

BAB II KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat banyak penjelasan mengenai definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah kewajiban hukum yang harus dipatuhi oleh pelaku bisnis atau pengusaha agar terjalin suatu hubungan yang baik dan sejahtera antara masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.¹

Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, tanggung jawab sosial bukan hanya kebijakan, tetapi juga kewajiban dan persyaratan perusahaan sebagai bentuk meningkatkan kualitas hidup. Pada dasarnya, jika sebuah perusahaan bekerja untuk kesejahteraan umat manusia maka suatu perusahaan akan bertahan dalam jangka panjang dan akan terus maju.

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang bertujuan untuk menyeimbangkan pembangunan ekonomi dan berupaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR merupakan sebuah komitmen perusahaan terhadap kepentingan *stakeholder*, bukan hanya kepentingan perusahaan semata.²

Definisi lainnya menyebutkan tanggung jawab sosial sebagai komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertindak secara standart kode etik dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sembari

¹Suhendro, Andrew Shandy Utama, and Ade Pratiwi Susanty, "Pelaksanaan CSR PT Asia Forestama Raya Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 6 Tahun 2012," *Jurnal Ensiklopedia Social Review* 1, no. 2 (2019): 140–44, <http://jurnal.ensiklopediaiku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/sosial/article/view/231>.

²M.A Dr. Muhammad Yasir Yusuf, *No Title*, ed. siti sarah, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-Csr) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Lks) ; Teori Dan Praktik*, pertama (Depok: kencana, 2017).

meningkatkan kualitas hidup dari karyawan beserta keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas.³

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah pengambilan keputusan perusahaan yang dikaitkan dengan nilai dan etika yang bertujuan untuk menjaga martabat manusia, masyarakat dan lingkungan. Dimana CSR mencakup 3 bidang, yaitu bidang sosial, ekonomi dan lingkungan.

b. Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ada banyak alasan mengapa perusahaan mengungkapkan dan tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial. Alasan ini dapat dijelaskan menggunakan *stakeholder theory*, *legitimacy theory* dan *agency theory*.⁴

1) *Stakeholder Theory*

Praktik CSR tidak bisa lepas kaitannya dengan istilah *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Perusahaan mengkomunikasikan tanggung jawabnya kepada pemangku kepentingan melalui pengungkapan CSR. CSR merupakan sinyal dari manajemen kepada seluruh pemangku kepentingan dan calon investor tentang prospek masa depan perusahaan dan menunjukkan nilai tambah perhatian perusahaan terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul dari kegiatan perusahaan.⁵ Untuk itu pengungkapan CSR begitu strategis dalam hal

³Eka Megawati, “Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Revolusi Industri 4.0,” *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM* 1, no. 2 (2018): 79–84.

⁴Farida Efriyanti, Sarah Genevine, and Riswan RISWAN, “Analisis Perbandingan Pengungkapan Dan Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Terhadap Pt.Bank Negara Indonesia (Study Kasus Pada PT.Bank Negara Indonesia),” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. 2 (2012): 267–80, <https://doi.org/10.36448/jak.v3i2.234>.

⁵Ang Swat Lin Lindawati and Marsella Eka Puspita, “Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan,” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2015, 157–74, <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>.

melahirkan berbagai opini *stakeholder* untuk meningkatkan reputasi perusahaan secara signifikan.⁶

Menurut teori *stakeholder*, badan usaha sebagai entitas operasi bukan hanya mementingkan perusahaan itu sendiri tapi juga memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Oleh karena itu, dukungan dari *stakeholder* memiliki dampak yang besar bagi sebuah badan usaha. *Stakeholder* memiliki hak terhadap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk dalam mengambil keputusan.⁷

Stakeholder theory mempunyai beberapa asumsi. Pertama, perusahaan mempunyai hubungan dengan banyak kelompok *stakeholder* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan. Kedua, kepentingan semua legitimasi *stakeholder* memiliki nilai secara penuh, dan tidak membentuk kepentingan yang saling mendominasi. *Ketiga*, teori ini fokus pada pengambilan persetujuan manajerial.⁸

2) *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi menjelaskan prinsip antara realisasi tujuan perusahaan dan harapan masyarakat. Menurut teori legitimasi, usaha yang dijalankan boleh beroperasi setelah disetujui oleh masyarakat. Jika perusahaan gagal melakukan apa yang di persyaratkan dan gagal memenuhi harapan masyarakat, perjanjian dapat dibatalkan. Dalam hal ini, kinerja lingkungan dan CSR dianggap sebagai komitmen yang disepakati bersama sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat. Namun, jika perusahaan dapat menjamin

⁶dewi kartini, “*Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia*” (Bandung: reivika aditama, 2013), 56.

⁷Armi Sulthon Fauzi, Ni Ketut Suransi, and - Alamsyah, “Pengaruh GCG Dan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi,” *InFestasi* 12, no. 1 (2016): 1, <https://doi.org/10.21107/infestasi.v12i1.1797>.

