

SKRIPSI

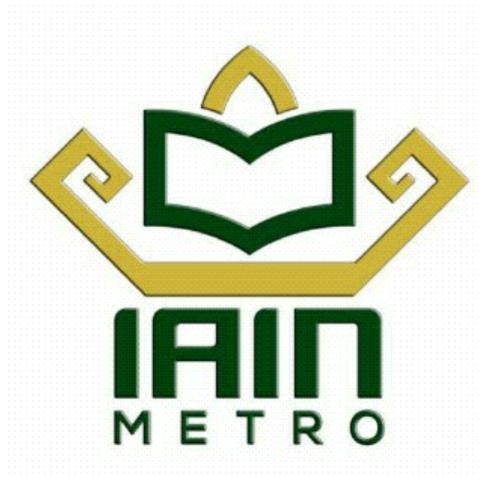
PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

**(Studi Kasus pada CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Kecamatan Way
Seputih Kabupaten Lampung Tengah)**

Oleh:

RANI RAHAYU

NPM. 14119124



Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)

Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

METRO

1441 H /2019 M

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus pada CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Kecamatan Way
Seputih Kabupaten Lampung Tengah)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (ESy)**

Oleh:

RANI RAHAYU

NPM. 14119124

Pembimbing I : Dr. Suhairi, S.Ag, MH

PembimbingII : Sainul, SH, MA

Program Studi: Ekonomi Syariah (ESy)

Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

METRO

1441H / 2019 M

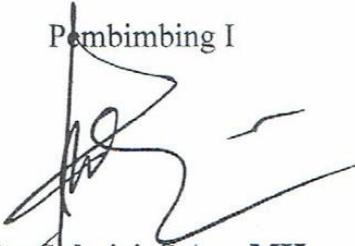
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)**

Nama : **Rani Rahayu**
NPM : 14119124
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I


Dr. Suhairi, S.Ag., MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Metro, Januari 2019
Pembimbing II


Sainul, SH., MA
NIP. 19680706 200003 1 004

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan
Saudari Rani Rahayu

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _

Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

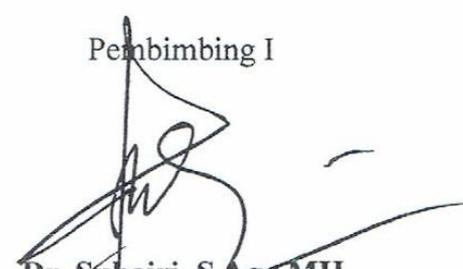
Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Rani Rahayu**
NPM : 14119124
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat dimunaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Dr. Suhairi, S.Ag., MH

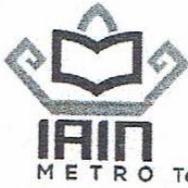
NIP. 19721001 199903 1 003

Metro, Januari 2019

Pembimbing II


Sainul, SH., MA

NIP. 19680706 200003 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 1846 /ln. 28. 3 / D / PP. 00.9 / 07 / 2019

Skrripsi dengan judul: Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (study kasus pada CV Gunung Mas Putra Kencana Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah) disusun oleh: Rani Rahayu, NPM: 14119124, Jurusan: Ekonomi Syari'ah telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Senin, 1 Juni 2019.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator : Dr. Suhairi, S.Ag., MH

Penguji I : Liberty, S.E., M.A

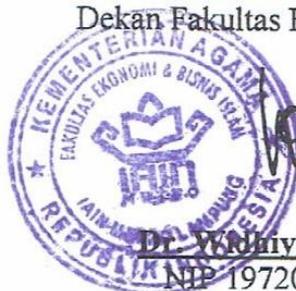
Penguji II : Sainul. S.H.M.A

Sekretaris : Liana Dewi Susanti. M.E.Sy



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Yekhya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus pada CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Kecamatan Way
Seputih Kabupaten Lampung Tengah)**

Abstrak

Oleh

Rani Rahayu

Kemajuan dunia industri tersebut tidak sejalan dengan perbaikan kesejahteraan masyarakat termasuk kerusakan lingkungan akibat pengoperasiannya, sehingga mengakibatkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Oleh karena itu, untuk menarik simpati dan kepercayaan masyarakat, perusahaan melakukan gerakan peduli terhadap lingkungan sebagai langkah untuk menciptakan citra positif perusahaan. Melalui aktivitas *corporate social responsibility* (CSR). Melalui aktivitas CSR CV GMPK berupaya menunjukkan kepedulian yang diharapkan dapat menarik simpati masyarakat serta konsumen, sehingga dapat membentuk citra perusahaan yang nantinya akan membawa pada arah kemajuan dan sebagai wujud eksistensi perusahaan. Oleh karena itu pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan pada CV Gunung Mas Putra Kencana. Dan tinjauan etika bisnis islam terhadap pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada CV Gunung Mas Putra Kencana.

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan pada CV gunung mas putra kencana. Dan tinjauan etika bisnis islam terhadap pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada CV Gunung Mas Putra Kencana. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data wawancara sebagai metode utama memperoleh keterangan-keterangan yang berhubungan dengan kegiatan *corporate social responsibility*. Selain itu, digunakan juga metode dokumentasi sebagai pelengkap untuk memperoleh tambahan. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara induktif.

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa kegiatan CSR yang dijalankan CV Gunung Mas Putra Kencana dapat mempengaruhi citra perusahaan. Yakni kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan, konsistensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan positif dari publik, dan keberpihakan publik ketika terjadi masalah. Selain itu kegiatan csr merupakan kegiatan yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RANI RAHAYU
NPM : 14119124
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, juli 2019

Yang menyatakan



RANI RAHAYU

NPM. 14119124

HALAMAN MOTTO

ءَامِنُوا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ وَاَنْفِقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلِفِيْنَ فِيْهِ فَاَلَّذِيْنَ ءَامَنُوْا مِنْكُمْ
وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ ۙ

Artinya: “Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar”. (QS Al-Hadid (57):7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, wasyukurillah, terima kasih ya Allah, atas segala kemudahan dan kemudahan yang Engkau berikan kepada penulis. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya kecil ini. Dengan ketulusan dan kebanggaan, karya ini ku persembahkan kepada :

1. Ibunda tercinta (Sudarti) Ayahanda tercinta (Sunoto), terima kasih atas semua yang telah kalian berikan untukku, sampai kapanpun aku tidak akan bisa membalasnya.
2. Kakakku Ana Umul Fatimah dan adikku Ummi Abdillah yang selalu memberi dukungan kepadaku, terimakasih atas rasa sayang yang kalian berikan.aa
3. Almater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Swt, atas taufik, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Penyusunan skripsi ini telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan oleh:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Dharma setyawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Dr. Suhairi, S.Ag., M.H selaku Pembimbing I
5. Sainul, SH, MA selaku Pembimbing II

Kritik dan saran demi perbaikan proposal skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang Ekonomi Syariah.

Metro, 1 Juli 2019

Peneliti



RANI RAHAYU

NPM. 14119124

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	9
1. Pengertian CSR	9
2. Dasar CSR	10
3. Dimensi <i>Corporate Social Responsibility CSR</i>	13
4. Tujuan dan Manfaat CSR	18
5. Indikator Keberhasilan CSR.....	19
B. Citra Perusahaan	21
1. Pengertian Citra Perusahaan	21
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan.....	22

C. Etika Bisnis Islam.....	24
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	24
2. Prinsip- Prinsip Etika Bisnis Islam.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian.....	29
B. Sumber Data	30
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	32
E. Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. deskripsi wilayah penelitian	34
B. Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK).....	37
C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK).....	47

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	50
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan sehari-hari banyak jutaan orang yang melakukan kegiatan bisnis. Mereka ada yang berhasil mengembangkan usaha dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin maju tetapi ada pula yang gagal. Bagi mereka yang berhasil, kegiatan bisnis makin menarik bagi mereka.¹

Islam mendorong pemeluknya untuk mencari rezeki yang berkah, mendorong berproduksi, dan menekuni aktivitas ekonomi di bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, industri, perdagangan, dan bidang usaha lainnya. Islam mendorong setiap amal perbuatan menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat bagi umat manusia, atau yang memperindah kehidupan, mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama.²

Bisnis selalu memegang peran vital di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Hal ini masih berlaku di era kehidupan zaman sekarang. Karena kekuatan ekonomi mempunyai kesamaan makna dengan kekuatan politik, sehingga urgensi bisnis memengaruhi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional, dan internasional.³

Kemajuan dunia industri tersebut tidak sejalan dengan perbaikan kesejahteraan masyarakat termasuk kerusakan lingkungan akibat

¹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabet, 2008), h. 13

² Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 37

³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2003), h. 1

pengoperasiannya, sehingga mengakibatkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Oleh karena itu, untuk menarik simpati dan kepercayaan masyarakat, perusahaan melakukan gerakan peduli terhadap lingkungan sebagai langkah untuk menciptakan citra positif perusahaan. Melalui aktivitas *corporate social responsibility* yang selanjutnya disingkat CSR kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar dapat diwujudkan baik dalam bentuk donasi maupun pengembangan masyarakat.⁴

Istilah *Corporate* merujuk kepada perusahaan atau korporasi sebagai badan hukum. Istilah ini ditunjukkan kepada perusahaan atau korporasi yang berorientasi pada profit. Hal yang jelas akan menimbulkan persoalan ketika dihubungkan dengan istilah “sosial” dalam CSR. Perusahaan yang berorientasi pada keuntungan tentu tidak mengenal hal-hal yang bersifat sosial atau yang berifat cuma-cuma. Perusahaan yang berorientasi profit berlaku istilah “*do ut dess*” saya memberi supaya anda memberikan kembali dengan nilai yang lebih tinggi. Istilah korporasi dan sosial justru diperjelas dan diberi bobot moral yang kuat oleh istilah *responsibility* atau tanggung jawab.⁵

Tanggung jawab yang dimaksud adalah perusahaan harus memperluas lebih dari sekedar menggunakan sumber-sumber dayanya dan terlibat dalam aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungan. Lebih luas dan mendasar perusahaan harus berperilaku mengarah pada etika serta berkontribusi terhadap kehidupan bagi masyarakat.

