MEDIA MANAJEMEN JASA

Management Service Media

MAP	Volume I	Nomor 2	Halaman 1 – 154	Jakarta, Januari 2015	ISSN 2356 - 0304

**PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN
PENGEMBANGAN KARIER SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. SOLUSINDO
MITRA SEJAHTERA DI JAKARTA**
Ari Soeti Yani dan Lita Susanti

**PERANAN KOPERASI DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN PDRB SUB
SEKTOR LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI KABUPATEN CIREBON**
R. Misriah Ariyani S

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT
YAMAHA PERSADA MOTOR PULO GADUNG JAKARTA TIMUR**
Kustiadi Basuki dan Anton Widayana

**MEMBANGUN KINERJA KARYAWAN MELALUI MOTIVASI KERJA (STUDI KASUS PADA
PT JASA MARGA CABANG CAWANG – TOMANG -CENGKARENG)**
Fahmi Kamal

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP PILIHAN JASA
PENGIRIMAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA
PT. FORMOSA LOGISTIK DI JAKARTA**
Diansyah dan Dede Kurniasih

**ANALISIS PROGRAM CSR PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN
DIBIDANG PENDIDIKAN**
Noor Indah Rahmawati dan Mohamad Lutfi

**PENGARUH CITRA MEREK DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* SEBAGAI VARIABEL
MODERATING PADA PT. SUPER SPRING JAKARTA**
Lukiyana dan Tubagus Yogi Efendi

**EVALUASI EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN PADA
PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES CABANG YOGYAKARTA**
Yeny Kopong

**EFEK PEMODERASIAN INDIKATOR MONETER TERHADAP
VALIDITAS DARI *TRADE-OFF THEORY* DAN *PECKING ORDE THEORY* DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**
Jonnardi

ANTESEDEN HARGA SAHAM DAN MODERASI MANAJEMEN LABA
Sihar Tambun
Syaiful Anwar

MEDIA MANAJEMEN JASA

Management Service Media

MAP	Volume I	Nomor 2	Halaman 1 – 154	Jakarta, Januari 2015	ISSN 2356 - 0304

**PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN
PENGEMBANGAN KARIER SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. SOLUSINDO
MITRA SEJAHTERA DI JAKARTA**
Ari Soeti Yani dan Lita Susanti

**PERANAN KOPERASI DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN PDRB SUB
SEKTOR LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI KABUPATEN CIREBON**
R. Misriah Ariyani S

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT
YAMAHA PERSADA MOTOR PULO GADUNG JAKARTA TIMUR**
Kustiadi Basuki dan Anton Widayana

**MEMBANGUN KINERJA KARYAWAN MELALUI MOTIVASI KERJA (STUDI KASUS PADA
PT JASA MARGA CABANG CAWANG – TOMANG -CENGKARENG)**
Fahmi Kamal

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP PILIHAN JASA
PENGIRIMAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA
PT. FORMOSA LOGISTIK DI JAKARTA**
Diansyah dan Dede Kurniasih

**ANALISIS PROGRAM CSR PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN
DIBIDANG PENDIDIKAN**
Noor Indah Rahmawati dan Mohamad Lutfi

**PENGARUH CITRA MEREK DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) SEBAGAI VARIABEL
MODERATING PADA PT. SUPER SPRING JAKARTA**
Lukiyana dan Tubagus Yogi Efendi

**EVALUASI EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN PADA
PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES CABANG YOGYAKARTA**
Yeny Kopong

**EFEK PEMODERASIAN INDIKATOR MONETER TERHADAP
VALIDITAS DARI *TRADE-OFF THEORY* DAN *PECKING ORDE THEORY* DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**
Jonnardi

ANTESEDEN HARGA SAHAM DAN MODERASI MANAJEMEN LABA
Sihar Tambun
Syaiful Anwar

Media Manajemen Jasa adalah media resmi untuk publikasi ilmiah, yang memuat artikel mengenai hasil penelitian, kajian dan pemikiran tentang Manajemen, secara khusus untuk bidang Manajemen Jasa. Diterbitkan secara teratur dua kali dalam setahun, yaitu bulan Januari dan Juli oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.

Management Service Media is the official media for scientific publications, which consist of articles about the results of research, study and thoughts about Management, especially Managing Service. Regularly published two times in a year, in January and Juli by Studies Programs Management the Faculty of Economics and Business, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.

SUSUNAN PENGURUS JURNAL

Pelindung	: Rudyono Darsono Ketua Dewan Pembina Yayasan Perguruan Tinggi UTA'45 Jakarta
Penasehat	Dedi Cahyadi.Sp.N.,M.H Ketua Yayasan Perguruan Tinggi UTA'45 Jakarta
Pembina	Dr. Virgo Simamora.MBA. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
Penanggung Jawab	: Sihar Tambun, SE.,M.Si, Ak. Dekan Fakultas Ekonomi dan Jakarta
Pemimpin Redaksi	: Hartanti Nugrahaningsih.SE.,M.M.
Dewan Redaksi	: Prof.Dr .Gindo Sagi Sitorus.MM Dr. Virgo Simamora.,MBA Dr. Sylvia Sari Rosalina., M.Si.
Sekretaris Redaksi	: Diansyah.SE.,M.Si.
Tata Usaha dan Distribusi	: Ari Soeti Yani.SE.,MM.

Diterbitkan Oleh
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA
Jl. Sunter Permai Raya, Jakarta, 14350. Telp 021-64715666 dan Fax 021-647173
Email: media.manajemenjasa@uta45jakarta.ac

DAFTAR ISI

PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN PENGEMBANGAN KARIER SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. SOLUSINDO MITRA SEJAHTERA DI JAKARTA Ari Soeti Yani dan Lita Susanti	1 – 13
PERANAN KOPERASI DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN PDRB SUB SEKTOR LEMBAGA KEUANGAN NON BANK DI KABUPATEN CIREBON R. Misriah Ariyani S	14 – 37
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PURNAJUAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT YAMAHA PERSADA MOTOR PULO GADUNG JAKARTA TIMUR Kustiadi Basuki dan Anton Widayana	38 – 52
MEMBANGUN KINERJA KARYAWAN MELALUI MOTIVASI KERJA (STUDI KASUS PADA PT JASA MARGA CABANG CAWANG – TOMANG - CENGKARENG) Fahmi Kamal.....	53 – 63
PENGARUH <i>PERSONAL SELLING</i> DAN <i>CUSTOMER SERVICE</i> TERHADAP PILIHAN JASA PENGIRIMAN DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PT. FORMOSA LOGISTIK DI JAKARTA Diansyah dan Dede Kurniasih	64 – 76
ANALISIS PROGRAM CSR PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN DIBIDANG PENDIDIKAN Noor Indah Rahmawati dan Mohamad Lutfi	77 – 96
PENGARUH CITRA MEREK DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN <i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i> (CRM) SEBAGAI VARIABEL <i>MODERATING</i> PADA PT. SUPER SPRING JAKARTA Lukiyana dan Tubagus Yogi Efendi	97 – 106
EVALUASI EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN PADA PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES CABANG YOGYAKARTA Yeny Kopong	107 – 119
EFEK PEMODERASIAN INDIKATOR MONETER TERHADAP VALIDITAS DARI <i>TRADE-OFF THEORY</i> DAN <i>PECKING ORDE THEORY</i> DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) Jonnardi	120 – 136
ANTESEDEN HARGA SAHAM DAN MODERASI MANAJEMEN LABA Sihar Tambun dan Syaiful Anwar	137 – 154

t artikel mengenai
idang Manajemen
Juli oleh Program
arta.

h consist of articles
Managing Service.
s Management the

45 Jakarta

Diterbitkan Ole
TUS 1945 JAKARTA
dan Fax 021-647173
sa@uta45jakarta.ac

ANALISIS PROGRAM CSR PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN DIBIDANG PENDIDIKAN

Noor Indah Rahmawati
Mohamad Lutfi

STIE Muhammadiyah Jakarta
Email : noorindah77@yahoo.co.id

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is one form of manifestation of the company in helping the government to alleviate poverty in the field of education. Research that has been done today more about the concept of CSR, still doing a little research on the impact of poverty alleviation programs in the field of CSR education quantitatively.

The aim of this study were: 1) to determine the effectiveness of CSR program PT. Bank Syariah Mandiri; 2) to determine the poverty alleviation in the field of education through CSR PT. Bank Syariah Mandiri; 3) to determine the effectiveness of CSR program of PT Bank Syariah Mandiri in poverty alleviation education.

The method used is the OLS analysis and data processing with SPSS 18. From the results if the data showed that there is a positive and significant influence of Islamic banking CSR programs to poverty reduction in the field of education it is known from the hypothesis test (t test) with values sig. 0,000 less than 0.05 or 5% alpha. Simple linear regression equation is obtained $Y = 0.358 X + 3.850$ which means constant (a) of 3,850 when the coefficient of effectiveness of CSR (X) is constant, the value of education in the field of poverty alleviation (Y) amounted to 3,850 units. Coefficient value of 0.358 CSR program effectiveness means changes predictor CSR program effectiveness (X) by 1 unit will result in positive changes in the alleviation of poverty through education for 0.358 units.

Keywords : CSR, Poverty Alleviation in the field of education, Islamic Bank.

ABSTRAK

Program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk manifestasi perusahaan dalam membantu pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan dalam bidang pendidikan. Riset-riset yang sudah dilakukan saat ini lebih banyak mengenai konsep CSR, masih sedikit riset yang melakukan dampak program CSR terhadap pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan secara kuantitatif.

Tujuan penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui efektifitas program CSR PT. Bank Syariah Mandiri ; 2) untuk mengetahui pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan melalui CSR PT. Bank Syariah Mandiri ; 3) untuk mengetahui efektivitas program CSR PT Bank Syariah Mandiri dalam pengentasan kemiskinan bidang pendidikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis OLS dan olah data dengan aplikasi SPSS 18. Dari hasil olah data didapatkan hasil terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara program CSR perbankan syariah dengan pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan hal ini diketahui dari uji hipotesis (uji t) dengan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau alfa 5%. Persamaan regresi linier sederhana didapatkan hasil $Y = 3,850 + 0,358 X$ yang berarti konstanta (a) sebesar 3,850 apabila dengan koefisien efektivitas program CSR (X) bersifat konstan maka nilai Pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan (Y) sebesar 3,850 satuan. Nilai koefisien efektivitas program CSR sebesar 0,358 berarti perubahan prediktor efektivitas program CSR (X) sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan positif pada pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan sebesar 0,358 satuan.

Key words : CSR, Pengentasan Kemiskinan dibidang pendidikan, Bank Syariah

PENDAHULUAN

Di Indonesia kesadaran pelaku bisnis dalam menerapkan CSR mulai meningkat beberapa tahun terakhir ini. Peningkatan implementasi CSR didasarkan bahwa dana yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk program CSR bukan mengurangi profit tetapi menambah profit jangka panjang bagi perusahaan. Hal ini terbukti dari banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk melakukan CSR. Pelaksanaan pun makin beragam mulai dari bentuk program yang dilaksanakan maupun dari sisi dana yang digulirkan. Beberapa bentuk program CSR yang dilaksanakan adalah pemberian Beasiswa, bantuan bencana alam, pemberian modal usaha, pembangunan sarana olah raga, sarana ibadah maupun sarana umum lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia.