⁸Efriyanti, Genevine, and RISWAN, “Analisis Perbandingan Pengungkapan dan Pelaksanaan Corporate Social Responsibility terhadap Pt.Bank Negara Indonesia (Study Kasus Pada PT.Bank Negara Indonesia).”

legitimasi dari masyarakat, maka tujuan perusahaan akan tercapai.⁹

Teori legitimasi menjelaskan pengungkapan CSR oleh perusahaan. Teori legitimasi juga memfokuskan operasionalnya terhadap masyarakat, sehingga dapat menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial yang melatkat pada kegiatannya.¹⁰

Untuk mengelola legalitas secara efektif, perusahaan harus melakukan beberapa upaya. Pertama, kenali diri, identifikasi dan komunikasikan dengan publik. Kedua, mengkomunikasikan isu-isu dengan nilai sosial dan lingkungan serta mengembangkan wawasan perusahaan. Ketiga, menerapkan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait CSR.¹¹

3) *Agency Theory*

Agency Theory (teori keagenan) adalah teori yang menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan dan menejemen perusahaan, dimana pemilik perusahaan mendelegasikan wewenang kepada menejemen perusahaan untuk mengelola dan mengambil keputusan. Teori keagenan menjelaskan bahwa setiap orang memiliki kepentingan pribadi yang ingin diprioritaskan. Pemilik perusahaan menginginkan dividen dan pengembalian investasi mereka, sementara menejemen perusahaan lebih memilih bonus, promosi, dan kompensasi dalam bentuk posisi.¹²

Agency Theory (teori keagenan) dapat disebut sebagai sebuah kontrak dimana pemilik perusahaan menyewa menejemen perusahaan untuk melakukan

⁹Yohanes Made Supadi and I Putu Sudana, “Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Pertambangan,” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 4 (2018): 1165, <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i04.p09>.

¹⁰Rina dan Maulani Mudjiyanti, “Universitas Muhammadiyah Purwokerto,” *Mudjiyanti, Rina* XVII, no. November (2017): 53182.

¹¹Efriyanti, Genevine, and RISWAN, “Analisis Perbandingan Pengungkapan Dan Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Terhadap Pt.Bank Negara Indonesia (Study Kasus Pada PT.Bank Negara Indonesia).”

¹²Komang Adnantara, “Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan,” *Buletin Studi Ekonomi* 18, no. 2 (2014): 107–13.

kontribusi didalam perusahaan. Tata kelola perusahaan harus dipantau dan dikendalikan untuk memastikan kesesuaian terhadap hukum dan peraturan yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa manajer perusahaan tidak selalu bertindak sesuai dengan perintah pemilik perusahaan, namun disisi lain manajer sering bertindak untuk mengejar kkeinginannya sendiri yang lebih menguntungkan.¹³ Berikut ini digambarkan lebih jelasnya dalam tabel perbedaan teori :

Tabel 2.1 Perbedaan Stakeholder Theory, Legitimacy Theory, dan Agency Theory

<i>Stakeholder theory</i>	<i>Legitimacy Theory</i>	<i>Agency Theory</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan bertanggung jawab kepada <i>stakeholder</i> (manusia) • Berorientasi pada kesejahteraan <i>stakeholder</i> • Pengungkapan CSR sebagai alat untuk berkomunikasi dengan <i>stakeholder</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahan bertanggung jawab kepada masyarakat • Perusahaan menjalankan peraturan yang berlaku dalam masyarakat • Pengungkapan CSR bersifat wajib dengan mempertimbangkan hak-hak publik secara transparan 	<ul style="list-style-type: none"> • Manajer bertanggung jawab mengoperasikan perusahaan • Berorientasi memaksimalkan keuntungan • Perusahaan melaporkan CSR hanya untuk menjaga hubungan baik dengan <i>stakeholder</i>

¹³Amalia Ramdhaningsih, “Pengaruh Indikator Good Corporate Governance dan Profitabilitas pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility,” *E-Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2013): 65–82.

c. Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat macam-macam prinsip yang menjelaskan hubungan manusia dengan penciptanya, yaitu Allah SWT. Prinsip yang dimaksud ialah suka berbagi dengan penuh keadilan, *rahmatan lil 'alamiin*, dan *maslahah*. Prinsip ini memiliki hubungan yang erat dengan tujuan ekonomi syariah Islam dimana prinsip tersebut lebih mengedepankan kepentingan umum dibanding dengan kepentingan sendiri.¹⁴

Dalam kajian Islamiyah, CSR yang dilakukan bukan sekedar pemenuhan secara aturan hukum dan moral, akan tetapi sebagai cara yang tepat supaya perusahaan dapat berkembang secara berkelanjutan. Pada falsafah Islam, CSR merupakan suatu kegiatan yang bertujuan sebagai jembatan non-diskriminasi terhadap bentuk sosial ekonomi dan distribusi pendapatan serta kekayaan yang merata. CSR tercermin pada falsafah moral Islam dijelaskan dalam 4 kategori, yaitu:

- 1) Menjaga lingkungan dan melestarikannya, terdapat didalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 32 didalamnya diterangkan sebuah perumpamaan bagi orang yang membunuh sesama manusia bukan karena merusak lingkungan maka ia seperti membunuh semua manusia, dan bagi seseorang yang memelihara hamba-hamba Allah SWT dengan baik maka ia seperti telah memelihara kehidupan seluruh manusia.
- 2) Upaya menghapus kemiskinan, termaktub dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr ayat 7 dijelaskan bahwa jangan sampai harta kita yang beredar hanya untuk orang kaya, dikarenakan ada harta yang harus beredar untuk umat lainnya.
- 3) Mendahulukan sesuatu yang baik dari pada sesuatu yang mendatangkan banyak *mudhorot*, meskipun yang *mudhorot* mendatangkan nilai yang lebih besar.

¹⁴Wahyuddin, "Islamic Corporate Sosial Responsibility," no. 0651 (2014): 42–65.

Hal ini terdapat pada Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 103.

- 4) Jujur dan amanah, terdapat pada Al-Qur'an surat Al-Anfal ayat 27 yang menjelaskan perintah untuk bersikap jujur dan amanah terhadap sesuatu yang telah dipercayakan kepada kita.¹⁵

d. Konsep *Triple Bottom Lines*

Konsep tanggung jawab sosial dapat dicermati dari dua sisi yang bertolak belakang, konsep pertama menjelaskan bahwasanya tujuan akhir perusahaan adalah mencari keuntungan saja, sehingga tanggung jawab sosial yang mengakar dimasyarakat dikatakan sebagai bagian dari bisnis. Sedangkan konsep kedua mendefinisikan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan (*profit*), meningkatkan kualitas rasa sejahtera terhadap orang-orang (*people*), dan menjamin adanya *sustainable* pada lingkungan hidup (*planet*). Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kerja sama antara pemangku kepentingan, lembaga sumber daya dan komunitas (*local*).¹⁶

CSR adalah perwujudan rasa simpati dan empati terhadap bidang ekonomi, bidang sosial dan bidang lingkungan yang dilandasi oleh tiga bentuk yaitu *profit*, *people*, dan *planet*.

1) *Profit*

Perusahaan berorientasi pada keuntungan ekonomi untuk memberikan jaminan keberlangsungan hidup bagi badan usaha sehingga bisnis dapat terus mengembangkan operasionalnya.

2) *People*

Sebagai bentuk menjamin keberlangsungan perusahaan dan meningkatkan persaingan badan usaha dengan cara perusahaan harus memiliki rasa empati dan simpati terhadap keberlangsungan SDM

¹⁵Ali Syukron, "CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan," *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2015): 1–22.

¹⁶Budi Gautsma Siregar, "Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pandangan Islam"14 (2015): 144–45.

yang merupakan kondimen berharga dalam sebuah organisasi perusahaan.

3) *Planet*

Bentuk kepedulian terhadap lingkungan hidup dan keragaman hayati. Sebagai bentuk rasa cinta terhadap lingkungan.¹⁷

e. Program Kerja *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Perusahaan memiliki empat tanggung jawab utama yaitu, kepada karyawan, masyarakat, konsumen dan lingkungan sekitar yang mengelilinginya. Dari keempat tanggung jawab utama itu dapat dijadikan sebagai penetapan program inti dalam pelaksanaan CSR. Setidaknya ada sembilan rencana kerja dalam pengembangan kegiatan CSR, antara lain yaitu:

1) *Employee Programs*

Karyawan adalah bagian penting dari sebuah badan usaha. Maka tidak heran jika perusahaan berkewajiban untuk mensejahterakan karyawan dan memperhatikan perkembangan kompetensinya. Selain mensejahterakan karyawan dengan memberikan jaminan kesehatan dan keselamatan untuk tunjangan karyawan. Seperti adanya rencana keseimbangan kehidupan kerja dan rencana otoritas pengambilan keputusan.

2) *Community and Broader Society*

Sebagian besar perusahaan memiliki kegiatan pemberdayaan masyarakat. Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui proyek-proyek pembangunan yang memungkinkan anggota masyarakat dapat memperoleh dukungan yang memadai untuk memenuhi kebutuhannya.

3) *Enivorntment Program*

Program pemeliharaan lingkungan dengan melakukan pemberian produk yang aman, tidak berbahaya dan ramah lingkungan.

¹⁷Lina Anatan, "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia," *Jurnal Manajemen Maranatha Christian University* 8, no.2 (2009): 66–77, majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/220.

- 4) *Reporting and Communications Programs*
Perusahaan wajib melaporkan kegiatan CSR dengan membuat *annual report* sehingga terdapat bukti riil bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan CSR
 - 5) *Governance or Code of Conduct Programs*
Badan usaha menitik beratkan kegiatannya berdasarkan peraturan pemetintah, maka dalam hal ini perusahaan dan pemerintah harus bekerja sama untuk mengaktifkan program CSR dengan membuat UU yang mengatur kegiatan CSR.
 - 6) *Stakeholder Engagement Programs*
Merupakan sebuah usaha untuk menciptakan “*effective engagement programs*” atau rencana partisipasi yang efektif sebagai sebuah kunci mencapai keberhasilan, oleh karena itu dalam hal ini perusahaan dan pemerintah harus bekerja sama untuk mengaktifkan rencana strategi CSR dan strategi pembangunan berkelanjutan.
 - 7) *Supplier Programs*
Penetapan hubungan yang baik dengan jejering bisnis dengan cara komitmen yang baik, kepercayaan yang penuh dan pembagian informasi yang transparan dengan mitra bisnis.
 - 8) *Customer/Product Stewardship Programs*
Perusahaan memperhatikan keluhan kesah dari konsumen dan adanya garansi atau jaminan produk yang dibuat oleh perusahaan.
 - 9) *Shareholder Programs*
Program peningkatan “*share value*” bagi *shareholder*, karena merupakan bagian penting dari perusahaan.¹⁸
- f. Dimensi Corporate Social Responsibility (CSR)**

Memahami terdapat banyak karakteristik ruang lingkup CSR, sedangkan antara perusahaan memiliki karakteristik dan kondisi yang berbeda. Oleh karena itu terdapat 5 cakupan dimensi CSR. cakupan tersebut meliputi bidang ekonomi, bidang politik, bidang sosial, bidang legal, bidang etika dan diskresi.

¹⁸Anatan.

1) Bidang Ekonomi

CSR pada bidang ekonomi dapat dijelaskan sebagai bentuk tanggung jawab yang wajib untuk turut ikut serta dalam mengembangkan tingkat hidup kesejahteraan masyarakat. Bukan hanya pada lingkup internal saja, akan tetapi juga pada lingkup eksternal perusahaan. Implementasinya yaitu menciptakan banyak lowongan pekerjaan, menciptakan barang dan mengatur jasa, tidak mendiskriminasi antara pihak menengah ke atas dan pihak menengah ke bawah, memberikan balasan yang adil, layak dan wajar bagi seluruh anggotanya.

2) Bidang Politik

Pemimpin perusahaan dan seluruh staff pada suatu badan usaha memiliki hak dan kewajiban sebagai mana warga negara lainnya, yaitu kewajiban berpolitik. Seperti halnya menjaga stabilitas politik, menggunakan hak pilihnya sesuai standart pemerintah.

3) Bidang Sosial

Perusahaan mempunyai kewajiban dalam hal sosial seperti tanggung jawab untuk mengembangkan kegiatan pendidikan pada saat awal pendidikan sampai ke jenjang yang lebih tinggi, mendorong terselenggaranya kegiatan non-formal, mendukung pemberantasan program tuna aksara, mendorong kreativitas masyarakat dibidang seni.

4) Bidang Legal

Sebagaimana dengan bidang lainnya, hasil asli perizinan dan rasa tanggung jawab sebagai warga Negara. Bahwasanya semua orang memiliki keharusan mutlak dalam menaati ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Dengan ketaatan tersebut dapat menjadikan ketertiban dan keseimbangan antara hak dan kewajiban.

5) Bidang Etika

Sudah menjadi hal yang general dan hal yang wajar bahwa dalam kehidupan berkelompok, terdapat norma dan aturan dalam kehidupan, dimana norma tersebut mengikat semua anggota masyarakat

tak terkecuali dalam dunia usaha. Pada dasarnya norma moral dan etika dianggap baik dan bijak apabila diterima oleh masyarakat. dan kondisi seperti ini berlaku dalam dunia perusahaan, karena perusahaan merupakan anggota kelompok yang dalam artifisialnya sama dengan semua masyarakat.

Semua dimensi itu merupakan kesimpulan dari definisi yang terkumpul dan telah dipisah-pisahkan dalam kategori. Kelima dimensi tersebut merupakan definisi yang terbangun dalam memahami implementasi CSR.¹⁹

g. **Sistematika Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Disamping adanya CSR, kita dapat menyeimbangkan tujuan bisnis perusahaan (*komersil*) dan tujuan *non-komersil*. Menurut ajaran Islam, ada konsep yang lebih utama terkait dengan CSR, yaitu salah satu dari rukun Islam mengenai pengeluaran zakat. Melalui pengumpulan zakat, masyarakat yang sejahtera dapat dilahirkan dan dapat dibangun. Bahkan diantara perangkat ekonomi Islam sebagai bentuk tanggung jawab pribadi dan sosial terdapat seperangkat ZIS, yaitu Zakat, Infaq dan Shodaqoh.²⁰

Rangkaian konsep dan sistem ekonomi keuangan sosial yang berprinsip Islami dapat membantu pemulihan ekonomi, diantaranya dengan menyalurkan Bantuan Langsung Tunai (BLT) yang berasal dari dana zakat, infak dan sedekah. Selain itu juga dapat melalui penguatan wakaf yang berupa uang.²¹

Pengelolaan dana CSR yang dialokasikan untuk zakat, infak dan shodaqoh akan berjalan dengan baik apabila sesuai dengan surat At-Taubah ayat 60 :

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ

¹⁹R. Ery Wibowo Agung Santosa, “Corporate Social Responsibility: Dimensi dan Perspektif dalam Penelitian-Penelitian Empiris,” *Value Added* 8, no. 2 (2012): 63–77.

²⁰Journal et al., “Indonesian Journal of Interdisciplinary Islamic Studies.”

²¹Mengengah Umkm, “Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Ditengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia Dalam Merangkul Usaha Mikro Kecil Mengengah (Umkm)” 4, no. 1 (2021): 67–81.

وَالْعُرْمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
حَكِيمٌ (٦٠)

Artinya : “Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang yang membutuhkan, fakir miskin, amil zakat, orang yang berhati lembut dan dilunakkan (mualaf), untuk hamba yang (dibebaskan), untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah SWT.”²²

Secara umum isi kandungan dari surat At-Taubah ayat 60 menitikberatkan pada aspek sosial, ekonomi dan lingkungan, seperti :

- 1) Dana sosial untuk memenuhi kebutuhan dasar, setidaknya untuk orang fakir miskin.
- 2) Menyediakan dana ekonomi untuk pembangunan ekonomi masyarakat miskin dengan cara memperluas kesempatan kerja.
- 3) Dana lingkungan kemasyarakatan untuk mengatasi kerusakan lingkungan.²³

h. Strategi Pengembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan punya empat tanggung jawab yang mendasar, diantaranya tanggung jawab kepada karyawan, masyarakat, konsumen dan lingkungan sekitar.²⁴ Upaya yang dilakukan untuk menjamin tercapainya tujuan CSR harus dilakukan dengan memperhatikan visi, misi, tujuan, objek dan kebutuhan *rillstakeholder*. Terdapat strategi dalam mewujudkan strategi pengembangan CSR, diantaranya ialah :

²² Al-Qur'an, *At-Taubah ayat 60, Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung:Departemen Agama RI, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an dan PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2007) 196..

²³Journal et al., “Indonesian Journal of Interdisciplinary Islamic Studies.”

²⁴Anatan, “CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teoritis Dan Praktik Di Indonesia.”

- 1) Program Dengan Sentralisasi
Program dengan bentuk aplikasi yang di desain untuk merencanakan, menentukan, merumuskan sekaligus melaksanakan program yang ada.
- 2) Program Dengan Desentralisasi
Badan usaha hanya berperan sebagai pendukung aktivitas perusahaan, artinya perusahaan hanya berposisi sebagai pendukung kegiatan baik berupa dana maupun material.
- 3) *Mixed Type*
Program dengan mencampuradukkan sentralistik dan desentralistik. Program ini dinilai serasi untuk *community development* yang pendanaannya dilakukan secara partisipatif.²⁵

i. Pro dan Kontra *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adanya CSR masih diperdebatkan dengan mengklaim ide masing-masing pihak yang dirasa paling benar. Terdapat alasan pendukung bagi perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial dan etika.

- 1) Partisipasi sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat mengenai peran perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat bagus untuk keberlanjutan perusahaan.
- 2) Partisipasi sosial dapat mempengaruhi perbaikan lingkungan dan masyarakat, yang dapat mengurangi biaya produksi.
- 3) Meningkatkan reputasi perusahaan dan membangkitkan simpati pelanggan, karyawan dan lain-lain.
- 4) Dapat menunjukkan respon positif terhadap norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.
- 5) Membantu kepentingan nasional, seperti melindungi alam, melindungi aset budaya dan seni, serta meningkatkan pendidikan rakyat dan lapangan kerja.

²⁵Usria, “Implementasi dan Peran CSR terhadap Kepercayaan Anggota BMT Fastabiq Pati.”

Disisi lain, ada beberapa pihak yang keberatan dengan konsep CSR yang diusung oleh perusahaan, dengan alasan sebagai berikut:

- 1) Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utama yaitu memaksimalkan keuntungan. Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan berujung pada kebangkrutan.
- 2) Memungkinkan perusahaan untuk berpartisipasi dalam yang permainan kekuasaan yang berlebihan dan melakukan permainan politik yang bukan wilayahnya.
- 3) Lingkungan bisnis tunggal dapat diciptakan sebagai pengganti lingkungan bisnis yang terdiversifikasi.²⁶

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu hubungan masyarakat (*public relation*), *strategy defensif*, dan iktikad yang baik. *Public relation* merupakan salah satu strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. *Strategy defensif* ialah langkah perusahaan untuk menyingkirkan masalah negatif terkait bisnis perusahaan dimata masyarakat. Sedangkan keinginan yang tulus untuk berbuat baik diartikan sebagai kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar dengan mensejahterakan melalui program dari perusahaan. Dengan adanya hal tersebut maka keberadaan CSR dapat mengantisipasi, meminimalisir dan mengatasi adanya dampak negatif kegiatan perusahaan terhadap masyarakat.²⁷

j. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Manfaat adanya CSR melibatkan pemangku kepentingan di dalam dan di luar perusahaan. Diantaranya :

²⁶Ciro José Ribeiro de Moura, "Corporate Social Responsibility," *Phys. Rev. E* 3, no. 10 (2011): 53.

²⁷Fahrial Fahrial, Andrew Shandy Utama, and Sandra Dewi, "Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa," *Jurnal Wawasan Yuridika* 3, no. 2 (2019): 251, <https://doi.org/10.25072/jwy.v3i2.256>.

- 1) Bagi perusahaan
CSR bagi suatu perusahaan dapat membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah, serta memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan caranya dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya.
- 2) Bagi masyarakat
CSR memastikan bahwa kepentingan masyarakat dapat diikutsertakan oleh perusahaan. Selain itu, manfaat lainnya adalah dapat mempererat hubungan antara masyarakat dengan perusahaan.
- 3) Bagi pemerintah
Memiliki mitra untuk menjalankan misi sosial dan misi tanggung jawab sosial di masa depan, pemerintah juga mempunyai peran berpartisipasi dalam mengakomodasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Terutama kebutuhan mutlak dan kebutuhan pokok.²⁸

2. Ekonomi

a. Definisi Ekonomi dan Prinsip-prinsipnya

Ekonomi berasal dari kata “*Oikos*” yang artinya rumah, dan “*Nomos*” yang artinya peraturan. Jadi ekonomi memiliki makna kalimat sebagai peraturan yang berlaku dalam memenuhi kebutuhan hidup didalam rumah tangga. Sedangkan, peningkatan perekonomian merupakan suatu perbaikan kondisi dari perekonomian menengah kebawah menjadi perekonomian yang menengah keatas atau ekonomi yang berkembang lebih awal.²⁹

Ekonomi merupakan salah satu faktor utama dalam kehidupan sehari-hari. Memang dalam kehidupan sehari-hari selalu bersinggungan dengan kebutuhan ekonomi. Adanya ekonomi dapat menyuplay manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seperti makan,

²⁸M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardhika, “*Pengantar Manajemen*,” (yogjakarta: deepublish, 2018).

²⁹B A B Ii, “Moekijat, Latihan dan Pengembangan Sumber Dayamanusia, (Bandung: Mandar Maju, 2007), Hal 55 9,” n.d., 17–48.

minum, pakaian dan perumahan. Pentingnya ekonomi dalam kehidupan manusia mendorong negara untuk menetapkan kebijakan mengenai perekonomian, dimana kebijakan tersebut harus mengutamakan kesejahteraan rakyat.³⁰

Sektor ekonomi tidak dapat dilepaskan dengan faktor-faktor lain yang saling terikat. Selain letak geografis, perekonomian juga berkaitan erat dengan Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), keinginan masyarakat yang biasanya disebut sebagai ideologi, akumulasi dan kebijaksanaan yang akan digunakan dalam kegiatan produksi dan distribusi. Nilai-nilai sosial dan budaya juga tidak kalah penting, dimana nilai tersebut memberikan jaminan lancarnya roda kegiatan ekonomi bangsa. Proses yang berjalan secara selaras akan mempunyai dampak yang positif, artinya dapat meningkatkan kesejahteraan suatu bangsa.³¹

Prinsip ekonomi merupakan langkah-langkah yang diambil manusia untuk memenuhi kebutuhannya sendiri dan melakukan pengorbanan tertentu untuk memperoleh hasil yang terbaik. Prinsip ekonomi ada banyak jenis, diantaranya:

- 1) Ekonomi kapitalis
Memuat prinsip hak milik personal, dan persaingan bebas.
- 2) Ekonomi komunis
Memuat prinsip-prinsip proses ekonomi berjalan atas rencana yang telah dibuat, dan kepemilikan negara atas alat-alat produksi.
- 3) Ekonomi sosialis
Memuat prinsip proses ekonomi yang beroperasi dibawah mekanisme pasar, rencana ekonomi yang bertindak sebagai mesin penyesuaian kebutuhan individual dan masyarakat, serta hak milik koperasi

³⁰I. Putra and I. Dana, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Return Saham Perusahaan Farmasi Di Bei," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 5, no. 11 (2016): 249101.