⁴ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 80-81.

⁵ L. Sinour Yosephus, *Etika Isnis: Pendekatan, Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 292

Masyarakat adalah pihak yang secara tidak langsung ikut merasakan setiap detail kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Masyarakat juga memiliki kaitan erat dengan pembentukan citra perusahaan yang juga merupakan pilar bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Hal tersebut dikatakan karena mengingat citra lahir dibenak masyarakat dan tidak selamanya citra yang terbentuk adalah citra yang positif. Citra yang positif dari suatu organisasi akan memiliki dampak yang menguntungkan organisasi tersebut, sedangkan citra yang negatif akan merugikan organisasi. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu organisasi.

CV Gunung Mas Putra Kencana adalah CV yang bergerak dalam bidang pengolahan barang mentah menjadi barang setengah jadi. CV ini beralamat di desa Sido Binangun Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah. Produk yang dihasilkan oleh CV GMPK adalah tepung tapioka. CV GMPK hadir seiring dengan banyak permintaan mengenai bahan makanan berupa tepung tapioka yang digunakan untuk memproduksi makanan.

Upaya membangun citra di mata masyarakat serta investor, salah satu strategi yang digunakan CV. GMPK (Gunung Mas Putra Kencana) adalah dengan menjalankan aktivitas CSR. Melalui aktivitas CSR CV. GMPK berupaya menunjukkan kepeduliannya yang diharapkan dapat menarik simpati masyarakat serta konsumen, sehingga dapat membentuk citra perusahaan yang nantinya akan membawa pada arah kemajuan dan sebagai wujud eksistensi perusahaan.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh CV GMPK (Gunung Mas Putra Kencana) meliputi dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan. Dimensi ekonomi perusahaan mengadakan program magang bagi masyarakat yang bekerja borongan. Kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan diantaranya memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar pabrik, dimana bantuan tersebut berupa sembako yang diberikan menjelang hari raya idul fitri. Selain kepada masyarakat perusahaan juga memberikan THR kepada setiap karyawan menjelang hari raya. Selanjutnya dalam bidang lingkungan CV. GMPK mengolah limbah perusahaan menjadi bio gas, bio gas tersebut digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan produksi. Selain dapat mengurangi dampak limbah yang berbahaya bagi masyarakat sekitar perusahaan, pengolahan limbah menjadi bio gas juga dapat menekan biaya produksi bagi perusahaan. Perusahaan juga memberikan sebagian ongko dari hasil produksi kepada masyarakat secara gratis.⁶

Hasil survey yang peneliti temukan, peneliti melihat komitmen CV GMPK dalam menjalankan program CSR secara berkelanjutan yang diharapkan dapat membentuk citra positif perusahaan. Karena untuk melaksanakan aktivitas perusahaan yang baik dibutuhkan sinergi yang positif antara perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh CSR Terhadap

⁶ Wawancara dengan Atik selaku Manager CV. GMPK pada Tanggal 3 Februari 2018 Pukul 10.00 WIB

Citra Perusahaan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” studi kasus CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam atas pengaruh CSR terhadap citra perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK).
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis Islam atas pengaruh CSR terhadap citra perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK).

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan teori ilmu manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap citra perusahaan yaitu salah satunya teori *stakeholder*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktisnya adalah sebagai masukan bagi perusahaan.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berada.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Heriyanto, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN jurai siwo Metro yang berjudul *Implimentasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Studi Kasus PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran*. Pada pelitian tersebut mengkaji masalah pelaksanaan CSR teradap

⁷ Zuhairi, et. all., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 39

masyarakat sekitar. Dimana PT. Tambak Seribu lebih banyak menyalurkan program CSR yang berupa bantuan langsung tunai, bukan dalam bentuk kemitraan ekonomi masyarakat. Hal ini mengakibatkan realisasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Tambak Seribu belum terlihat pencapaiannya di lapangan.⁸ Dengan demikian dapat diketahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Linda Wati dengan judul Evaluasi kinerja program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada rumah sakit kota Metro. Penelitian ini lebih menekankan pada Evaluasi kinerja program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada rumah sakit kota Metro. Dalam metode penelitian di atas menganalisis penggunaan alat analisis secara kualitatif. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kebijakan dan manfaat dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) rumah sakit Islam metro. Dengan demikian dapat diketahui perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan penulis.⁹

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan CSR adalah penelitian Aulia Safitri yang berjudul *Optimalisasi Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat* (Studi pada Perusahaan Bumi Waras (BW) di Labuhan Ratu Way Jepara Lampung Timur). Pada penelitian tersebut peneliti mengkaji peran CSR dalam meningkatkan ekonomi

⁸ Heriyanto, Skripsi: *Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi Kasus PT. Tambak Seribu Trluk pandan Pesawaran)*, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2016).

⁹ Sri Linda Wati, *Evaluasi kinerja program Corporate Social Responsibility (CSR) pada rumah sakit kota Metro*, Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Metro.

masyarakat. Dengan demikian dapat diketahui perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan.¹⁰

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan memiliki kajian yang berbeda, meskipun memiliki focus kajian yang sama pada tema-tema tertentu, tetapi penelitian ini lebih ditekankan pada pengaruh CSR terhadap citra perusahaan.

¹⁰ Aulia Safitri, *Optimalisasi Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Perusahaan Bumi Waras (BW))*,

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. Pengertian CSR

CSR merupakan komitmen perusahaan dalam operasi bisnis, terhadap tanggung jawab sosial yang diimplementasikan bentuk kepedulian sosial terhadap karyawan, nasabah, maupun kepada masyarakat secara luas.¹ Ada beberapa pengertian mengenai CSR, yaitu sebagai berikut:

- a. CSR adalah kewajiban kepada masyarakat yang ditanggung oleh perusahaan. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memaksimalkan dampak positif pada masyarakat dan meminimalkan dampak negatif.²
- b. CSR adalah komitmen dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan, dan keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.³
- c. Menurut *orgnisasi business for social responsibility* sebagaimana dikutip oleh Patricia J. Parons, definisi tentang CSR diartikan sebagai

¹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 81

² Undang Ahmad Kamaludin, dkk, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), h. 65

³ Bukhari Alma Doni Juni Priansa, *Manajemen Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 10

upaya memastikan keberhasilan komersial dalam cara-cara yang menghormati nilai-nilai etis dan menghormati masyarakat dan lingkungan.⁴

Menurut pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antar aspek ekonomi dan aspek sosial.

Lebih lanjut dapat dikemukakan bahwa secara konseptual *corporate social responsibility* adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis, yang diimplementasikan dalam interaksi perusahaan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), baik pemerintah maupun masyarakat, berdasarkan kesukarelaan dan kemitraan. Dalam hal ini, pihak perusahaan melihat *corporate social responsibility* bukan program pemaksaan, tetapi bentuk rasa kepedulian terhadap masyarakat, yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang dialami.

2. Dasar CSR

Corporate social responsibility merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dengan cara menjalankan sebuah bisnis

⁴ Patria J. Person, *Etika Public Relations*, (Jakarta: Gelora Aksara, 2007), h. 143

yang memenuhi harapan etis dan legal, yang ditetapkan oleh pemerintah dan berlaku di masyarakat. Dari sudut pandang etika, dunia usaha tidak dapat melepaskan dirinya dari kewajiban sosial kepada masyarakat dengan hanya berorientasi kepada keuntungan semata. Sedangkan dari sudut pandang hukum, dunia usaha tidak terlepas dari aturan yang ditetapkan pemerintah selaku regulator.

Landasan *corporate social responsibility* (CSR) dapat dipahami dari berbagai ketentuan, baik undang-undang, peraturan pemerintah maupun peraturan menteri sebagai berikut:

a. Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman

Modal Pasal 15 disebutkan bahwa:

- 1) Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.
- 2) Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada badan koordinasi penanaman modal.
- 4) Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal.
- 5) Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.⁵

b. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan

Gas Bumi terbatas pada Pasal 11 ayat (3) huruf p yang berbunyi:

“Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok

⁵ Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15

yaitu: pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.”⁶

c. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007

UU Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas

(UUPT) ayat 1 dan 2 bunyi pasal tersebut sebagai berikut :

1. Setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan;
2. Tanggung jawab social dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.⁷

d. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012

Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung

Jawab Sosial dan Lingkungan pada pasal 2 disebutkan bahwa:

Setiap perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, moral, dan budaya masyarakat tersebut.⁸

e. Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012

Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang

Forum Tanggung Jawab Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan

Kesejahteraan Sosial menyatakan bahwa:

⁶ Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi Pasal 11 ayat (3) huruf p.

⁷ Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal 74

⁸ Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2

“Kementrian Sosial memandang penting dibentuknya forum CSR pada level Provinsi, sebagai sarana kemitraan antara pemerintah dengan dunia usaha. Rekomendasi Permensos adalah dibentuknya Forum CSR di tingkat provinsi beserta pengisian struktur kepengurusan yang dikukuhkan oleh Gubernur”.

3. Dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Totok Mardikanto, CSR memiliki tiga dimensi utama, yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan.⁹

a. Dimensi Ekonomi

Tujuan utama pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan dan keberlanjutan usaha. Dalam CSR komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi disertai dengan memperhatikan tanggung jawab perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Pemahaman terhadap dimensi ekonomi dalam CSR meliputi: tata-kelola perusahaan, perlindungan konsumen, dan etika investasi.¹⁰ Perusahaan harus dikelola dengan baik untuk memberikan keuntungan ekonomi kepada investor dan karyawan. Disisi lain perusahaan juga memiliki kewajiban kepada konsumen agar produk atau jasa yang dihasilkan sesuai yang dijanjikan kepada konsumen, dan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan.

⁹ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 142

¹⁰ *Ibid.*

Perpaduan antara motif keuntungan dan kewajiban terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan melalui CSR dapat meningkatkan citra perusahaan. Sekaligus menjadi bagian dari promosi perusahaan yang diharapkan perusahaan memperoleh keuntungan dengan meningkatnya pembelian oleh konsumen.

Hal ini akan mempengaruhi citra positif perusahaan yang akan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu bisnis. Keberhasilan suatu bisnis, ditentukan oleh kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan semata untuk warga bisnis itu sendiri.

b. Dimensi Lingkungan

Dimensi lingkungan perusahaan yang bertanggung jawab sosial didefinisikan sebagai kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produksi, menghilangkan emisi dan limbah.¹¹

Perusahaan dalam operasionalnya tidak dipisahkan dari lingkungan, baik dalam konteks lingkungan sebagai sumber daya penyedia bahan baku, maupun dalam konteks lingkungan sebagai obyek yang terkena dampak dari kegiatan ekonomi perusahaan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, melalui pengadaan program pengelolaan lingkungan, penanganan

¹¹ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, h. 149

limbah, melakukan reklamasi, dan melestarikan alam dan keragaman hayati.¹²

Dimensi lingkungan dalam CSR sejalan dengan perspektif al-Qur'an yang menyebutkan kerusakan lingkungan akibat perbuatan manusia, sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surah Ar-Ruum ayat 41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: *“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (kejalan yang benar)”* (QS. Ar-Ruum: 41)¹³

Berdasarkan ayat di atas, perusahaan secara etis bertanggung jawab dalam pemeliharaan lingkungan, menjaga ketersediaan sumber daya alam bagi generasi berikutnya. Peran perusahaan dalam konteks tanggung jawab terhadap lingkungan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Mengurangi Emisi

Kegiatan operasi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menghasilkan emisi langsung dan tidak langsung di atmosfer, dan

¹² Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 465

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sigma Examedia Arkanlima, 2009), h. 408

emisi tersebut dihasilkan dari penggunaan produk perusahaan atau dari kebiasaan pembelian dan konsumsi listrik. Emisi tersebut dapat mencakup berbagai polutan seperti timbal, merkuri, senyawa organik berubah sulfur dioksida, nitrat oksida, dan bahan lain yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan efek pada kesehatan manusia.

2) Mengurangi Limbah

Perusahaan yang kegiatan usahanya menghasilkan limbah cair dan padat, harus tergantung pada program-program untuk mengurangi limbah tersebut. Program program ini harus berdasarkan pada pengurangan sumber pemanfaatan kembali daur ulang pengolahan limbah dan pembuangan.

3) Efektif Penggunaan Kekuasaan

Perusahaan listrik mengonsumsi dan menjalankan operasi mereka dan jasa. Program yang fokus pada konsumsi daya yang efektif dapat mengurangi permintaan listrik di gedung-gedung di daerah. Seperti pemanasan, pendinginan, keringanan penggunaan bahan bakar yang efektif dan ketergantungan pada sumber bahan bakar alternatif.¹⁴

4) Pelestarian Air Bersih

Pelestarian air bersih yang seringkali dianggap sebagai kekayaan global. Menyediakan air minum murni dianggap sebagai

¹⁴ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)*.. h. 151

kebutuhan dasar kemanusiaan dan terdaftar sebagai salah satu dari hak-hak utama individu.¹⁵

Memahami kutipan di atas dapat dikemukakan bahwa tanggung jawab perusahaan dibidang lingkungan dapat diwujudkan dalam bentuk mengurangi emisi hasil operasional persahaan, mengurangi dampak limbah yang berbahaya bagi masyarakat, menggunakan energi secara efektif, dan pelestarian air bersih.

Tanggung jawab perusahaan terhadap pelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab mendasar perusahaan, mengingat perusahaan adalah lembaga yang mendapat izin untuk memanfaatkan dan mengeksploitasi lingkungan untuk kepentingan ekonomi. Dengan demikian, dilihat dari aspek etika, hukum dan sosial maka perusahaan memiliki tanggung jawab moral, hukum dan sosial dalam mengani dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan.

c. Dimensi Sosial

Perusahaan bukan hanya bertanggung jawab dalam memperoleh dan mempertahankan keuntungan, tetapi bertanggung jawab pula terhadap tata tertib hukum dan etika masyarakat. “tanggung jawab sosial berarti menjalankan sebuah bisnis yang memenuhi atau melampaui harapan etis dan legal yang dimiliki masyarakat terhadap bisnis itu.”¹⁶

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Patricia j. Persons, *Etika Public.*, h. 143

Dimensi sosial diartikan sebagai perusahaan yang harus berpartisipasi dalam mencapai kesejahteraan masyarakat, dan dalam memperbaiki serta merawat urusan karyawannya ini harus positif, merefleksikan peningkatan produktivitas mereka, mengembangkan kemampuan teknik mereka dan memberi mereka keamanan profesional dan pekerjaan selain kesehatan dan sosial.¹⁷

4. Tujuan dan Manfaat CSR

Perusahaan sebagai badan usaha yang memperoleh keuntungan dari masyarakat. Sehingga, harus memperhatikan hubungan baik dengan masyarakat yang ada disekitarnya. Tujuan *corporate social responsibility* (CSR) mengacu kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi satu tujuan sosial, dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis.¹⁸

Pada dasarnya dengan penerapan CSR ada banyak manfaat yang akan diterima perusahaan. Manfaat CSR diantaranya:

- a. Mempertahankan dan reputasi serta citra perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- h. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- i. Peluang mendapatkan penghargaan¹⁹

¹⁷ *Ibid.*, h. 149

¹⁸ K.Bertens, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kasinus, 2009), h. 297

¹⁹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis.*, h. 83

Mencermati uraian di atas dapat dipahami bahwa salah satu tujuan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah membangun citra positif perusahaan di kalangan masyarakat. Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan.

CSR juga bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hubungan antara perusahaan dengan masyarakat selaku *stakeholder* dan dengan pemerintah selaku regulator. Kontribusi yang diberikan perusahaan akan membuka peluang lebih luas kepada perusahaan untuk memasarkan produknya kepada masyarakat.

5. Indikator Keberhasilan CSR

Untuk melihat dan mengukur keberhasilan penerapan CSR pada suatu perusahaan ada beberapa indikator yang dapat kita jadikan acuan:

- a. Secara umum keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang dikandungnya yaitu turut menegakkan *social justice, sustainability dan equity*.
- b. Secara sosial, keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi dari hadapan *stakeholders*.
- c. Secara bisnis, keberhasilan CSR dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *Corporate Social Image*.
- d. Secara teknis, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.²⁰

Memahami kutipan di atas, parameter keberhasilan CSR dapat dilihat dari berbagai aspek, baik dari aspek etika, sosial, bisnis, maupun dari aspek teknis. Dari aspek etika CSR berdampak pada keseimbangan antar upaya memperoleh keuntungan dengan nilai-nilai etis yang berkembang di

²⁰ *Ibid.*, h. 85

masyarakat. Eksistensi perusahaan harus mampu mewujudkan tertib hukum dan etika di masyarakat, bukan sebaliknya. Operasional perusahaan tidak mengorbankan nilai-nilai yang tidak berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, produk yang dihasilkan perusahaan tidak boleh produk yang bertentangan dengan keyakinan agama, dan etika yang dipegang masyarakat.

Dilihat dari aspek sosial, keberhasilan CSR dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi di hadapan *stakeholder*. Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat.²¹ Dan masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* yang bertindak sebagai penilai sejauh mana perusahaan memiliki kepedulian terhadap permasalahan yang dihadapi, dan tindakan yang dilakukan perusahaan dalam mencegah dampak negatif dari operasionalisasi perusahaan.

Dilihat dari aspek bisnis, keberhasilan CSR terlihat dari meningkatnya harga saham perusahaan sebagai akibat peningkatan citra positif di masyarakat. CSR bukan hanya pengeluaran perusahaan dalam bentuk peran sosial saja, tetapi berdampak pada efek positif yang membangun citra terhadap kemampuan finansial.

²¹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 63

B. Citra Perusahaan

1. Pengertian Citra Perusahaan

Citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi. Citra atau *image* merupakan hasil evaluasi dari diri seseorang maupun suatu organisasi berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benak konsumen.²²

Perusahaan menurut rumusan pasal 1 tentang wajib daftar perusahaan, dikemukakan bahwa: “perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan yang bersifat tetap dan terus-menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba”.²³

Maka citra/nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.²⁴ Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting.

²² Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 228

²³ Totok Mardikanto, *CSR Corporate.*, h. 6

²⁴ Undang Ahmad Kamaludin, Dkk, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), h. 85

Contoh keputusan tersebut adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan.²⁵

Jadi secara umum, citra perusahaan adalah standar ukuran sebuah perusahaan atas kondisi yang dialami perusahaan dari awal didirikan hingga beroperasi dan memiliki nilai jual apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimumkan nilai perusahaan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

Citra perusahaan didefinisikan sebagai persepsi dari perusahaan yang melekat dalam ingatan pelanggan. Karena sebagai filter dari seluruh operasi perusahaan yang diharapkan, citra perusahaan mencerminkan reputasi dan prestise perusahaan secara keseluruhan.²⁶

Citra perusahaan tidak bisa direkayasa artinya citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang perusahaan tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapat citra perusahaan yang baik di mata konsumen. Citra perusahaan yang baik akan berdampak positif bagi perusahaan karena mampu memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggannya sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk menggunakan suatu produk/ jasa. Keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha memenuhi kebutuhan konsumen tidak hanya tergantung pada kualitas produk atau jasanya saja, tapi juga pada kepiawaian membangun citra perusahaan.

²⁵ Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan Building The Corporate Image*, (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004), h. 2

²⁶ Andrian Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 53

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh terhadap citra perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Citra dibangun berdasarkan orientasi terhadap manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan kelompok sasaran,
- b. Manfaat yang ditonjolkan cukup realistis,
- c. Citra yang ditonjolkan sesuai dengan kemampuan perusahaan,
- d. Citra yang ditonjolkan harus dimengerti kelompok sasaran,
- e. Citra yang ditonjolkan merupakan sarana, bukan tujuan usaha.²⁷

Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan oleh perusahaan untuk membangun citra yang baik bagi perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena citra baik tidak hanya dibutuhkan sebagai sarana untuk mendukung keberhasilan pemasaran produk. Citra baik juga diperlukan oleh anggota non-konsumen yang telah atau ingin mengadakan hubungan bisnis dengan perusahaan, karena citra baik perusahaan sangat menentukan laku tidaknya harga saham setiap perusahaan.

Selain faktor-faktor yang memengaruhi citra perusahaan, faktor pembentuk citra perusahaan juga diperlukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan citra positif perusahaan. Faktor-faktor pembentuk citra perusahaan sebagai berikut:

- a. *Advertising* adalah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan.
- b. *Public relation* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya.
- c. *Physical image* adalah bukti fisik yang dapat memberikan citra diri bagi perusahaan di mata konsumennya.
- d. *Actual experience* adalah pengalaman yang langsung dirasakan oleh pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.²⁸

²⁷ Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan Building The Corporate Image...* h.

²⁸ Andrian Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan...* h. 54

Untuk melihat dan mengukur citra suatu perusahaan ada beberapa indikator yang dapat kita jadikan acuan:

- a. Daya saing perusahaan dalam menjual produknya dengan harga premium dalam kurun waktu yang tidak sebentar
- b. Kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan staf kunci yang berkualitas
- c. Konsistensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan berupa rekomendasi positif dari publik
- d. Keberpihakan publik ketika terjadi masalah.²⁹

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau apa yang tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Etika bisnis kadang kala merujuk pada etika manajemen atau organisasi, yang secara sederhana membatasi kerangka acuannya pada konsepsi sebuah organisasi.

Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan etika di dalam Al-Qur'an adalah *khuluq*. Al-Quran juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: *kayr* (kebaikan), *bir* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetiaan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui), dan

²⁹ Muwafikcenter.lecture.ub.ac.id diunduh pada 30 november 2018

taqwa (ketaqwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai salihat dan tindakan yang tercela disebut sayyiat.³⁰

Dengan demikian etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang benar.³¹

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan yang dimaksud terefleksikan pada konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. Keadilan

Keadilan adalah suatu masalah yang sangat sulit diterapkan mudah dikatakan tetapi sulit dilaksanakan. Terutama dibidang ekonomi, dan hukum.³² Islam telah menetapkan nilai keadilan dalam semua aspek

³⁰ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 3.

³¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171

³² Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1995),

ekonomi Islam. Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain.³³ dalam melakukan bisnis yang baik harus seimbang dan adil, sehingga dalam berbisnis akan bermanfaat.

Islam dengan berpedoman pada Al-Qur'an mengajarkan manusia memiliki sikap dan perilaku yang adil dan seimbang baik dengan hubungan manusia maupun lingkungan. Keadilan tidak berarti kesamaan secara mutlak tetapi keadilan dalam menyamakan dua hal yang sama sesuai batas kesamaan dan kemiripan kondisi antara keduanya. Sikap sosial yang adil ditunjukkan oleh perilaku seseorang akan cenderung memanfaatkan atau mengambil keuntungan dari (kelemahan) orang lain.

Maka, dengan konsep keadilan dalam ekonomi berarti akan menepatkan hak sesuai dengan adanya, sehingga setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusinya masing-masing.

c. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu,

³³ Muhammad Syafi'i Antonia, *Bank Syariah Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 15

manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di mukabumi.

Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Tentu saja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.³⁴

d. Itikad baik

Menurut amin summa, itikad baik adalah “kemauan, maksud atau lebih tepatnya keyakinan yang baik untuk melakukan bisnis dan melakukan hal-hal yang bertalian dengan bisnis”. Menurut Ali Hasan, “kemauan menjadi modal utama berakhlak”

e. Pertanggung jawaban

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Menurut Al-Ghozali, konsep adil meliputi hal bukan hanya *equilibrium* tapi juga keadilan dan pemerataan. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Allah menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan manusia.

Pertanggungjawaban Islam adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.³⁵

³⁴ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis.*, h. 30

³⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis.*, h. 174

f. Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti termasuk jenis penelitian kualitatif lapangan (*field research*), yaitu: penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan statistik atau cara kuantifikasi lainnya.¹

Lokasi penelitian adalah CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) di Sido Binangun Kecamatan Way Seputih Lampung Tengah. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh CSR terhadap citra perusahaan CV GMPK.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan ini bersifat penelitian deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan yang terjadi di lapangan. Menurut Abdurrahmat Fathoni penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.² Sedangkan penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa,

¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), cet-1., h. 6

² Abdurrahmat Fhatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 97

aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan pemikiran orang secara individu maupun kelompok.³

Jadi penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu hanya semata-mata melakukan keadaan atau peristiwa tanpa untuk mengambil suatu kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Maka peneliti ini berupaya mendeskripsikan secara sistematis dan faktual pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) di Sido Binangun Kecamatan Way Seputih Lampung Tengah, didasarkan pada data-data yang terkumpul selama penelitian dan dituangkan dalam bentuk laporan atau uraian.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti untuk tujuan khusus tersebut.⁴ Dalam penelitian ini sumber data primer sebagai informan, yaitu pemilik, manajer, karyawan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Sido Binangun Way Seputih dan masyarakat sekitar perusahaan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau dalam bentuk dokumen sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.⁵ Sumber sekunder yang berasal dari dokumen dan Peraturan

³ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 60

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 137.

⁵ Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian.*, h. 102

Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Totok Mardikanto: *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Irham Fahmi: *Etika Bisnis (Teori, Kasus dan Solusi)*, Siswanto Sutojo: *Membangun Citra Perusahaan Building The Corporate Image* dan buku-buku lainnya yang relevan dengan penelitian ini, dan dokumen *Corporate Social Responsibility (CSR) CV Gunung Mas Putra Kencana*.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*interview*) adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh orang yang mewawancarai.⁶

Wawancara dalam penelitian ini merupakan alat pengumpul data utama. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara *semi structure interview*. Wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in dept interview*. Pelaksananya lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuannya adalah menemukan permasalahan secara lebih terbuka.⁷ Wawancara dalam pengumpulan data ini peneliti ajukan kepada pihak manager, karyawan CV Gunung Mas Putra kencana dan masyarakat sekitar perusahaan.

⁶ *Ibid.*, h. 105

⁷ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Isam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 208

2. Dokumentasi

Menurut Sugiono dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya peristiwa yang sudah berlalu.⁸ Dokumentasi sendiri adalah penyelidikan yang dilakukan terhadap bahan tertulis yang berkaitan dengan penelitian. Dalam hal ini penelitian mengumpulkan data dengan cara dokumentasi. Artinya, cara atau strategi penelitian yang dapat menggali informasi dan data-data terkait penelitian (berupa data CSR).

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data merupakan cara-cara yang dilakukan peneliti untuk mengukur derajat kepercayaan (*credibility*) dalam proses pengumpulan data penelitian.

Trianggulasi data adalah salah satu contoh pengukuran derajat kepercayaan yang bisa digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian. Trianggulasi data memanfaatkan sesuatu yang ada diluar data sebagai pembanding seperti:

1. Membandingkan data dari metode yang sama dengan sumber yang berbeda dengan memanfaatkan teori lain untuk memeriksa data dengan tujuan penjelasan banding.
2. Membandingkan sumber data yang sama dari observasi dengan data dari wawancara.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi dan memanfaatkan penelitian atau pengamatan lain untuk meluruskan dalam pengumpulan data.⁹

⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 240.

⁹ Zuhairi, et.al, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 40

Penelitian ini menggunakan metode yang pertama, yaitu membandingkan data dari metode yang sama dengan sumber yang berbeda. Dalam hal ini peneliti membandingkan data yang diperoleh dari pihak CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) dengan masyarakat sekitar perusahaan. Sehingga diketahui kesesuaian data dengan fakta yang ada di lapangan.

E. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistemisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.¹⁰ Analisis data kualitatif bersifat *interatif* (berkelanjutan) dan dikembangkan sepanjang program penelitian.¹¹

Metode kualitatif adalah prosedur penelitian data yang menghasilkan deskriptif yaitu sumber tertulis atau ungkapan dan tingkahlaku dari objek yang diobservasi.¹² Penelitian ini menggunakan kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada pokok masalah.

Selanjutnya untuk menganalisis data, peneliti menggunakan kualitatif dengan cara berfikir induktif. Analisis induktif yaitu prosedur yang prosesnya berawal dari proposisi khusus (sebagai hasil pengamatan) dan berakhir pada suatu kesimpulan.¹³ Dengan berfikir induktif, peneliti dapat menganalisa optimalisasi peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK) Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah.

¹⁰ W Gula, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Widia Sarana Indonesi, 2002), h. 123

¹¹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian.*, h. 191

¹² Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h.16

¹³ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Penelitian Research 1*, (Yogyakarta :Yayasan Penerbit Psikologi, UGM, 1984),h. 78.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

CV Gunung Mas Putra Kencana adalah perusahaan yang didirikan oleh bapak marno tepatnya pada tahun 1985. CV ini beralamat di Jl. Raya Lintas Timur Sumatera desa Sido Binangun kecamatan Way Seputih kabupaten Lampung Tengah.⁵⁹

CV Gunung Mas Putra Kencana bergerak dalam bidang pengolahan barang mentah menjadi barang setengah jadi. Produk yang dihasilkan oleh CV GMPK adalah tepung tapioka. Awal pendirian CV GMPK karena kebutuhan akan tepung tapioka terus meningkat. selain karena faktor permintaan tepung tapioka yang tinggi, pendirian perusahaan dipicu karena keuntungan yang dihasilkan cukup besar dan menjanjikan.⁶⁰

Seiring berkembangnya CV Gunung Mas Putra Kencana, keuangan perusahaanpun juga meningkat. Oleh sebab itu, bapak Marno semakin memperluas sayap perusahaan. Dengan menambah tenaga kerja dan mempercanggih peralatan perusahaan agar meningkatkan produktivitas perusahaan. Peralatan-peralatan tersebut adalah mesin oven dan juga membeli tanah untuk memperluas tempat usaha.⁶¹

Menginjak tahun 1998 CV Gunung Mas Putra Kencana menuju puncak kejayaannya. Oleh karena itu, perusahaan mulai menambah ide-ide terbaru

⁵⁹ Marno, *Pimpinan Perusahaan*, Dokumentasi, 27 Desember 2018

⁶⁰ Marno, *Pimpinan Perusahaan*, Wawancara, 27 Desember 2018

⁶¹ Marno, *Pimpinan Perusahaan*, Wawancara, 27 Desember 2018

salah satunya dengan inovasi dalam pemasaran. Sebelumnya perusahaan menjual produknya dengan sistem karungan yang dirasa kurang memiliki nilai jual tinggi. Kini dengan adanya sistem kemasan diharapkan dapat menarik perhatian konsumen, dan produknya juga terlihat berkualitas.⁶²

CV Gunung Mas Putra Kencana mempunyai beberapa visi dan misi. Visi CV Gunung Mas Putra Kencana adalah menjadi industri pangan berbasis tapioka yang berprinsip *green company*, bermoral, dapat mensejahterakan seluruh *stakeholder* (tim manajemen, karyawan, investor, petani, pembeli, dan masyarakat sekitar perusahaan), unggul dalam persaingan global, dan terus berinovasi tanpa henti demi kebaikan perusahaan.⁶³

Misi CV Gunung Mas Putra Kencana yang pertama menciptakan sistem kerja yang baik, efektif dan efisien dan terus mengalami perbaikan positif melalui sinergi yang baik antara petani, supplier, perusahaan, distributor, konsumen, pemerintah dan masyarakat. Kedua, pengelolaan perusahaan secara profesional dengan orientasi pada kualitas produk dan pelayanan terbaik pada konsumen. Ketiga, membangun kompensasi perusahaan yang inovatif dan senantiasa terus berjuang untuk unggul dalam persaingan global, serta mempunyai harga diri dan komitmen yang tinggi. Yang keempat, turut serta berperan aktif dalam kelestarian lingkungan sekitar perusahaan.⁶⁴

⁶² Marno, pimpinan perusahaan, dokumentasi, 27 desember 2018

⁶³ Marno, *Pimpinan Perusahaan*, Wawancara, 27 Desember 2018

⁶⁴ Marno, *Pimpinan Perusahaan*, Wawancara, 27 Desember 2018

B. Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)

CSR merupakan komitmen perusahaan dalam operasi bisnis terhadap tanggung jawab sosial yang diimplementasikan dalam bentuk kepedulian sosial terhadap karyawan, nasabah, maupun kepada masyarakat secara luas.⁶⁵ Tanggung jawab yang dimaksud adalah perusahaan harus memperluas lebih dari sekedar menggunakan sumber-sumber dayanya dan terlibat dalam aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungan. Lebih luas dan mendasar perusahaan harus berperilaku mengarah pada etika serta berkontribusi terhadap kehidupan bagi masyarakat.

Upaya membangun citra di mata masyarakat serta investor, salah satu strategi yang digunakan CV. GMPK (Gunung Mas Putra Kencana) adalah dengan menjalankan aktivitas CSR. Melalui aktivitas CSR CV. GMPK berupaya menunjukkan kepeduliannya yang diharapkan dapat menarik simpati masyarakat serta konsumen, sehingga dapat membentuk citra perusahaan yang nantinya akan membawa pada arah kemajuan dan sebagai wujud eksistensi perusahaan.

Peneliti melakukan wawancara kepada bapak Atik selaku manager di CV Gunung Mas Putra Kencana beliau menuturkan bahwa dalam aktivitas CV Gunung Mas Putra Kencana berdampak pada lingkungan sekitar perusahaan, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dimana dampak negatifnya limbah hasil produksi, limbah tersebut berupa limbah padat dan limbah cair

⁶⁵ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 81

yang mengandung bau asam serta suara berisik yang ditimbulkan dari mesin produksi. Untuk mengurangi dampak negatif, perusahaan mengolah limbah cair menjadi bio gas, dan limbah padatnya dijual kembali oleh perusahaan dalam bentuk ongkok kering. Sehingga diharapkan dapat mengurangi dampak negatif keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat.⁶⁶

Upaya yang dilakukan perusahaan terkait dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar yaitu dalam bentuk *corporate social responsibility*. CSR tersebut berupa sembako yang diberikan perusahaan menjelang hari raya, serta pemberian ongkok setiap seminggu sekali. Selain kepada masyarakat perusahaan juga melakukan kegiatan CSR kepada karyawan. Baik itu kepada tenaga kerja tetap maupun kepada tenaga kerja borongan. Kepada tenaga kerja tetap perusahaan memberikan tunjangan setiap menjelang hari raya idul fitri, dimana besarnya THR tersebut disesuaikan dengan masa kerja masing-masing karyawan. Sedangkan tenaga kerja borongan terdapat program magang, program magang tersebut tidak semua bisa mendapatkannya. Hanya mereka yang tekun dan berdedikasi tinggi terhadap pekerjaan, yang nantinya akan menjadi tenaga kerja siap pakai (karyawan tetap). Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan perusahaan untuk membangun citra baik di mata masyarakat sekitar, untuk meningkatkan semangat kerja karyawan, meminimalisir biaya (dengan pemanfaatan limbah perusahaan menjadi bio gas), serta perusahaan ingin melihat masyarakat sekitar

⁶⁶ Atik, *Manager Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

bisa merasakan ketentraman baik di bidang sosial maupun ekonomi khususnya.⁶⁷

Setelah perusahaan melakukan program-program CSR banyak hal yang didapat oleh perusahaan. Diantaranya, dukungan dari masyarakat terhadap kelangsungan hidup perusahaan sangat positif, karyawan lebih termotivasi untuk bekerja lebih baik, ketika dalam perusahaan terjadi masalah bukan hanya karyawan yang menyelesaikan masalah tersebut, tetapi masyarakat sekitar juga ikut andil dalam hal itu. Seperti saat ada mobil yang terguling, masyarakat juga ikut bergotong royong membereskannya.⁶⁸

Peneliti juga melakukan wawancara kepada karyawan CV Gunung Mas Putra Kencana yaitu bapak Takim. Beliau sudah bekerja di perusahaan selama 7 tahun, menurutnya tata kelola perusahaan sudah baik. Hal itu terlihat dari bagaimana perusahaan menyiapkan karyawan yang berkualitas untuk perusahaan. yaitu, dengan cara pemberian magang untuk perkerja borongan sebelum siap menjadimaryawan tetap. Sehingga dengan adanya karyawan yang berkualitas diharapkan produktivitas perusahaan terus meningkat. Yang akan berpengaruh pula terhadap gaji karyawan. Semakin tinggi produktivitas perusahaan, akan menghasilkan limbah yang banyak pula. Baik itu limbah padat, maupun limbah cair. Sehingga perusahaan berusaha mengurangi limbah tersebut dengan mengelolanya kembali. Limbah cair dikelola kembali oleh perusahaan menjadi bio gas, yang dnantinya bio gas tersebut digunakan oleh

⁶⁷ Atik, *Manager Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

⁶⁸ Atik, *Manager Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

perusahaan untuk kegiatan produksi. Sedangkan, limbah padat (onggok) dijual kembali menjadi onggok kering. Pendirian perusahaan di tengah-tengah masyarakat tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, melainkan perusahaan juga memperhatikan karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan yang terkena dampak dari aktivitas perusahaan. Kegiatan tersebut yaitu pemberian bantuan berupa sembako kepada masyarakat sekitar setiap menjelang hari raya, serta pembagian onggok setiap seminggu sekali. Kepada karyawan sendiri perusahaan memberikan THR. Dimana besarnya THR disesuaikan dengan masa kerja karyawan di perusahaan. Menurutnya dengan kegiatan-kegiatan tersebut kepercayaan karyawan terhadap perusahaan semakin baik. Dan berpengaruh terhadap semangat kerja karyawan.⁶⁹

Selanjutnya bapak Udin dan bapak Tarno, mereka sudah bekerja di CV Gunung Mas Putra Kencana selama dua tahun. Menurutnya program magang yang dilakukan perusahaan sangat bermanfaat bagi pekerja borongan. Karena mereka awalnya adalah pekerja borongan, namun karena kedisiplinan serta dedikasi yang tinggi terhadap pekerjaan. Mereka mendapatkan kesempatan tersebut dan akhirnya menjadi karyawan tetap di CV Gunung Mas Putra Kencana. Perusahaan juga mengelola limbah dengan sangat baik, tidak dibuang ke sembarang tempat. Tetapi dimanfaatkan kembali menjadi bio gas. Sedangkan limbah perusahaan berupa onggok sebagian di bagikan kepada masyarakat dan sebagian lagi dikeringkan dan dijual. Keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat sido binangun sangat berpengaruh bagi

⁶⁹ Takim, *Karyawan Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

kehidupan masyarakat. Baik dari segi pekerjaan dan bantuan yang sering diberikan perusahaan. perusahaan membagikan sembako kepada masyarakat sekitar setiap menjelang hari raya, kemudia perusahaan juga memberikan THR kepada karyawan. Dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut karyawan ikut menjaga kelestarian perusahaan agar tetap berjalan dengan baik.⁷⁰

