

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan pembangunan perekonomian suatu negara tidak dapat terlepas dari lembaga keuangan, karena lembaga keuangan memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, termasuk bank syariah yang semakin mendapatkan sorotan publik.¹ Perkembangan bank syariah yang semakin pesat memiliki tantangan terbesarnya yaitu mempertahankan citra dan nama baik atau reputasinya dimata nasabah agar tetap menjaga kepercayaan serta loyalitas nasabah kepada bank syariah.²

Seperti yang pernah terjadi pada salah satu bank di Indonesia, dimana pernah terjadi pelanggaran oleh Bank BTN yang mengalami kasus penggelapan dana dan pemalsuan surat yang dilakukan oleh oknum *eks* pegawainya sehingga pihak bank mengambil tindakan hukum dan memberhentikan pegawai tersebut secara tidak hormat.³ Selain itu, juga BSI (Bank Syariah Indonesia) pernah mengalami serangan *cyber* yang mengakibatkan hampir semua layanan terganggu.⁴ Dari fenomena yang terjadi pada beberapa bank di Indonesia ini, reputasi bank dapat menurun jika perusahaan tidak mengambil langkah tegas

¹ M. Benyamin Akhtar Ali. "Analisis Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia." *Angewandte Chemie International Edition*. 6(11). 951–952. 3. no. 1 (2018): 10–27.

² Mutia Hasanah. "Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Bank Syariah." 2018.

³ Hasil Temuan Ombudsman atas Laporan Raibnya Dana Nasabah di BTN, dikutip dari <https://money.kompas.com/read/2024/05/09/111400326/hasil-temuan-ombudsman-atas-laporan-raibnya-dana-nasabah-di-btn?page=all>

⁴ Belajar dari Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI), dikutip dari <https://infobanknews.com/belajar-dari-kasus-bank-syariah-indonesia-bsi/>

untuk menghadapi suatu masalah. Perusahaan harus bijak dalam mengelola risiko yang ada, serta bertanggung jawab dalam menghadapi permasalahan, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Jika tidak, kepercayaan nasabah bisa menurun, dan reputasi perusahaan dapat terancam kapan saja.

Dalam sistem hukum di Indonesia, kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur dalam beberapa regulasi. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) menyatakan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan TJSL (Pasal 74 ayat 1).⁵ Ketentuan ini bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usahanya. Lebih lanjut, Pasal 74 ayat (3) UUPT menegaskan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁶

Selain UUPT, kewajiban CSR juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang mengharuskan direksi perusahaan menyusun program CSR dalam rencana kerja tahunan mereka (Pasal 5 ayat 1).⁷ Namun, regulasi ini masih belum memberikan sanksi yang tegas bagi perusahaan yang tidak menjalankan CSR. Sanksi administratif baru secara eksplisit disebutkan dalam

⁵ Indonesia. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106.

⁶ Ibid. (Pasal 74 ayat 3).

⁷ Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 89.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, di mana perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban CSR dapat dikenai peringatan tertulis, pembatasan hingga pencabutan kegiatan usaha (Pasal 34 ayat 1).⁸

Meskipun berbagai regulasi telah mengatur kewajiban pelaksanaan CSR, beberapa penelitian menyoroti masih adanya kelemahan dalam penerapan sanksi bagi perusahaan yang tidak menjalankannya.⁹ Ketidakjelasan mengenai sanksi konkret bagi pelanggar kewajiban CSR dapat mengakibatkan lemahnya kepatuhan dari pelaku usaha.¹⁰ Oleh karena itu, diperlukan penegakan hukum yang lebih ketat serta pengaturan sanksi yang lebih spesifik untuk memastikan bahwa perusahaan benar-benar menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya secara efektif.

Tingginya jumlah penduduk muslim di Indonesia, Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencatat, jumlah penduduk Indonesia mencapai 280,73 juta jiwa hingga akhir tahun 2023, diantaranya terdapat 244,41 juta jiwa beragama islam.¹¹ Sejalan dengan data tersebut maka semakin tinggi pula keinginan penduduk mendapatkan pelayanan perbankan yang sesuai ajaran Islam.¹²

⁸ Indonesia. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67.

⁹ Hukum Online. (2023). *Kewajiban CSR Perusahaan dalam Regulasi Indonesia*. Diakses dari <https://rca.hukumonline.com/insights/kewajiban-csr-perusahaan>

¹⁰ Tempo. (2023). *Regulasi Pelaksanaan CSR bagi Perusahaan, Apa Sanksinya Jika Tidak Dilaksanakan?* Diakses dari <https://www.tempo.co/ekonomi/regulasi-pelaksanaan-csr-bagi-perusahaan-apa-sanksi-jika-tak-melaksanakan--349969>

¹¹ Rizaty, Monavia Ayu. "Data Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama pada 2023." DataIndonesia.id. 2024

¹² Unes Review. (2023). *Urgensi Pengaturan Sanksi bagi Perusahaan yang Tidak Melaksanakan CSR*. Diakses dari <https://review-unes.com/index.php/law/article/download/1305/1023/>

Saat ini persaingan dalam industri perbankan syariah sangatlah ketat. Berdasarkan data pada Statistik Perbankan Syariah, perkembangan bank syariah di tahun 2021 mencapai 12 BUS, 21 UUS, dan 164 BPRS dengan total 197 institusi dan jaringan kantor sebanyak 3.138. Pada tahun 2022 mencapai 13 BUS, 20 UUS, dan 167 BPRS dengan total 200 institusi dan jaringan kantor sebanyak 3.113. Serta pada tahun 2023 mencapai 13 BUS, 20 UUS, dan 173 BPRS dengan total 206 institusi dan jaringan kantor sebanyak 3.073.¹³ Sejalan dengan perkembangan bank syariah tersebut, untuk memenuhi harapan pelanggannya maka haruslah memiliki kredibilitas yang tinggi agar reputasi yang dimiliki bank syariah juga tinggi.

Reputasi bank tidak hanya mempengaruhi kepercayaan nasabah tetapi juga berdampak pada keberlanjutan dan pertumbuhan bank tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi reputasi Perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi salah satu komponen penting yang dapat memperkuat reputasi Perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu usaha yang harus dilakukan oleh Perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memberdayakan masyarakat dan lingkungan sosialnya.¹⁴

Penerapan CSR menunjukkan tanggung jawab suatu Perusahaan terhadap lingkungan sosial dan tempat beroperasinya perusahaan tersebut. Hal

¹³ Statistik Perbankan Syariah tahun 2021, 2022, dan 2023 <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>

¹⁴ Aulia Nofriantari and Erwin Saraswati. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Pada Reputasi Perusahaan (Studi Pada Perbankan Di Indonesia)." Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2018. 3.

ini menunjukkan bahwa, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial di mana Perusahaan bukan hanya berfokus untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga perlu memperhatikan lingkungan sosial dan juga lingkungan fisik di sekitar perusahaan agar tidak menimbulkan pengaruh negatif pada lingkungan sosial dan fisik tempat dilaksanakannya kegiatan operasi perusahaan. Dengan menerapkan CSR, persepsi dari *stakeholder* terhadap perusahaan dapat menjadi lebih baik.¹⁵

Dalam dunia perbankan syariah, reputasi bank menjadi salah satu aset terpenting yang mempengaruhi kepercayaan nasabah dan investor. Selain itu, reputasi juga menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu bank tersebut layak untuk dijadikan mitra kerjasama dimana reputasi memegang peran yang sangat penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank dengan nasabah.¹⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mirnawati (2017) yaitu tentang pengaruh konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap reputasi Perusahaan (studi kasus pada PT Bank Sulselbar Cabang Masamba) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap reputasi PT Bank Sulselbar Cabang Masamba.¹⁷ Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Intan Felenita (2017) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap reputasi

¹⁵ Robert Jao et al. "Peran *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap *Stock Return*." Jurnal Akuntansi Dan Keuangan 08. no. 01 (2023): 14–29.

¹⁶ Muhlis and Ainur Hasanah. "Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia." ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab 4. no. 1 (2023): 28–38.

¹⁷ Mirnawati. "Pengaruh Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Masamba)." Universitas Muhammadiyah Makassar. 2017.

Bank Syariah Mandiri Surabaya, Reputasi Perusahaan berdampak signifikan terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya.¹⁸

Dalam mengembangkan penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap reputasi pada Bank Umum Syariah Periode 2021-2023, peneliti dapat merujuk pada literatur ilmiah, jurnal akademis, buku teks, dan riset terkait yang telah dilakukan dalam bidang ini. Referensi yang relevan dapat mencakup studi kasus tentang penerapan CSR di sektor perbankan syariah, serta penelitian tentang pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dalam bentuk karya ilmiah dengan judul skripsi “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2021-2023**”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi pada Bank Umum Syariah periode tahun 2021-2023?

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka dirasa perlu dilakukan pembatasan masalah agar dalam pengkajian yang

¹⁸ Intan Felenita and Tatik Suryani, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Dampaknya Pada Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya,” *Artikel Ilmiah*, 2017, 1–17.

dilakukan lebih terfokus kepada masalah-masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian ini menitikberatkan pada Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2021-2023.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi pada Bank Umum Syariah periode tahun 2021-2023.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang kinerja suatu Lembaga keuangan.

2. Bagi Bank Umum Syariah (BUS)

Sebagai bahan evaluasi bagi Bank Umum Syariah serta bahan pertimbangan untuk *stakeholder*.

3. Bagi Pihak Lain

Peneliti berharap dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi bagi peneliti lain dengan pembahasan yang serupa.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Adapun rencana sistematika penulisan dari awal hingga akhir kesimpulan adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisi mengenai: Kajian Teoritis, Penelitian Terdahulu, Kerangka Teoritis, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai: Jenis Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai analisis data dengan mengkomparasikan antara landasan teori dan hasil penelitian (data), yang dimana meliputi: Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi pada Bank Umum Syariah periode tahun 2021-2023.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran terkait pembahasan yang sudah dipaparkan.