Kebijakan pemerintah Indonesia mengenai CSR diatur dalam Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sebagai pengganti Undang-Undang nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-Undang PT nomor 40 tahun 2007, pasal 74 ayat (1) menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungannya. Ayat (2) berbunyi tanggungjawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ayat (3) menyatakan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ayat (4) berbunyi ketentuan lebih lanjut mengenai tanggungjawab dan lingkungan diatur dengan peraturan Pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa CSR sangat dipandang perlu dan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari korporasi. Diundangkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas ini, mengisyaratkan bahwa CSR awalnya bersifat sukarela menjadi sebuah tanggungjawab yang diwajibkan. Namun Undang-Undang Perseroan Terbatas secara eksplisit tidak mengatur berapa jumlah nominal dan atau berapa besaran persen laba bersih dari suatu perusahaan yang harus disumbangkan. Karena, pengaturan lebih lanjut merupakan domain dari Peraturan Pemerintah (PP) sebagai manifestasi dari Undang-Undang.

Program CSR pada usaha bisnis baik perusahaan dibidang manufaktur dan jasa diharapkan dapat mengatasi permasalahan kemiskinan yang tidak pernah selesai di Indonesia. Tabel berikut menunjukkan perkembangan penduduk miskin di Indonesia.

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin Indonesia
Periode Maret 2012 – September 2012

Daerah/Tahun	Jumlah Penduduk Miskin (juta orang)	Persentase Penduduk Miskin
(1)	(2)	(3)
<u>Perkotaan</u>		
Maret 2012	10,65	8,78
September 2012	10,51	8,60
<u>Perdesaan</u>		
Maret 2012	18,48	15,12
September 2012	18,08	14,70
<u>Perkotaan+Perdesaan</u>		
Maret 2012	29,13	11,96
September 2012	28,59	11,66

Sumber: Diolah dari data Susenas Maret 2012 dan September 2012

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari bulan Maret 2012 sampai September 2012 jumlah penduduk miskin di Indonesia mengalami penurunan dari sebanyak 29,13 juta menjadi 28,59 juta. Persentase penurunan tersebut adalah sebesar 1,8%. Sehingga dapat diketahui bahwa selama 6 bulan jumlah penduduk miskin Indonesia mengalami penurunan sebesar 1,8%. Namun penurunan ini belum signifikan, sehingga masih perlu dilakukan program-program dalam mengatasi kemiskinan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Program CSR yang sudah diungkapkan sebelumnya merupakan salah satu program dalam mengatasi kemiskinan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun program CSR ini tidak saja diwajibkan kepada perusahaan-perusahaan manufaktur, dimana selama beroperasi perusahaan manufaktur tersebut berhubungan langsung dengan masyarakat termasuk efek negatif adanya perusahaan di tengah pemukiman masyarakat. Program CSR ini juga menjadi kewajiban bagi perusahaan jasa, khususnya jasa keuangan atau *industry financial*. Hal ini berkaitan karena *industry financial* mengumpulkan dana dari para investor, menggunakan dana itu untuk membiayai produksi atau konsumsi barang atau jasa, menarik keuntungan dari bunga atau bagi hasil dari pembiayaan itu, kemudian membagi keuntungan tersebut bagi bank serta para investornya.

Dampak terbesar industri perbankan adalah dari keputusan pembiayaannya bahwa apakah ia mempromosikan pembiayaan yang ramah sosial dan lingkungan atau

sebaliknya. Program CSR pada *industry financial* atau perbankan terutama harus terkait dengan keputusan pembiayaannya. Sehingga perbankan juga harus melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah.

Berdasarkan riset yang dilakukan Prayogo dan Hilarius (2012), bahwa tingkat keberhasilan program CSR dalam pengentasan kemiskinan dapat berbeda-beda bergantung pada jenis program yang dilaksanakan. Demikian juga metode pengelolaan program yang lebih partisipatif akan lebih memengaruhi tingkat keberhasilan program CSR dalam pengentasan kemiskinan.