Bapak Arif adalah karyawan CV Gunung Mas Putra Kencana. Menurut saya selama 10 tahun saya bekerja di perusahaan, baik pimpinan maupun karyawan selalu berupaya melakukan yang terbaik untuk perusahaan. Terlihat dari hasil produksi perusahaan setiap bulanya relatif stabil bahkan ketika musim panen singkong menjadi lebih banyak. Karena produksi tepung tapioka dipengaruhi oleh banyaknya singkong yang masuk ke perusahaan. Limbah hasil produksi juga dimanfaatkan kembali menjadi bio gas, dan pimpinan perusahaan juga tidak hanya mementingkan keuntungan untuk dirinya sendiri. Tetapi, juga memperhatikan karyawan dan masyarakat dengan bantuan sembako untuk masyarakat dan THR untuk karyawan. Dengan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan pandangan saya terhadap perusahaan semakin baik, dan menambah semangat saya untuk bekerja.⁷¹

Menurut bapak Yudi karyawan CV Gunung Mas Putra Kencana mengatakan bahwa perusahaan memang sudah dikelola dengan baik, tetapi terkadang ada lembur yang tiba-tiba. Sehingga saya harus membayar orang untuk mencari pakan ternak. Di sisi lain perusahaan memang sudah berusaha

⁷⁰ Udin, Tarno, *Karyawan Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

⁷¹ Arif, *Karyawan Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

meunjukkan itikad baiknya untuk lingkungan, yakni dari segi penanganan limbah, perusahaan tidak membuang limbah perusahaan di sembarang tempat. Tetapi memanfaatkannya kembali menjadi bahan bakar produksi. Selanjutnya di bidang sosial perusahaan memberikan sembako gratis kepada masyarakat yang terkena dampak dari aktivitas perusahaan. Dan memberikan THR untuk karyawan sesuai masa kerjanya. Jadi menurut saya dengan adanya kegiatan-kegiatan tersebut perusahaan terlihat sebagai perusahaan yang peduli terhadap keadaan sekitar. Bukan hanya mementingkan keuntungan perusahaan.⁷²

Peneliti juga melakukan wawancara kepada masyarakat sekitar perusahaan. Wawancara tersebut dilakukan kepada bapak Sugeng. Beliau telah tinggal di desa Sido Binangun selama 48 tahun. Menurut beliau tepung tapioka yang dihasilkan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana adalah tepung yang berkualitas baik. Dengan kualitas yang baik tersebut, masyarakat yang membeli tepung tidak merasa dirugikan. Selain kualitas yang baik, masyarakat yang membeli tepung oleh perusahaan sering diberikan bonus. Selain sering diberikan bonus, masyarakat sekitar perusahaan juga diberi jatah ongkok setiap seminggu sekali dan juga pemberian bantuan berupa sembako kepada masyarakat sekitar setiap menjelang hari raya. Dengan kegiatan-kegiatan tersebut menurutnya masyarakat sekitar juga dapat merasakan keberadaan perusahaan di tengah-tengah mereka. Limbah perusahaan juga tidak dibuang sembarangan, limbah tersebut diolah kembali oleh perusahaan untuk dijadikan bio gas. Sehingga dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan seperti

⁷² Yudi, *Karyawan Perusahaan*, Wawancara, 4 Januari 2019

bau yang berasal dari limbah perusahaan dan suara bising yang ditimbulkan oleh mesin produksi. Tertutupi oleh kebaikan perusahaan dengan bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada masyarakat seperti yang pernah diterima bapak Sugeng.⁷³

Hal yang sama juga dikemukakan oleh ibu Wasiem dan pak Tarno. Ibu Wasiem telah tinggal di desa Sido binangun sejak 42 tahun, sedangkan bapak tarno adalah suami ibu wasiem yang baru menetap di desa tersebut selama 25 tahun. menurutnya, tepung yang dijual perusahaan sudah sangat baik. Limbah perusahaan dimanfaatkan untuk bio gas, meski bio gasnya tidak disalurkan ke masyarakat tetapi yang terpenting limbah tersebut tidak dibuang sembarangan. Perusahaan juga bantuan-bantuan yang diberikan perusahaan sangat membantu mereka. Seperti pembagian sembako setiap menjelang hari raya, serta pembagian ongkok setiap seminggu sekali. Namun seringkali dalam pembagian ongkok, mereka tidak mendapatkan bagian. Hal tersebut dikarenakan pembagian ongkok tidak sama setiap minggunya dan tidak ada informasi sebelumnya, sehingga terkadang mereka sudah menjalankan aktivitasnya di kebun. Diharapkan nantinya perusahaan konsisten dengan hari dan waktu pembagian ongkok, sehingga masyarakat sekitar dapat mendapatkan bagiannya.⁷⁴

Ibu Siti adalah masyarakat sekitar perusahaan. beliau tinggal di desa sidobinangun ssejak 28 tahun. Menurutnya produk yang dihasilkan perusahaan

⁷³ Sugeng, *Masyarakat Sekitar Perusahaan*, Wawancara 5 Januari 2019

⁷⁴ Wasiem Dan Tarno, *Masyarakat Sekitar Perusahaan*, Wawancara 5 Januari 2019

sudah baik. Namun ketika masyarakat sekitar yang membeli, biasanya tidak dimasukan ke dalam kemasan yang bagus. Hanya menggunakan plastik biasa. Meskipun begitu perusahaan selalu memberikan bonus ketika masyarakat sekitar membeli. Limbah perusahaan juga tidak dibuang sembarangan, melainkan perusahaan membagikan limbah yang berupa onggok setiap seminggu sekali, onggok tersebut digunakan oleh ibu Siti sebagai tambahan pakan ternak. Hal lain yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kepeduliannya yaitu pemberian bantuan berupa sembako, sembako tersebut dibagikan setiap menjelang hari raya kepada masyarakat sekitar yang terkena dampak dari aktivitas produksi. Sembako tersebut biasanya berupa beras, gula, tepung tapioka, sirup dan makanan ringan. Dengan adanya program tersebut masyarakat merasa sangat terbantu dan menurutnya masyarakat juga berharap perusahaan bisa semakin maju.⁷⁵

Bapak Agus selaku masyarakat sekitar perusahaan, beliau menetap di desa sido binangun sejak 32 tahun. beliau menyatakan produk yang di jual perusahaan sudah baik. Hanya perlu perbaikan kemasan ketika masyarakat yang membeli. Selebihnya sudah baik, warnapun putih bersih. Perusahaan juga sering memberikan bantuan kepada masyarakat baik itu sembako setiap menjelang hari raya ataupun onggok setiap seminggu sekali. Karena bagi saya onggok tersebut bisa menjadi tambahan pakan ternak. Dulu ketika awal berdirinya perusahaan, antara perusahaan dengan masyarakat seperti ada

⁷⁵ Siti, *Masyarakat Sekitar Perusahaan*, Wawancara 5 Januari 2019

pemisah. Namun setelah adanya kegiatan-kegiatan tersebut antara kerjasama perusahaan semakin baik.⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, CV Gunung Mas Putra Kencana tidak hanya melakukan kegiatan untuk keuntungan perusahaan melainkan juga untuk keberlangsungan hidup masyarakat sekitar. Hal tersebut dibuktikan dengan kegiatan-kegiatan CSR yang dijalankan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana. Kegiatan tersebut ditujukan kepada karyawan dan masyarakat sekitar.

Hal tersebut dimaksudkan agar terjalin hubungan yang baik. Baik antara perusahaan dengan karyawan maupun perusahaan dengan masyarakat sekitar. Berdasarkan pemaparan manager CV GMPK faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan kegiatan CSR sebagai berikut:

1. Untuk membangun citra baik perusahaan di mata karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan
2. Meminimalisir biaya produksi, yaitu dengan pemanfaatan limbah cair perusahaan menjadi bio gas
3. Untuk meningkatkan semangat kerja karyawan
4. Perusahaan ingin melihat masyarakat sekitar bisa merasakan ketentraman. Baik di bidang sosial maupun ekonomi khususnya.

⁷⁶ Agus, *Masyarakat Sekitar Perusahaan*, Wawancara 5 Januari 2019

Kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana terhadap masyarakat dan karyawan. CSR yang ditujukan untuk masyarakat berupa bantuan sembako setiap menjelang hari raya serta pemberian ongkok setiap seminggu sekali. tetapi dalam pembagian ongkok, seringkali ada masyarakat yang tidak kebagian. Hal tersebut dikarenakan waktu pembagian ongkok setiap minggunya tidak tetap. Oleh karena itu yang diharapkan masyarakat adalah ketepatan waktu, sehingga tidak ada masyarakat yang merasa dirugikan.

Selain kepada masyarakat, perusahaan juga melakukan kegiatan CSR kepada karyawan. Baik itu kepada tenaga kerja tetap maupun kepada tenaga kerja borongan. Kepada tenaga kerja tetap perusahaan memberikan tunjangan setiap menjelang hari raya idul fitri, dimana besarnya THR tersebut disesuaikan dengan masa kerja masing-masing karyawan. Sedangkan tenaga kerja borongan terdapat program magang, program magang tersebut tidak semua bisa mendapatkannya. Hanya mereka yang tekun dan berdedikasi tinggi terhadap pekerjaan, yang nantinya akan menjadi tenaga kerja siap pakai (karyawan tetap).

Melalui kegiatan CSR tersebut dampak positif yang diperoleh CV Gunung Mas Putra Kencana adalah dukungan dari masyarakat terhadap kelangsungan hidup perusahaan sangat positif, karyawan lebih termotivasi untuk bekerja lebih baik, pandangan masyarakat dan karyawan terhadap perusahaan menjadi lebih baik, serta ketika perusahaan terjadi masalah baik dan karyawan maupun masyarakat juga ikut membantu.

