empat, Laporan Hasil Penilitian, Terdiri dari (a) paparan data, (b) temuan penelitian (c) pembahasan

Bab lima, Penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran.

Bagian Akhir, terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian tulisan, (d) daftar riwayat hidup penulis.

Demikian sistematika pembahasan dari skripsi dengan judul "Implementasi *Corporate Social Responbility* dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri".