

PEMANFAATAN DANA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA BANK SYARIAH

Amie Amelia

Corresponding author's : ITB Ahmad Dahlan Jakarta
e-mail: ameliaamie67@gmail.com

Copyright © 2021



Abstract: *This study was done because there was an assumption that there is a risk of loss without paying attention to the use of Corporate Social Responsibility (CSR) funds. This study was aimed to explore more about the contribution of Corporate Social Responsibility (CSR) as a strategic instrument between the Sharia Bank in giving Openness of information through the distribution of funds to public. This study was a descriptive qualitative. Through this study, the writer analyzed two main data: Implementasi Corporate Social Responsibility Bank Muamalat Indonesia (BMI) and Sumber Dana dan Penyaluran Dana Corporate Social Responsibility Bank Muamalat Indonesia. The result showed that the use of Muamalat Indonesia Bank's CSR funds has fulfilled economic responsibility, environmental responsibility and social responsibility. The source of CSR funds for Muamalat Indonesia Bank came from zakah, employee zakah and non-halal income, while for the distribution of CSR funds for Muamalat Indonesia Bank was in collaborated with Baitulmaal Muamalat.*

Keywords: Pemanfaatan Dana, Corporate social responsibility, Bank Syariah

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah saat ini di Indonesia semakin meningkat. Seiring dengan perkembangan yang cepat, aspek *Good Corporate Governance* (GCG) sangat terkait dengan berbagai macam risiko kerugian apabila tidak diperhatikan pemanfaatan dana *corporate social responsibility* maka akan merusak image perbankan syariah di masa datang.

Good corporate Governance merupakan pilar yang diciptakan untuk mewujudkan bank syariah yang unggul dan tangguh. *Corporate social responsibility* dalam prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) ialah yang memiliki kesamaan penting dan tidak terpisahkan. Salah satu dari prinsip *Good Corporate Governance* adalah prinsip *responsibility* (pertanggungjawaban). Tiga prinsip GCG lainnya adalah *fairness* (kewajaran), *transparency* (transparansi), dan

accountibility (*akuntabilitas*) (Ghafur, M., 2007).

Perusahaan (Bank Syariah) tidak dapat dipisahkan dari para individu yang terlibat di dalamnya, yakni pemilik perusahaan (Bank Syariah) dan karyawannya. Perusahaan (Bank Syariah) tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial bagi perusahaannya saja, melainkan juga harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap publik, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan, sebab masyarakat adalah sumber dari segala sumber daya yang dimiliki dan direproduksi oleh perusahaan. (Suharto, 2009). Menurut Elkington perusahaan harus menjaga keseimbangan antara tujuan mendapatkan laba (*profit*) dan tujuan sosial (*people*) serta lingkungan (*planet*) (Lako, 2011).

Corporate social responsibility ialah strategi simbiosis antara perusahaan dengan masyarakat dalam mengusahakan kesejahteraan bersama melalui dedikasi dan peran sosial perusahaan untuk menciptakan harmonisasi yang saling menguntungkan (Sukarno, 2010). Implementasi *corporate social responsibility* bertujuan menjembatani keseimbangan perusahaan dengan masyarakat, implementasinya sebagai instrumen strategis pemberdayaan masyarakat dengan pemberdayaan perusahaan, membangun saling pengertian antara perusahaan dan masyarakat, serta mewujudkan kesejahteraan.

Pelaksanaan *corporate social responsibility* bertujuan untuk membangun citra perusahaan, meningkatkan loyalitas konsumen, mencapai kesuksesan finansial, meningkatkan saham, menaikkan penjualan dan meminimalisir konflik antara perusahaan dan lingkungan sosialnya. Pada praktiknya *corporate social responsibility* masih didominasi oleh kegiatan-kegiatan *philantropy* atau kepedulian maupun kegiatan keder-mawanan. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, masyarakat sangat terbantu dan di pihak perusahaan juga sangat terbantu untuk memperbaiki atau meningkatnya citra di masyarakat untuk menaikkan pemasaran dan mengurangi tekanan dari masyarakat (Untung, 2014).

Di Indonesia, *corporate social responsibility* di kalangan perbankan cukup berkembang. Ditetapkannya Undang-Undang No 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang keharusan Perseroan Terbatas melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan, perusahaan-perusahaan di Indonesia mau tidak mau berkewajiban melaksanakan program *corporate social responsibility*. Pelaksanaan *corporate social responsibility* selain diwajibkan undang-undang No 40 tahun 2007 dan penerapan *good corporate governance*, juga terkait dengan pencapaian tujuan *millenium goals development* yang telah digagas oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB).

Bank syariah dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR),

hendaknya mengambil inisiasi untuk menyisihkan sebagian dari keuntungannya untuk disalurkan kepada masyarakat usaha kecil dalam bentuk *qardh hasan*. Dengan demikian bank syariah di Indonesia secara konkrit memberikan kepedulian kepada pembangkitan UMKM (Sjahdeini, S. R., & Syariah, 2014). Nilai-nilai sosial dalam *corporate social responsibility* melalui pemanfaatan dana *corporate social responsibility* yakni dapat mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Nilai-nilai moral menurut Umar Chapra sangat penting karena sebagai filter. Sumber daya yang langka diciptakan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia, melainkan juga untuk menciptakan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata. Hal ini tidak akan terwujud tanpa ada kendali dari nilai moral agama dan nilai-nilai kesadaran kolektif yang dalam sejarahnya tidak pernah berhasil tanpa bantuan dan dorongan agama (Chapra, 2000).

Pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* bukan sebagai *charity* semata, tetapi merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut memikirkan permasalahan sosial yang terjadi di lingkungan perusahaan. Banyak perusahaan yang memikirkan *sustainability* program ini karena dampak positifnya yang luar biasa dahsyatnya bagi pencitraan. Dalam konteks perusahaan,

tidak diperkenankan kepada para perusahaan dengan hanya menggunakan keuntungannya tanpa beramal melalui *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sejalan dengan salah satu prinsip GCG yakni prinsip transparansi yakni Bank syariah dapat memberikan keterbukaan informasi secara transparan dalam pemanfaatan dana *corporate social responsibility*.

Pemanfaatan dana *corporate social responsibility* pada bank syariah seyogyanya memenuhi pada tanggung jawab terhadap ekonomi, tanggung jawab terhadap lingkungan dan tanggung jawab terhadap sosial. Pemanfaatan dana *corporate social responsibility* bank syariah harus benar-benar menyentuh kebutuhan asasi masyarakat yang dapat menciptakan kesejahteraan ekonomi yang merata. (Yasir, 2010).

Pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* ialah mekanisme sosial untuk mendistribusikan harta yang dititipkan oleh Allah swt kepada yang lebih berhak menerima, dengan memanfaatkan dana *corporate social responsibility* untuk mensejahterakan masyarakat khususnya ialah Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah Pertama di Indonesia, karena suatu pencapaian bank syariah tidak hanya dilihat dari aspek keuangan, tetapi juga pada dampak lingkungan dan sosial. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah yang memiliki filosofi yang berbeda dengan bank

konvensional hendaknya melalui pemanfaatan dana *corporate social responsibility* sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat yang memberikan manfaat jangka panjang dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah.

KAJIAN TEORI

Filosofi *Corporate social responsibility*

Corporate social responsibility bermula di Amerika Serikat, yakni pada zaman permulaan perkembangan perusahaan besar di akhir abad ke-19. Pada tahun 1930an asal mula perkembangan *corporate social responsibility* yang diikuti dengan gelombang kemelesetan dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Konsep *corporate social responsibility* pertama kali dikemukakan pada tahun 1953an oleh Howard Bowen yang mana hingga sekarang *corporate social responsibility* mengalami 'pengayaan' konsep (Kartini, 2009).

Corporate social responsibility pada tahun 1955 menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), mendefinisikan bahwa suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan demi meningkatkan ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup karyawan, keluarganya serta peningkatan kualitas hidup

masyarakat sekitar dan masyarakat luas (Ardianto, Elvinaro, 2011). Carroll menjelaskan *corporate social responsibility* dilaksanakan oleh perusahaan berdasarkan tanggung jawab terhadap undang-undang, tanggung jawab terhadap ekonomi, tanggung jawab terhadap etika dan tanggung jawab terhadap kebijakan (Carroll, 1999).

Corporate social responsibility di Indonesia bermula pada tahun 1990-an melalui program PUKK (pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi). UU PT disahkan oleh pemerintah pada tanggal 20 Juli 2007 (Kartini, 2009). Adapun Milton Friedman menolak adanya *corporate social responsibility* karena motivasi untuk memperoleh laba maksimal akan menstimulasi timbulnya perilaku egoistik secara berlebihan (Triyuwono, 2009).

Dalam Islam, pelaksanaan *corporate social responsibility* didasarkan pada pendekatan holistik yang mengkombinasikan prinsip-prinsip moral, prinsip etika, syariah dan keyakinan (International Shari'ah Research Academy for Islamic Finance (ISRA), 2015). Konsep *corporate social responsibility* pada dasarnya memiliki landasan keagamaan (Islam) yang kuat. Ajaran Islam mengenai kedermawanan dapat menjadi pendorong semangat untuk implementasi *corporate social responsibility*. Sesuai dengan landasan ajaran Islam, maka dalam melaksanakan *corporate social responsibility* perusahaan bisa mengeluarkan anggar-

an secara rutin setiap tahunnya tanpa berpatokan pada untung maupun rugi (Joko Prastowo, 2011).

Bank syariah memiliki peran penting dalam *corporate social responsibility* diantara prinsip-prinsip dasar Islam ialah perilaku sosial yang menjamin gradasi moralitas manusia dan pencapaian kemakmuran tidak hanya untuk individu tetapi juga bagi masyarakat yang mana yang memiliki hak untuk dihormati secara social (Belkacem, M., & Ladraa, 2015).

Bank syariah memiliki tiga pokok filosofi yang mana membedakan dari konvensional. Pertama, Bank Syariah berusaha hanya adil dan memiliki keseimbangan masyarakat, sebagai memimpikan dari ekonomi Islam. Kedua, bank syariah merupakan membangun pada prinsip persaudaraan dan kooperasi dengan sistem berbagi keadilan. Ketiga, sistem dasar pada etika dan kerangka moral pada hukum Islam yakni Syariah, bank syariah memiliki karakteristik dari norma etika dan komitmen sosial (Basah, M. Y. A., & Yusuf, 2013). *Corporate social responsibility* merupakan bagian yang harus dikeluarkan oleh entitas (merupakan biaya) yang telah dianggarkan sebelumnya tanpa melihat kinerja entitas dan *corporate social responsibility* merupakan peraturan non syariah yang harus dipatuhi oleh setiap perusahaan (Muhammad, 2009).

Teori Corporate Social Responsibility

1. Teori Etika.
Teori ini menjelaskan bahwa hubungan perusahaan dengan masyarakat terbentuk dari nilai-nilai etika. Perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* karena bertanggungjawab untuk memenuhi tuntunan etika.
2. Teori kontrak sosial.
Teori yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dan sosial. Perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap kehidupan sosial. Perusahaan bertindak seperti institusi sosial dan bergabung dengan struktur sosial seperti keluarga, pendidikan dan institusi keagamaan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan yang lebih baik.
3. Teori instrumen.
Teori ini menjadikan *corporate social responsibility* untuk menegakkan fungsi dan peran perusahaan dalam masyarakat. Teori instrumen mengembangkan *corporate social responsibility* sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan ekonomi.
4. Teori Stakeholder.
Dalam teori ini, Perusahaan bertanggung jawab secara sistematis terhadap semua pihak yang terlibat dalam perusahaan. Perusahaan bertanggung jawab secara sosial berdasarkan keputusan-keputusan yang dibuat oleh manajemen dengan memperhatikan kepentingan stakeholder selain daripada

pemegang saham (Muhammad, 2009).

Manfaat Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah

1. Perusahaan.
 - a. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dalam meningkatkan kinerja
 - b. *Corporate social responsibility* meningkatkan nilai perusahaan
 - c. *Corporate social responsibility* meningkatkan nilai pasar saham perusahaan,
 - d. *Corporate social responsibility* meningkatkan efisiensi, produktivitas serta efektivitas kinerja operasional bisnis (Lako, 2011).
 - e. *Corporate social responsibility* membuka peluang mendapatkan penghargaan (Lako, 2011).
 - f. *Corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh perusahaan khususnya bank syariah menyebabkan adanya keberkahan hasil produksi karena melaksanakan kewajiban kepada Tuhan.
2. Masyarakat.

Corporate social responsibility akan meningkatkan nilai tambah, dukungan masyarakat yang merupakan jaminan eksistensi dan simpati terhadap perusahaan.
3. Lingkungan
Rentanya konflik sosial dan bencana memerlukan bantuan perusahaan dalam rehabilitasi dan rekonstruksi

(Fahrudin, 2010). Pelaksanaan *corporate social responsibility* akan mencegah eksploitasi terhadap sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah bersifat kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tentang pemanfaatan dana *corporate social responsibility* (CSR) Bank Syariah. Dengan menganalisa secara kritis pemanfaatan dana *corporate social responsibility* di Bank Muamalat Indonesia (BMI) sehingga dapat diketahui apakah pemanfaatan dana *corporate social responsibility* yang dilakukan telah sesuai sebagaimana mestinya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi Corporate Social Responsibility Bank Muamalat Indonesia (BMI)

Bank Muamalat Indonesia merupakan pionir perbankan syariah di Indonesia, yang memiliki komitmen untuk terus berperan aktif dan terus mendorong kemajuan industri perbankan syariah di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia telah menjadi salah satu pusat ekosistem ekonomi syariah di Indonesia.

Bank Muamalat Indonesia memulai proses transformasi dengan

melakukan review secara menyeluruh terhadap kapasitas organisasi dan tantangan yang akan dihadapi ke depan yang senantiasa melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada produk dan layanan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Bersamaan dengan proses penguatan struktur permodalan, Bank Muamalat Indonesia terus melakukan berbagai persiapan untuk meraih pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Bank Muamalat Indonesia, 2019).

Bank Muamalat Indonesia dalam menjalankan usaha tidak luput dari dukungan masyarakat di sekitar lingkungan unit-unit usaha Bank. Bank Muamalat Indonesia terus berupaya untuk membina hubungan baik dengan masyarakat, yang merupakan landasan pokok bagi keberhasilan jangka panjang bisnis dan reputasi Bank. Pelaksanaan *corporate social responsibility* Bank syariah pada aspek sosial kemasyarakatan diarahkan pada program-program yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat di lokasi sekitar Bank yang juga ditujukan untuk memberdayakan potensi ekonomi masyarakat (Bank Muamalat Indonesia, 2019).

Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Muamalat Indonesia merupakan sebuah tanggung jawab moral kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) tidak hanya semata-mata memenuhi kepentingan

pemegang saham. Bank terus berkomitmen memberikan kontribusi nilai bagi para pemangku kepentingan lainnya karena kinerja perusahaan tidak hanya diukur dari aspek ekonomi, akan tetapi juga kinerja sosial maupun lingkungan.

Wujud pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak hanya bantuan-bantuan jangka pendek seperti bantuan pembangunan jalan, bantuan pembangunan sarana ibadah, tetapi program pemberdayaan masyarakat yang dalam jangka waktu panjang yang akan memberikan perubahan kesejahteraan masyarakat seperti pembuatan koperasi simpan pinjam, pemberian beasiswa, program orang tua asuh bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (Faisal Badrun, 2006).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagian dari keberadaan Bank Muamalat Indonesia sebagai entitas bisnis. Bank Muamalat Indonesia mengetahui bahwa pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis tidak bergantung hanya kepada pencapaian aspek keuangan, tetapi juga pada dampak lingkungan dan sosial. Bank Muamalat Indonesia berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat melalui program-program *corporate social responsibility* secara nasional, maka dalam jangka panjang akan terbentuk komunitas pendukung ekonomi syariah (Bank Muamalat Indonesia, 2019).

Bank Muamalat Indonesia berkeyakinan bahwa parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *corporate social responsibility* adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Pelaksanaan program *corporate social responsibility* merupakan wujud dari kepatuhan Bank terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Bab V, Pasal 74 ayat (1) dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Bank muamalat Indonesia telah menetapkan empat pilar dan fokus utama dalam kegiatan *corporate social responsibility*, yaitu bidang ekonomi, pendidikan, kemanusiaan dan lingkungan. Kegiatan *corporate social responsibility* diadakan oleh Baitulmaal Muamalat, anak perusahaan yang menjalankan kegiatan filantropi Bank Muamalat Indonesia yang mengelola dana zakat perusahaan. Pada tahun 2019 mengenai isu ekonomi tim *corporate social responsibility*, bekerja sama dengan BAZNAS Republik Indonesia dan Baitulmaal Muamalat, menjalankan kegiatan Balai Ternak dengan harapan dapat menaikkan ekonomi para penerima.

Bank Muamalat Indonesia ikut serta dalam usaha peningkatan ekonomi, melalui salah satu kegiatan *corporate social responsibility* yang

dilakukan pada tahun 2019, Bank Muamalat Indonesia membantu 20 peternak di daerah Cimande, Bogor, dalam penangkaran hewan ternak. Dengan kegiatan ini, peternak mampu meningkatkan pendapatan tambahan hingga Rp300 ribu/bulan/peternak. Kegiatan yang diawasi oleh BAZNAS ini diharapkan dapat meningkatkan kehidupan ekonomi para peternak selanjutnya (Bank Muamalat Indonesia, 2019).

Bank Muamalat Indonesia telah melaksanakan *due diligence* atas dampak sosial Bank secara terintegrasi dengan metode penentuan isi Laporan Keberlanjutan tahun 2018. *Due diligence* merupakan sebuah proses yang komprehensif dalam menilai dampak positif dan negatif keputusan dan kegiatan perusahaan yang dapat memengaruhi lingkungan hidup, ekonomi, dan aspek sosial. Adapun hasil *due diligence* yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia telah memetakan pihak dan isu-isu serta risiko penting yang berkaitan dengan kegiatan Bank, adapun penulis hanya mengambil kategori pemangku kepentingan dari masyarakat yang dipetakan sebagai berikut:

Tabel 1 Pemetaan kegiatan perusahaan pada Masyarakat

Pemangku kepentingan	Pendekatan	Topik	Respon Terhadap Topik
Masyarakat	Memperluas akses dan porsi	Meningkatkan taraf kehidupan	Optimalisasi program pembiayaan

<ul style="list-style-type: none"> • pembiayaan produktif bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). • Meningkatkan akses keuangan syariah bagi penduduk di daerah populasi rendah. • Menyediakan layanan khusus 'Satu Atap bagi Haji dan Umrah' (1HRAM). • Menyelenggarakan konsultasi edukasi tentang perencanaan keuangan syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • masyarakat ("umat") melalui produk pembiayaan berbasis syariah untuk pengembangan UMKM • Bertumbuhnya jumlah nasabah hingga ke daerah pelosok nusantara. • Meningkatkan kualitas kenyamanan dari layanan khususnya bagi calon Haji dan Umrah. • Meningkatkan literasi masyarakat luas terkait produk/ layanan perbankan syariah. 	<ul style="list-style-type: none"> • sektor UMKM yang telah terlaksana. • Meningkatkan jumlah mitra nasabah baru di daerah pelosok nusantara. • Meningkatkan kualitas layanan melebihi ekspektasi nasabah. • Meningkatkan konsultasi dan pelatihan yang lebih luas mengenai perencanaan keuangan berbasis syariah kepada masyarakat. 	
---	---	--	--

dikeluarkan oleh entitas (biaya) yang telah dianggarkan sebelumnya tanpa melihat kinerja entitas yang mana *corporate social responsibility* bagian dari peraturan non syariah yang harus dilaksanakan. Sumber dana diperoleh dari operasional bank syariah yakni menyisihkan sebagian dari keuntungan perusahaan (Syafaruddin, 2013).

Bank Muamalat Indonesia mengalokasikan anggaran khusus untuk menjalankan kegiatan-kegiatan *corporate social responsibility*. Besaran anggaran *corporate social responsibility* terdiri dari gabungan antara zakat perusahaan dan zakat karyawan sebesar 2,5% dari keuntungan perusahaan dan gaji karyawan, serta berasal dari dana kebajikan/non-halal yaitu pendapatan bunga dari bank konvensional, dan pendapatan denda atas keterlambatan pembayaran debitur yang disengaja (Bank Muamalat Indonesia, 2019). Adapun fokus utama dari kegiatan *corporate social responsibility* pada 2019 selain pendidikan adalah kegiatan filantropi. Dengan rincian:

Sumber Dana dan Penyaluran Dana *Corporate Social Responsibility* Bank Muamalat Indonesia

Bank syariah memiliki dua sisi yang tidak dapat dipisahkan yaitu tujuan didirikannya bank syariah untuk memperoleh profit dan di sisi lain tanggung jawab moral untuk mengentaskan kemiskinan dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Corporate social responsibility* merupakan bagian yang harus

Tabel 2, Realisasi Penyaluran dana *corporate social responsibility*

Pendidikan	3.052.354.885
Kemanusiaan	3.769.426.000
Kesehatan	115.330.000
Ekonomi	1.852.453.441
Dakwah advokasi	2.640.180.725
Total	Rp11.429.745.051

Sehingga pada tahun 2019 melalui Baitulmaal Muamalat, Bank Muamalat

Indonesia telah menyalurkan bantuan sebesar Rp11.429.745.051, melalui penyaluran dana *corporate social responsibility*, dana yang paling besar disalurkan oleh Bank Muamalat Indonesia dalam bentuk kemanusiaan, selanjutnya Bank Muamalat Indonesia menyalurkan dalam bentuk pendidikan, pada posisi selanjutnya Bank Muamalat Indonesia sebagai lembaga keuangan syariah cukup besar dalam menyalurkan dana untuk dakwah advokasi, dana *corporate social responsibility* yang disalurkan untuk bidang ekonomi merupakan untuk pemberdayaan masyarakat serta yang dana paling kecil disalurkan oleh Bank Muamalat Indonesia adalah bidang kesehatan.

Seyogyanya dana *corporate social responsibility* yang diberikan yakni untuk mengurangi kemiskinan dalam angka yang luar biasa dengan penyaluran melalui pelatihan, beasiswa, kesehatan, bantuan mikro kredit, magang, bantuan pelayanan orang miskin untuk kesejahteraan yang lebih baik. (lukman, 2014: 228)

Pembahasan

Berdasarkan hasil *due diligince* dapat terlihat dampak positif dan negatif dalam dalam kegiatan *corporate social responsiblity* Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank pertama Bank Syariah tentu tidak diragukan lagi perannya dalam mengimplementasikan *corporate social responsibility* hal ini terlihat pada bidang pendekatan topik

untuk mengembangkan peran serta kegiatan *corporate social responsibility* seperti memperluas akses pembiayaan UMKM, meningkatkan akses keuangan syariah di daerah populasi rendah, menyediakan layanan khusus haji dan umrah serta menyelenggarakan konsultasi edukasi perencanaan keuangan syariah yang telah dilaksanakan oleh Bank Muamalat Indonesia dalam *corporate social responsibility* demi kesejahteraan masyarakat.

PENUTUP

Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah telah melaksanakan *corporate social responsibility* melalui program-program yang telah di salurkan yakni pada bidang pendidikan, kemanusiaan, kesehatan, ekonomi, dan dakwah advokasi. Sumber dana *corporate social responsibility* Bank Muamalat Indonesia berasal dari zakat perusahaan, zakat karyawan dan pendapatan non halal sedangkan untuk penyaluran dana *corporate social responsibility* melalui Baitulmaal Muamalat bahwa dana yang paling besar yang disalurkan oleh Bank Muamalat Indonesia yakni pada kemanusiaan, selanjutnya pendidikan dan yang ketiga dalam bentuk dakwah advokasi sedangkan penyaluran *corporate social responsibility* dalam bentuk ekonomi merupakan posisi kedua paling kecil dananya dan yang posisi kecil dana yang disalurkan Bank Muamalat Indonesia adalah kesehatan.

Sehingga peran Bank Muamalat Indonesia dalam memaksimalkan pemanfaatan dana *corporate social responsibility* dengan memberdayakan masyarakat melalui kegiatan yang telah dilaksanakan demi mencapai kesejahteraan masyarakat serta adanya kenaikan taraf hidup yang lebih baik yang dapat dirasakan oleh masyarakat melalui penyaluran dana *corporate social responsibility* oleh Bank Muamalat Indonesia.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ardianto, Elvinaro, D. M. M. (2011). *Efek Kedemawanan Pebisnis dan CSR*. PT Elex Media Komputindo.
- Bank Muamalat Indonesia. (2019). *Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia (BMI)*.
- Basah, M. Y. A., & Yusuf, M. M. (2013). Islamic bank and corporate social responsibility (CSR). *European Journal of Business and Management*, 5 (11), 194-209.
- Belkacem, M., & Ladraa, K. (2015). The role of Islamic banks in the establishment of social responsibility within Islamic Countries. *Journal of Emerging Issues in Economics, Finance and Banking (JEIEFB): An Online International Research*, 4 (1), 1377-1384.
- Carroll, A. B. (1999). *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*. *Business & society*.
- Chapra, M. U. (2000). *Islam dan tantangan ekonomi*. Gema Insani.
- Fahrudin, S. (2010). *Etika Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Faisal Badrun. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana.
- Ghafur, M., & K. (2007). *Potret perbankan syariah Indonesia terkini: kajian kritis perkembangan perbankan syariah*. Bina Ruhani Insan (Biruni) Press.
- International Shari'ah Research Academy for Islamic Finance (ISRA). (2015). *Sistem Keuangan Islam: Prinsip dan Operasi*. Rajagrafindo Persada.
- Joko Prastowo, M. H. (2011). *Corporate Social Responsibility, Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Samudera Biru.
- Kartini, D. (2009). *Corporate social responsibility: transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*. Refika Aditama.
- Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga.
- Muhammad, R. (2009). Studi Evaluatif Terhadap Laporan Perbankan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 13 (2).
- Sjahdeini, S. R., & Syariah, P. (2014). *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan aspek Hukumnya*. Kencana.
- Suharto. (2009). *Pekerjaan Sosial di*

- Dunia Indutri* . Alfabeta.
- Sukarno, F. (2010). *Etika Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Syafaruddin, S. (2013). *Psikologi organisasi dan manajemen*.
- Triyuwono, I. (2009). *Persepektif Metodologi dan Teori Akuntansi Syariah*. Rajagrafindo Persada.
- Untung, H. B. (2014). *CSR dalam dunia bisnis*. Andi.