Jadi, dapat peneliti simpulkan dari hasil wawancara dengan manager, karyawan dan masyarakat sekitar CV Gunung Mas Putra Kencana. Bahwa, antara teori indikator citra perusahaan yang terdiri dari Daya saing perusahaan dalam menjual produknya dengan harga premium pada kurun waktu yang tidak sebentar, kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan, konsisitensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan positif dari publik, dan keberpihakan publik ketika terjadi masalah. Dari ke-empat indikator tersebut CV Gunung Mas Putra Kencana telah memenuhi tiga indikator. Yakni kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan, konsisitensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan positif dari publik, dan keberpihakan publik ketika terjadi masalah..

Berdasarkan 3 pemenuhan indikator citra perusahaan, maka program-program CSR yang dijalankan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana dapat mempengaruhi citra perusahaan.

C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)

Etika bisnis dalam pandangan Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada Al-qur'an dan sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Etika bisnis Islam sudah diajarkan oleh Nabi saat menjalankan perdagangan dituntut untuk memiliki empat sifat yaitu *shidiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fatonah*. Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *corporate social responsibility* para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut untuk tidak bersikap kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam

bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.⁷⁷

Ajaran etika dalam islam pada prinsipnya setiap manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, kepada manusia dan lingkungan alam sekitarnya, dan kepada Tuhan selaku penciptan-Nya. Oleh karena itu, untuk dapat berbuat baik kepada semuanya, manusia selain diberi kebebasan, hendaknya memperhatikan keesaan tuhan (tauhid), prinsip keseimbangan (*balance*), tanggung jawab, itikad baik, kejujuran dan keadilan.

Kaitanya dengan CSR ialah para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis dengan baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

Kegiatan CSR yang dijalankan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana merupakan perpaduan aspek ekonomi dan sosial. sebagai perusahaan yang berada di tengah-tengah masyarakat. CV Gunung Mas Putra Kencana tidak hanya mementingkan dirinya sendiri, tetapi juga mementingkan kehidupan lingkungan sekitar. Hal itu dibuktikan dengan kegiatan-kegiatan CSR yang dijalankan oleh perusahaan.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Manager CV Gunung Mas Putra Kencana faktor pendorong perusahaan melakukan kegiatan CSR salah

⁷⁷ Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori Kasus Dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013, h. 18

satunya adalah untuk menekan biaya produksi melalui pemanfaatan limbah menjadi bio gas. Serta perusahaan ingin melihat masyarakat sekitar bisa merasakan ketentraman baik di bidang sosial maupun ekonomi khususnya. Kegiatan tersebut tidak hanya diberikan masyarakat sekitar, tetapi juga kepada karyawan perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan tersebut, khususnya CSR yang berkaitan dengan program magang kepada karyawan. Perusahaan memberikan kesempatan yang sama kepada semua pekerja borongan. Tetapi perusahaan hanya memilih pekerja yang sesuai dengan kriteria perusahaan. Yakni, berdedikasi tinggi terhadap pekerjaan yang dilakukan. Diharapkan pekerja tersebut dapat menjadi karyawan yang berkualitas dan dapat meningkatkan produktifitas perusahaan.

Dengan meningkatnya produktifitas perusahaan, akan berdampak pada peningkatan limbah perusahaan. Baik itu limbah cair maupun padat, perusahaan tidak hanya berdiam diri dengan peningkatan limbah tersebut. Melainkan perusahaan memanfaatkan limbah cair menjadi bio gas, bio gas tersebut digunakan perusahaan sebagai bahan bakar untuk memproduksi tepung tapioka. Selanjutnya limbah sebagian diberikan kepada masyarakat sekitar setiap seminggu sekali. dan sebagian lagi dikeringkan untuk dijual kembali.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh CV Gunung Mas Putra Kencana telah sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Yaitu kesatuan, keadilan, kehendak bebas, bertanggung jawab, serta kejujuran. Perusahaan tidak hanya mementingkan

kepentingan individu melainkan perusahaan juga memperhatikan kepentingan kolektif. Yakni dengan melakukan kegiatan CSR.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan pada CV Gunung Mas Putra Kencana kecamatan way seputih kabupaten lampung tengah, peneliti menyimpulkan bahwa program *corporate social responsibility* CV Gunung Mas Putra Kencana berpengaruh terhadap citra perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari tercapainya tercapainya indikator citra perusahaan pada CV Gunung Mas Putra Kencana. Yaitu, kesanggupan perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan staff kunci yang berkualitas, konsistensi perusahaan dalam mendapatkan dukungan berupa rekomendasi positif dari publik, dan keberpihakan publik ketika terjadi masalah.

Etika bisnis Islam adalah penerapan prinsip-prinsip Islam yang bersumber pada Al-Quran dan sunnah nabi dalam dunia bisnis. Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada CV Gunung Mas Putra Kencana sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam karena CV Gunung Mas Putra Kencana menerapkan beberapa prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kesatuan, keadilan, kehendak bebas, bertanggung jawab, serta kejujuran.

B. Saran

1. Implementasi *corporate social responsibility* CV Gunung Mas Putra Kencana Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah dalam bidal sosial sebaiknya bukan hanya diberikan dalam bentuk uang tunai dan

sembako. Tetapi juga diberikan dalam bentuk bantuan beasiswa dan lain-lain.

2. Dalam pelaksanaannya perusahaan diharapkan membentuk staff khusus untuk mengelola CSR agar dalam pengelolaannya dapat mencapai hasil yang maksimal.
3. Masyarakat sekitar CV Gunung Mas Putra Kencana ikut berpartisipasi dengan perusahaan dengan mendukung program *corporate social responsibility*, membentuk kelompok untuk memanfaatkan ampas sisa produksi agar bisa diolah lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fhatoni. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ali Hasan. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andrian Sudarso. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aulia Safitri, *Optimalisasi Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Perusahaan Bumi Waras (BW)*,
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Buchari Alma dan Donni Junni Priansa. 2008. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Burhan Ashafa. 2004. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Agama RI. 2008. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT Sigma Examedia Arkanlima.
- Heriyanto. 2016. Skripsi: *Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi Kasus PT. Tambak Seribu Trluk pandan Pesawaran)*. Metro: STAIN Jurai Siwo Metro.
- Ibrahim Lubis. 1995. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Irham Fahmi. 2014. *Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Jusmaliani, dkk. 2008. *Bisnis Berbassis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- K.Bertens, *Etika Bisnis*. 2009. Yogyakarta: Kasinus.
- L. Sinour Yosephus. 2010. *Etika Bisnis: Pendekatan, Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lexy J. Moleong. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Muhammad Syafi'i Antonia. 2001. *Bank Syariah Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Mustaq Ahmad. 2003. *Etika Bisis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- Muwafikcenter.lecture.ub.ac.id diunduh pada 30 november 2018
- Nana Herdiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2007. *Metode Penitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patria J. Person, 2007. *Etika Public Relations*. Jakarta: Gelora Aksara.
- Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2
- Rafik Issa Beekum. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siswanto Sutojo. 2004. *Membangun Citra Perusahaan Building The Corporate Image*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Sri Linda Wati, *Evaluasi kinerja program Corporate Social Responsibility (CSR) pada rumah sakit kota Metro*, Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Metro.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno Hadi. 1984. *Metodelogi Penelitian Research 1*. Yogyakarta :Yayasan Penerbit Psikologi, UGM.
- Totok Mardikanto. 2018. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta.
- Undang Ahmad Kamaludin, dkk. 2010. *Etika Manajemen Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi Pasal 11 ayat (3) huruf p.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal

74

W Gula. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: Widia Sarana Indonesia.

Zuhairi, et. all., 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*. Jakarta:
Rajawali Pers.

ALAT PENGUMPUL DATA
PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus pada CV Gunung Mas Putra Kencana Kecamatan Way
Seputih Kabupaten Lampung Tengah)

A. Wawancara

1. Wawancara dengan manager CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)
 - a. Bagaimana sejarah didirikannya CV Gunung Mas Putra Kencana?
 - b. Limbah apa sajakah yang dihasilkan dari CV Gunung Mas Putra Kencana?
 - c. Bagaimanakah penanganan limbahnya?
 - d. Adakah upaya-upaya yang dilakukan perusahaan terkait dengan kepedulian terhadap masyarakat sekitar?
 - e. Selain kepada masyarakat, kepada siapakah bantuan itu diberikan?
 - f. Dalam bentuk apakah CSR yang diberikan perusahaan kepada karyawan?
 - g. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi perusahaan melakukan kegiatan CSR?
 - h. Apa saja dampak yang dirasakan perusahaan setelah menjalankan CSR?
 - i. Bagaimana tanggapan masyarakat setelah perusahaan melaksanakan kegiatan CSR?

2. Wawancara dengan karyawan CV Gunung Mas Putra Kencana
 - a. Sudah berapa lamakah bapak atau ibu bekerja di CV Gunung Mas Putra Kencana?
 - b. Bagaimanakah tata kelola perusahaan?
 - c. Bagaimanakah kontribusi perusahaan terhadap penanganan limbah produksi?
 - d. Kegiatan sosial apakah yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat?
 - e. Bagaimanakah pandangan bapak/ibu terhadap perusahaan setelah pelaksanaan kegiatan CSR?
3. Wawancara dengan masyarakat sekitar CV Gunung Mas Putra Kencana
 - a. Barapa lama bapak/ibu tinggal di desa Sido Binangun?
 - b. Apakah produk yang dihasilkan CV GMPK memiliki kualitas yang baik?
 - c. Bagaimanakah kontribusi perusahaan terhadap penanganan limbah produksi?
 - d. Kegiatan sosial apakah yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat?
 - e. Bagaimanakah pandangan bapak/ibu terhadap perusahaan setelah pelaksanaan kegiatan CSR?

B. Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya CV Gunung Mas Putra Kencana
2. Struktur organisasi CV Gunung Mas Putra Kencana
3. Visi dan misi CV Gunung Mas Putra Kencana
4. Dokumentasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) CV Gunung Mas Putra Kencana

Metro. November 2018

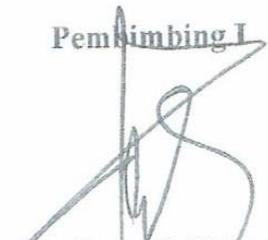
Peneliti



Rani Rahayu
NPM. 14119124

Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 109903 1 003

Pembimbing II



Sainul, SH, MA
NIP. 19680706 20003 1 004

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi pada CV Gunung Mas Putra Kencana Kecamatan Way Seputih
Kabupaten Lampung Tengah)**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. *Corporate Social Responsibility* (CSR)
 - 1. Pengertian CSR
 - 2. Dasar Hukum CSR
 - 3. Dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR)
 - 4. Tujuan dan Manfaat CSR
 - 5. Indikator Keberhasilan CSR
-

B. Citra Perusahaan

1. Pengertian Citra Perusahaan
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data Primer dan Sekunder

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Keabsahan Data

E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi wilayah penelitian

B. Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)

C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan CV Gunung Mas Putra Kencana (GMPK)

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. Penutup

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

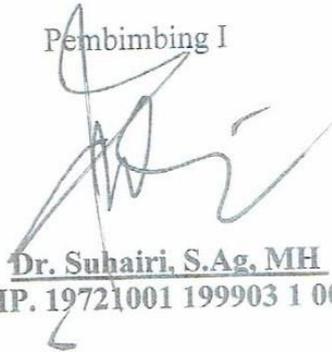
Metro. Oktober 2018

Peneliti



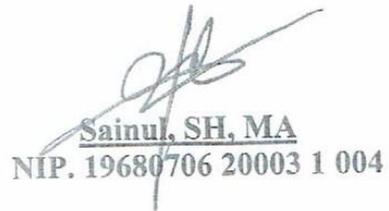
RANI RAHAYU
NPM. 14119124

Pembimbing I



Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Pembimbing II



Sainul, SH, MA
NIP. 19680706 20003 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

**IAIN
METRO**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-120/In.28/S/OT.01/01/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14119124.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar pdapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 14 Januari 2019
Kepala Perpustakaan



[Signature]
Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001 7



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2730/ln.28/D.1/TL.01/12/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

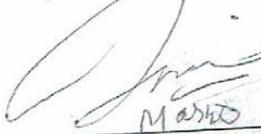
Nama : RANI RAHAYU
 NPM : 14119124
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syariah

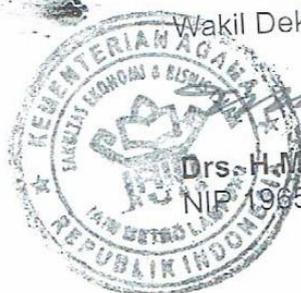
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di CV Gunung Mas Putra Kencana Kec. Way Seputih, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA CV GUNUNG MAS PUTRA KENCANA KECAMATAN WAY SEPUTIH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 03 Desember 2018

Mengetahui,
 Pejabat Setempat


 Masdu



Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA

NIP. 19650111 199303 1 0014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 2731/In.28/D.1/TL.00/12/2018
 Lampiran : -
 Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
 Pimpinan CV Gunung Mas Putra
 Kencana Kec. Way Seputih
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2730/In.28/D.1/TL.01/12/2018,
 tanggal 03 Desember 2018 atas nama saudara:

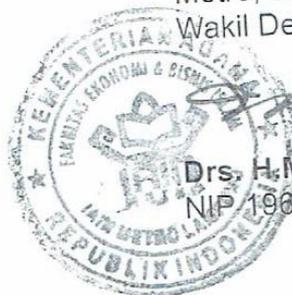
Nama : **RANI RAHAYU**
 NPM : 14119124
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di CV Gunung Mas Putra Kencana Kec. Way Seputih, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA CV GUNUNG MAS PUTRA KENCANA KECAMATAN WAY SEPUTIH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Desember 2018
 Wakil Dekan I,

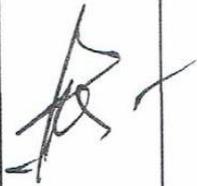


[Handwritten Signature]
 Drs. H.M. Saleh MA
 NIP. 19650111 199303 1 0011

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
 NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
 Semester/TA : X/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 20/5-19	✓	- App Bab 14-15 - Buat Abstrak ✓ Motto	

Dosen Pembimbing I



Dr. Suhairi, S.Ag., MH

NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,



Rani Rahayu

NPM. 14119124

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

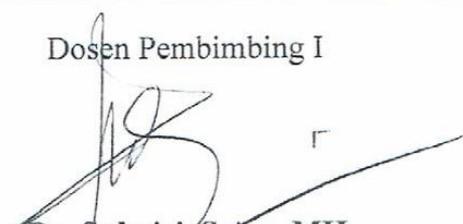
Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : X/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 17/1/19	✓	<ul style="list-style-type: none"> - Masalah banyak terdapat kesalahan dalam penulisan - Perlu diarahkan pengisian data wawancara, pedoman KPD - Dalam analisis yang terbelah. Paper dan faktor lapangan baru dikaitkan dikomparasi dengan lain. - Simpulan harus diteliti dan faktor & argumentasi 	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,


Dr. Suhairi, S.Ag., MH
 NIP. 19721001 199903 1 003


Rani Rahayu
 NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 14/11-19	✓	- Setrap kant. p.m.w Agar Diberi p.m.w. - Sub B, hotel p.m.w Dipilih by the op. Adya Dhalapan Gru karyawati ten. - Adhisi, tenent Sub C, Dhalapan Dhalapan ten.	

Dosen Pembimbing 1,

Mahasiswa Ybs,

Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 9/11/18	✓	<ul style="list-style-type: none">- Kesalahan² penulisan & teknis penulisan yang tidak tepat diperbaiki.- Sub B singkat paparan data lapangan apa saja yang sudah dikemas? dan APD- Data lapangan diakhir dan tinggi ET	

Dosen Pembimbing 1,

Mahasiswa Ybs,

Rani Rahayu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	<p>Bab IV</p> <ul style="list-style-type: none">- APD sudah digunakan dan dijawab- Survey lapangan 4x Lb. 11x Bab III 3x <p>Bab V, terdapat 2 alinea</p> <p>alinea 1 jawaban pertanyaan peneliti 1</p> <p>alinea 2 jawaban pertanyaan peneliti 2</p> <p>Bab IV dan V : Ade</p> <p>untuk di lanjut ke bab 1.</p>	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004

Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	 2/1-19	✓	Agg APP	

Dosen Pembimbing 1,



Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,



Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 27-10 18	✓	perlu APD Sisi Capor. Pemer. CSC, dkr 3 dia. ini mudi. blr Pemer. & pabr Pemer. peneliti	

Dosen Pembimbing 1,

Dr. Suhairi, S.Ag, MH

NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

Rani Rahayu

NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 6/12-18	✓	Pertaha. APD Sesuai latar	

Dosen Pembimbing 1,

Mahasiswa Ybs,

Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama :Rani Rahayu
NPM :14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		V		

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,


Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004


Rani Rahayu

NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hai Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 28/11/18	✓	Ada Bab I-III Dilanjutkan penyusunan suara APD, konsul ke Pem- bimbing 2 setelah Dulu	

Dosen Pembimbing 1,


Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,


Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing i	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 14/10/18	✓	- Kalimat asing lebih banyak - Dasar hukum CSO2 misal, Google Lga UU, PP D. penerapan materi - Materi D. referensi Dr. Lantini Teo R. Polay / D. H. H.	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 9721001 199903 1 003

Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing 1	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 8/10/18	✓	- Perbaikan kesalahan? penulisan. Masih ditemukan banyak kesalahan? Dalam penulisan. Baca, coba & perbaiki.	

Dosen Pembimbing 1,

Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 01 Nov 2018	✓	Bab I-IV	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Sainul, SH, MA
NIP. 19680706 200003 1 004

Rani Rahayu
NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu/ 31/2018 /10	✓	Bab I. Revisi kalimat kata & sederhanakan, bunyi kata? Bunyi huruf & kurung/ tilde/ kurva. CSR (kul +) bunyi akhir di masing-masing lebih terdapat Mulya sy tajwab perusahaan. Bab II. Perly program. Prinsip? ESY is sy Gndil? als handid	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Sainul SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004

Rani Rahayu

NPM. 14119124



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 12A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Rahayu
NPM : 14119124

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ESY
semester : IX/2018

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/ 30/2018 10	✓	Buat line skripsi BAB untuk di lanjutkan ke bab. 1.	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Sainul, SH, MA
NIP. 19680706 200003 1 004

Rani Rahayu
NPM. 14119124

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara Dengan Bapak Marno Selaku Pemilik Perusahaan





Foto Dengan Karyawan CV Gunung Mas Putra Kencana



Wawancara Dengan Bapak Sugeng



Wawancara Dengan Ibu Wasiem



Wawancara Dengan Ibu Siti

RIWAYAT HIDUP



Rani rahayu dilahirkan di sri budaya kec. Way seputih kab. Lampung tengah. Pada tanggal 16 mei 1996, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara pasangan suami istri bapak Sunoto dan ibu Sudarti.

Pendidikan dasar peneliti di tempuh di SDN 01 Sri Budaya selesai pada tahun 2008, kemudian melanjutkan di Madrasah Tsanawiyah di MTS Darussalam Seputih Banyak dan selesai pada tahun 2011. Sedangkan pendidikan menengah atas melanjutkan di MA. Darussalam Seputih Banyak selesai pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Lampung jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam dimulai pada semester 1 TA.2014/2015 hingga sekarang.