Riset Prayogo dan Hilarius (2012) mengungkapkan bahwa secara substansial perlu didefinisikan variabel apa saja yang harus dilihat sebagai indikator keberhasilan program pengentasan kemiskinan. Karena cakupan pengentasan kemiskinan berbeda (antara makro-pemerintah dan mikro-korporasi). Sehingga menurut Prayogo dan Hilarius (2012) variabel pengentasan kemiskinan korporasi perlu didefinisikan secara khusus operasionalisasinya. Menurut Prayogo dan Hilarius (2012) terdapat dua aspek yang menjadi perhatian, yaitu: (1) kondisi tidak terpenuhinya kebutuhan ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan kegiatan bermasyarakat; dan (2) kondisi kurangnya akses terhadap pelayanan sosial dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, serta kegiatan bermasyarakat. Jika korporasi melaksanakan program CSR di bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, infrastruktur, dan sosial keberhasilannya dapat dibuat sebagai sebuah model yang terintegrasi.

Variabel efektivitas program CSR menggunakan indikator (1) *effectivity* (manfaat), (2) *relevance* (kesesuaian), (3) *sustainability* (keberlanjutan), (4) *impact* (dampak), dan (5) *empowerment* (pemberdayaan). dan variabel pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan diimplementasikan ke dalam cakupan bantuan prasarana, menunjang proses pendidikan, meningkatkan kreativitas, meningkatkan prestasi dan meningkatkan pemahaman teknologi

Salah satu perbankan syariah terbesar di Indonesia adalah Bank Syariah Mandiri (BSM). Berdasarkan data dari Statistik Perbankan Syariah (2013), PT. Bank Syariah Mandiri memiliki sebanyak 132 kantor cabang di seluruh Indonesia, lebih banyak dari bank umum syariah lainnya. Sementara bank umum syariah lainnya paling banyak kedua hanya sebanyak 79 kantor cabang seluruh Indonesia yaitu PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia. PT Bank Syariah Mandiri juga sudah banyak melakukan program-program CSR. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan semua *stakeholders*, termasuk pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik, pemerintah, *supplier* bahkan kompetitor. CSR merupakan konsep di mana BSM secara sukarela menyumbangkan sesuatu ke arah masyarakat yang lebih baik dan lingkungan hidup yang lebih bersih. Kegiatan-kegiatan yang dijalankan BSM di tahun 2009 terus diupayakan agar sesuai dengan konsep dasar CSR, yaitu membantu mengatasi atau mengurangi permasalahan yang terjadi di masyarakat, mengusahakan terjadinya perubahan perilaku masyarakat, dan mengupayakan pencapaian kesejahteraan kehidupan masyarakat. Aktivitas CSR yang dilakukan BSM bertujuan untuk: (1). Mendukung kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kualitas lingkungan; (2). Mendukung implementasi praktik bisnis yang transparan dan bertanggungjawab; (3). Membuat perubahan positif di tengah masyarakat, khususnya di lingkungan di mana BSM beroperasi; (4). Membangun citra positif BSM dalam benak masyarakat, dan menggalang dukungan masyarakat untuk tujuan bisnis BSM; (5). Meningkatkan nilai

brand BSM dengan membangun reputasi yang baik; dan (6). Meningkatkan kesadaran publik tentang BSM melalui kegiatan-kegiatan sosial. (BSM,2013).

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa program-program CSR yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri sudah sangat tepat dan dari pengamatan awal peneliti, bentuk-bentuk program CSR yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri sangat membantu dalam mengentaskan kemiskinan. Hal ini terlihat dari website PT. Bank Syariah Mandiri yang memberitakan mengenai pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada masyarakat merupakan bagian dari program CSR PT. Bank Syariah Mandiri. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai program CSR perbankan syariah dalam pengentasan kemiskinan dengan judul "Analisis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perbankan Syariah Dalam Pengentasan Kemiskinan di Bidang Pendidikan"

Berdasarkan latar belakang di atas, masih lambannya penurunan jumlah orang miskin di Indonesia disebabkan antara lain banyak program-program CSR yang kurang tepat sasaran dalam menyalurkan bantuan.

Permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana efektivitas program CSR PT Bank Syariah Mandiri, bagaimana pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan melalui CSR PT. Bank Syariah Mandiri dan bagaimana pengaruh efektivitas program CSR PT. Bank Syariah Mandiri dalam pengentasan kemiskinan yang dilihat dari aspek pendidikan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : 1. Mengetahui efektivitas program CSR PT. Bank Syariah Mandiri. 2. Mengetahui pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan melalui CSR PT. PT Bank Syariah Mandiri. 3. Mengetahui pengaruh efektivitas program CSR PT. Bank Syariah Mandiri dalam pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility (CSR)

Riset Suherman (2006) mengungkapkan definisi *Corporate Social Reliability* (CSR) berdasarkan kutipan dari *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Menurut Natufe dalam Iriantara (2004) menyebutkan bahwa pilar dasar dari definisi di atas mencakup 3 hal, yaitu : (1) mendorong kesejahteraan ekonomi; (2) perbaikan lingkungan; dan (3) tanggung jawab sosial.

Menurut Suherman (2006) pada pilar dasar pertama, dapat dilihat bahwa sebagai kegiatan CSR hendaknya mengarah pada perbaikan tingkat ekonomi (termasuk daya beli) komunitas. Ini sangat dimungkinkan misalnya dengan memberikan kesempatan kerja pada angkatan kerja lokal secara lebih besar (dengan tetap memperhatikan kompetensinya). Upaya lain dapat berupa pemberian pelatihan sesuai kebutuhan komunitas untuk kelak dapat membuka usaha baru di lingkungannya. Kemudian bisa juga dikembangkan usaha dari para perajin atau pengusaha kecil yang potensial di komunitas.

Pilar kedua, menurut Suherman (2006) lebih mengarah pada adanya perbaikan sarana dan prasarana yang memang dibutuhkan komunitas atau yang sekiranya dapat

memperlancar roda perekonomian di sana. Reboisasi atau pemanfaatan lahan-lahan kosong dan tidak produktif menjadi jantungnya desa atau kota, salah satu bentuk perwujudan dari pilar kedua ini. Pada pilar dasar ketiga lebih mengarah pada perbaikan aspek pendidikan dan kesehatan. Pada pilar dasar ini umumnya korporat memberikan bantuan beasiswa, atau membantu menyediakan poliklinik cuma-cuma bagi komunitas atau memberikan bantuan obat-obatan kepada puskesmas setempat. (Suherman, 2006)

Samuel dan Saari (2001) mengemukakan tiga perspektif tentang CSR yaitu : *reputation capital perspective*, *eco-social perspective*, dan *rights-based perspective*. Samuel dan Saari (2001) menjelaskan bahwa dalam *reputation capital perspective*, CSR pada dasarnya adalah sebuah strategi bisnis baru untuk mengurangi risiko investasi dan memaksimalkan keuntungan dengan mengambil semua kunci stakeholder dalam keyakinan. Menurut Samuel dan Saari (2001), *eco-social perspective*, CSR adalah nilai dan strategi untuk menjamin keberlanjutan bisnis. Sementara perspektif ketiga yaitu *rights-based perspective* menurut Samuel dan Saari (2001) merupakan perspektif yang menekankan akuntabilitas, transparansi, dan investasi sosial dan lingkungan.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa CSR dipandang sebagai nilai dan strategi. Dipandang sebagai sebuah nilai karena kenyataannya bahwa bisnis dan pasar ditunjukan untuk kesejahteraan masyarakat (*well-being society*). Hal ini karena CSR dapat membantu mengurangi tekanan sosial dan memfasilitasi pasar.