³¹Farida Husin, "Peran Perekonomian dalam Pembangunan Nasional Bagi Ketahanan Bangsa" 9, no. 1 (2020): 1275–81.

dan serikat kerja atas alat-alat produksi, dan pemerintah hanya menguasai alat produksi yang vital.³²

b. Definisi Ekonomi Islam dan Prinsip-prinsipnya

Sistem ekonomi Islam merupakan sebuah kesadaran mengenai etika, yaitu etika ekonomi. Sedangkan sistem ekonomi lain lahir dari rahim kapitalis dan sosialis. Sistem kapitalis berangkat dari perorangan dan sistem sosialis menyimpang dari kepentingan kolektif. Keberadaan ekonomi berbasis etika tidak membuat agama dapat dijadikan alat bagi suatu kepentingan.³³

Ekonomi Islam dianggap menjadi alternatif dari sistem ekonomi konvensional yang cenderung diidentifikasi sebagai ekonomi kapitalis dan sangat bersebrangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.³⁴

Sistem ekonomi Islam pada dasarnya berbeda dengan sistem ekonomi lainnya. Dalam sistem ekonomi Islam terdapat nilai moral dan nilai ibadah dalam semua aktivitas yang dijalankannya. Prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu:

- 1) Kebebasan pribadi
- 2) Hak milik
- 3) Kesetaraan sosial
- 4) Jaminan sosial
- 5) Larangan akumulasi kekayaan
- 6) Kebijakan individu dalam masyarakat
- 7) Ketidaksamaan ekonomi dalam batasan³⁵

³²Eko Mahdi, *Jurnal Ekonomi and Hukum Islam*, “*Maqashid Syariah sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam*” 3, no. 2 (2013): 177–83.

³³D F Sa’diyah, “Strategi Pembangunan Ekonomi Syariah di Masa Covid-19,” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2020): 169–80, <http://ejournal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/article/view/86>.

³⁴Fauzi Arif Lubis, “Peranan BMT Dalam Pemberdayaan Ekonomi Nasabah di Kecamatan Berastagi-Kabanjahe Kabupaten Karo (Studi Kasus BMT Mitra Simalem Al-Karomah),” n.d.

³⁵Ekonomi and Islam, “maqashid syariah sebagai paradigma dasar ekonomi islam.”

c. Proses Perencanaan Ekonomi dan Strategi Ekonomi

Proses perencanaan ekonomi telah melalui beberapa tahap, dan setiap tahap menentukan tujuan yang ingin dicapai, yaitu :

- 1) Menetapkan tujuan untuk mencapai perencanaan ekonomi, termasuk pertumbuhan, menciptakan kesempatan lowongan pekerjaan, pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan.
- 2) Mengukur ketersediaan sumber daya yang langka selama periode perencanaan, seperti tabungan, bantuan luar negeri, pendapatan pemerintah, ekspor, tenaga kerja terampil, dan sumber daya lingkungan yang memadai.
- 3) Memilih beberapa cara untuk mempersiapkan pencapaian tujuan nasional.
- 4) Proses pemilihan kegiatan yang mungkin penting untuk mencapai tujuan nasional tanpa dibatasi oleh sumber daya dan organisasi.³⁶

Di Indonesia, strategi pembangunan ekonomi berbasis lingkungan yang berkelanjutan secara formal menetapkan UU No.4 Tahun 1982 tentang Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pasal 3 menentukan “Pengelolaan Lingkungan Hidup berdasarkan kemampuan lingkungan yang serasi dan seimbang untuk menunjang pembangunan yang berkesinambungan bagi peningkatan kesejahteraan manusia”. Pasal 1 angka 3 UU-PPLH “Pembangunan berkelanjutan merupakan upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan”.³⁷

Gambaran umumnya ialah ketika pemerintah sudah melihat adanya siklus perekonomian yang menurun, maka pemerintah perlu melakukan beberapa

³⁶,” ابياد عمالوي, Perekonomian Indonesia Sejarah dan Perkembangannya,” n.d.

³⁷Tejo Nurseto et al., “Diktat Perekonomian Indonesia I,” 2020.

strategi yang dipercepat untuk menghadapi kesulitan ekonomi yang menimpa masyarakat. Jika pemerintah lambat menangani masalah yang berkaitan dengan perekonomian, maka akan menimbulkan adanya *social disaster* yaitu adanya konflik yang akan sangat mudah terjadi.³⁸

d. Faktor-faktor Ekonomi

Bidang ekonomi mencakup semua proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kegiatan ekonomi dan faktor-faktor yang terkait didalamnya seperti kemiskinan, keadilan dan kualitas hidup. Melalui sistem pemantauan yang baik, proses pengambilan keputusan dan proses implementasi kebijakan diharapkan dapat dijalankan secara bijak sehingga dapat menciptakan adanya keseimbangan antara pembangunan dan pengelolaan serta pemberdayaan lingkungan sosial ekonomi.³⁹

3. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

a. Definisi *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau biasa disebut dengan “Koperasi Syariah” adalah lembaga keuangan syariah yang fungsinya menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada para anggotanya, biasanya beroperasi secara mikro. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan gabungan dari dua lembaga, yaitu lembaga “*baitulmaal*” dan lembaga “*baitutamwil*”. *Baitulmaal* merupakan organisasi yang bertujuan untuk menghimpun dan menyalurkan dana *non-profit*. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan organisasi yang bertujuan untuk menghimpun dan menyalurkan dana komersil. Sehingga BMT memiliki

³⁸Sri Nurhidayati eri Kurniawansyah HS*, Amrullah, M. Salahuddin, Muslim, “Konsep Kebijakan Strategis Dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi Dari Covid - 19 Pada Masyarakat Rentan Di Indonesia,” *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No., no. 2 (2020): 130–39, file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf.

³⁹Anatan, “*Corporate Social Responsibility* (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia.”

fungsi ganda yaitu fungsi sosial ekonomi dan fungsi bisnis.⁴⁰

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) dengan perlindungan hukum Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan termasuk dalam Industri Keuangan Non-Perbankan (IKNB) berdasarkan Undang-Undang No. 10. 1 Januari 2013. BMT telah berperan dalam membantu amal mengumpulkan dan menggunakan dana sosial sebagai bentuk mensejahterakan masyarakat. Jenis pengeluaran *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) sesuai dengan otorisasi Undang-Undang Pengelolaan Zakat No. 23, yang berarti bahwa jenis pengeluaran *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) difokuskan pada penyediaan layanan sosial, kesejahteraan ekonomi dan lingkungan.⁴¹

b. Asas dan Prinsip *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

BMT berlandaskan salam masyarakat yang melambangkan keamanan, kedamaian dan kemakmuran. BMT memiliki prinsip Ahsan (kualitas kerja terbaik), Tayyibah (paling indah), dan ahsanu amala (memuaskan semua pihak).⁴²

Selain memiliki asas dalam menjalankan usahanya, BMT juga memiliki berbagai prinsip dasar, yaitu:

- 1) Barokah (berdaya guna).
- 2) Transparan (keterbukaan).
- 3) Tanggung jawab kepada masyarakat.
- 4) *Spiritualcommunication*.
- 5) Demokratis, keikutsertaan dan inklusif.
- 6) Tidak diskriminasi, adil dan kesetaraan *gender*.
- 7) Cinta terhadap lingkungan.

⁴⁰Sofian Syaiful Rizal and Moch Alfien Maulana, “Analisis Penerapan Pembiayaan Al-Qordul Hasan Di DI BMT NU Bungatan Situbondo,” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2020): 368–76, <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.354>.

⁴¹Risa Sari Pertiwi et al., “Analisis Perkembangan Praktik Baitul Maal Pada Masa Daulah Islamiyah Dan Dalam Konteks Di Indonesia,” *Jurnal Studi Keislaman* 6, no. 1 (2020): 57–71.

⁴²Sumar'in, “*Konsep Kelembagaan Bank Syariah*”, Cetakan pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu. 2021. 45.

- 8) Peduli dan bijak pada budaya *local*, serta keaneragamannya.
- 9) Keberlanjutan, memberdayakan masyarakat dengan meningkatkan SDM dan lembaga masyarakat *local*.⁴³

c. Fungsi Baitul Maal wat Tamwil (BMT)

Sebagai lembaga keuangan yang mengumpulkan dana dalam bentuk simpanan tabungan dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.⁴⁴ BMT memiliki beberapa fungsi, diantaranya :

- 1) Meningkatkan kualitas SDM seluruh partisipannya agar menjadi lebih profesional.
- 2) Memobilisasi dana agar kebermanfaatannya terjamin secara optimal.
- 3) Mengembangkan kesempatan kerja.
- 4) Menguatkan kualitas usaha serta meningkatkan pasar produk anggota.
- 5) Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga ekonomi dan sosial masyarakat.⁴⁵

B. Penelitian Terdahulu

Sejauh ini telah ada lembaga keuangan syariah yang melakukan penelitian mengenai CSR di Indonesia tak terkecuali BMT sebagai badan usaha mikro yang berbasis syariah *non-bank*. Penelitian yang dilakukan mengenai CSR memuat beberapa perspektif, dimulai dari teori, praktik, dan motivasi pengungkapan CSR perusahaan. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mencoba mengumpulkan dan mensintesa mengenai CSR. Berikut beberapa penelitian yang menyangkut tentang CSR dan relevansi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis:

⁴³Kasmir, “*Dasar-dasar Perbankan*”, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2002. 325.

⁴⁴Ahmad Syaiful Anam. “*Problematika Penerapan Hukum Jaminan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*”, Semarang: Rafi Sarana Perkasa. 2012. 38.

⁴⁵Kasmir. “*Dasar-dasar Perbankan*”, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2002. 325.

1. Penelitian Terdahulu Pertama

Penelitian terdahulu pertama dikemukakan oleh Ratna pada jurnal Perbankan Syariah La Riba Vol. 1 No. 02 Januari-Juni 2020 dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Selatan” menunjukkan hasil penelitian bahwa BMT yang sehat ialah BMT yang terus melakukan perbaikan seperti melakukan strategi yang sesuai dengan kondisi supaya nasabah/anggota tetap loyal kepada BMT. BMT berperan membantu masyarakat yang baru memulai usaha, agar usahanya dapat tumbuh dan berkembang, sehingga kesejahteraan akan dapat diraihnya.

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini terdapat pada fokus penelitian dan *setting* penelitian. Penelitian terdahulu memfokuskan persoalan mengenai kondisi, strategi dan peran perkembangan BMT. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan terfokus pada implementasi CSR di BMT pada bidang ekonomi. Selain itu, perbedaan *setting* penelitian terdahulu berada di BMT Sumatera Selatan. Sedangkan penelitian yang akan datang dilakukan disalah satu BMT Kabupaten Pati.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terdapat pada pendekatan dan sumber data yang digunakan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang adalah kualitatif yang bersifat diskriptif. Sumber data yang digunakan pada penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang adalah data primer yang diperoleh pada saat wawancara dengan proses observasi.

2. Penelitian Terdahulu Kedua

Penelitian terdahulu kedua dikemukakan oleh Fita Usria pada jurnal Iqtishadia, Vol. 7, No. 2, September 2014 dengan judul “Implementasi dan Peran CSR Terhadap Kepercayaan Anggota BMT Fastabiq Pati”. Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa pelaksanaan CSR di BMT Fastabiq Pati sesuai dengan prinsip TBL (*Triple Bottom Lines*) dan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepercayaan anggota.

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada fokus penelitian dan *setting* penelitian. Penelitian terdahulu memfokuskan pada peranan CSR terhadap kepercayaan anggota BMT Fastabiq. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan terfokus pada implementasi CSR di BMT pada bidang ekonomi. Selain itu, perbedaan pada *setting* penelitian terdahulu berada di BMT Fastabiq Pati dan penelitian yang akan dilakukan berada di BMT Maziyah Assaadah Pati.

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang dapat dilihat pada pendekatan dan sumber data yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang adalah deskriptif dan kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, baik sumber data yang digunakan pada penelitian sebelumnya maupun penelitian yang akan datang menggunakan data primer yang diperoleh selama proses observasi dan wawancara berlangsung.

3. Penelitian Terdahulu Ketiga

Penelitian terdahulu ketiga dikemukakan oleh Wenny Marlini pada jurnal Eksisbank Vol. 3 No. 1 Juni 2019 dengan judul “Pengaruh Simpanan Berjangka Terhadap Dana *BaitulMaal* Sebagai Implementasi *CooperateSocialResponsibility* pada KJKS BMT Umat Sejahtera Kebumen Tahun 2014”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara simpanan berjangka dengan dana *BaitulMaal* sebagai implementasi CSR. Dari hasil tersebut, produk yang dimiliki BMT harus dioptimalkan.

Terdapat empat perbedaan pada penelitian sebelumnya dan penelitian ini, yaitu fokus penelitian, *setting*, pendekatan dan sumber data. Pertama, penelitian terdahulu memfokuskan pada pengaruh simpanan berjangka dana BMT terhadap CSR. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan terfokus pada implementasi CSR pada bidang ekonomi. Kedua, *setting* penelitian terdahulu berada di KJKS BMT Umat Sejahtera. Sedangkan penelitian yang akan datang dilakukan di BMT

Maziyah Assaadah Pati. Ketiga, pendekatan yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah kuantitatif. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan kualitatif yang bersifat diskriptif. Keempat, sumber data pada penelitian terdahulu diambil dari laporan keuangan serta dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian dengan menggunakan data dasar uji regresi linier sederhana. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan data primer yang didapatkan dari proses pengamatan serta proses wawancara.

4. Penelitian Terdahulu Keempat

Penelitian terdahulu keempat dikemukakan oleh Nanang, Hendri Tanjung dan Ibdalsyah pada *Journal Of Islamic Economy* Vol. 12. No. 1, 14-26 dengan judul “Strategi Pengelolaan Modal CSR Untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat”. Hasil Penelitian menunjukkan CSR dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Hal ini karena penyertaan modal CSR dapat meminimalisir maraknya permasalahan yang berkembang di masyarakat.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terdapat pada kefokuskan penelitian dan *setting*. Penelitian sebelumnya memfokuskan pada pengelolaan modal CSR melalui analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan kesejahteraan. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan terfokus pada implementasi CSR pada bidang ekonomi. Selain itu, *setting* penelitian terdahulu berada di BMT Swadaya Pribumi. Sedangkan penelitian yang akan datang dilakukan di BMT Maziyah Assaadah Pati.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan datang terdapat pada pendekatan dan sumber data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang adalah diskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara serta dokumentasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang akan datang sama-sama menggunakan data primer dan data sekunder.

5. Penelitian Terdahulu Kelima

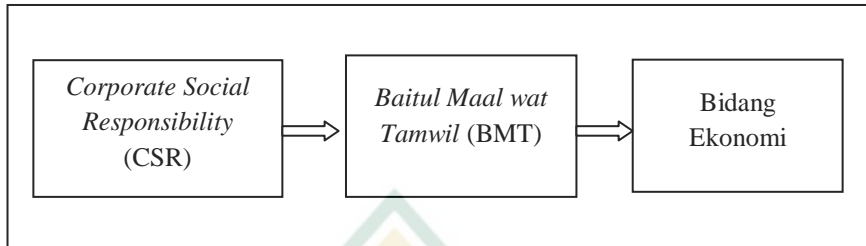
Penelitian terdahulu kelimadikemukakan oleh Fitra Rizal pada IJOIS: *Indonesian Journal of Islamic Studies* – Vol.1, No.01, (2020), pp.19-38 dengan judul “Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Perspektif”. Hasil Penelitian Ini Menunjukkan bahwa CSR adalah konsep organisasi bisnis yang memiliki rasa tanggung jawab kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan dalam semua aspek operasional perusahaannya. Menurut ajaran Islam, ada konsep yang lebih besar dari CSR, yaitu salah satu rukun Islam tentang pengeluaran zakat.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang terdapat pada fokus penelitian dan *setting* penelitian. Penelitian terdahulu memfokuskan pada tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam prespektif Islam. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada implementasi CSR pada bidang ekonomi. Selain itu, *setting* penelitian terdahulu meneliti lembaga keuangan secara global. Sedangkan penelitian yang akan datang hanya dilakukan di BMT Maziyah Assaadah Pati.

Kesamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini dapat dilihat pada pendekatan dan sumber data yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang menggunakan pendekatan kualitatif bersifat diskriptif dengan teknik pengumpulan data dilanjutkan dengan observasi, wawancara serta dokumentasi. Penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan sama-sama terdiri dari data primer dan data sekunder.

C. Kerangka berfikir

Berdasarkan pemaparan landasan teori mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada BMT dibidang ekonomi dan teori-teori yang mendasarinya, maka diperoleh skemna kerangka berfikir sebagai berikut.

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir

Arah panah pada kerangka berfikir menunjukkan logika berfikir dalam memahami dan menganalisis pengungkapan CSR pada BMT dibidang ekonomi.