Kotler dan Lee (2005) mengidentifikasi enam program bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas berkaitan dengan masalah sosial dan tanggung jawab sosial korporat yaitu : *pertama*, *cause promotions*, kontribusi korporat dalam hal ini berupa sumbangan atau penggalangan dana bagi masalah sosial, antara lain seperti, penyuluhan narkoba bagi kalangan remaja. *Kedua*, *cause-related marketing*, kontribusi korporat di sini dalam bentuk penyisihan dana yang diperoleh korporat untuk kegiatan tertentu dalam kurun waktu tertentu. Misalnya, memberikan pelatihan bagi pengrajin. *Ketiga*, *corporate social marketing*, korporat membantu pengembangan dan implementasi kampanye untuk mengubah perilaku tertentu. Contoh, kampanye tentang dampak negatif tawuran antarpelajar. *Keempat*, *corporate philanthropy*, korporat dalam program ini memberikan bantuan langsung bagi suatu kegiatan. Misalnya, memberikan uang tunai dalam rangka sponsorship. *Kelima*, *community volunteering*, melalui program ini, korporat memberikan bantuan guna mendorong karyawan dan para mitra bisnisnya untuk bersama-sama secara sukarela membantu masyarakat sekitar. Misalnya, membantu masyarakat membuat irigasi. *Keenam*, *socially responsible business practices*, korporat mengadopsi dan melakukan praktik bisnis tertentu dan investasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas komunitas dan lingkungan (dalam Suherman, 2006).

Manfaat melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Rogovsky yang dikutip Iriantara (2004) adalah manfaat keterlibatan komunitas dan organisasi. Manfaat tersebut terlihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Manfaat Keterlibatan Komunitas Organisasi

Komunitas pada organisasi	Organisasi pada komunitas
1. Reputasi dan citra organisasi yang lebih baik 2. 'Lisensi untuk beroperasi secara social' 3. Memanfaatkan pengetahuan dan tenaga kerja lokal 4. Keamanan yang lebih besar 5. Infrastruktur dan lingkungan sosio-ekonomi yang lebih baik 6. Menarik dan menjaga personal berkaliber tinggi untuk memiliki komitmen yang tinggi 7. Menarik tenaga kerja, pemasok, pemberi jasa dan mungkin pelanggan lokal yang bermutu 8. 'Laboratorium pembelajaran' untuk inovasi organisasi	1. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja dan pelatihan 2. Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur 3. Keahlian komersial 4. Kompetensi teknis dan personal individu pekerja yang terlibat 5. Representatif bisnis sebagai juru promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas

Sumber : Rogovsky dalam Iriantara (2004)

Berdasarkan tabel di atas, manfaat CSR tidak hanya dirasakan komunitas, namun juga oleh perusahaan. Ini sangat terasa ketika keberadaan perusahaan di sana tidak dapat diterima komunitas/masyarakat karena persoalan sosial dan lingkungan hidup. Kita sering membaca, mendengar, dan melihat sejumlah kasus pencemaran lingkungan hidup oleh perusahaan. Guna menghindari hal-hal yang tidak diharapkan, maka menjalin hubungan dan memperhatikan aspek sosial komunitas merupakan keharusan demi kedamaian hidup bertetangga (antara perusahaan dengan komunitas). Dengan demikian, bukan saja keberadaan perusahaan dapat diterima, namun juga komunitas bisa jadi ikut serta menjaga keamanan perusahaan dari gangguan sosial. Semua ini berarti beroperasinya perusahaan telah memperoleh legalitas sosial dari komunitasnya. (Suherman, 2006)

Selain itu, keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan adalah terciptanya citra positif di mata komunitas. Moore dalam Suherman (2006) mengatakan bahwa manajemen bisnis semakin menyadari tanggungjawabnya terhadap tujuan sosial, termasuk tujuan ekonomi, dan fakta bahwa bisnis memainkan peranan dalam penanggulangan penyakit, kelaparan, dan kemiskinan. Bisnis lebih mengarahkan pada sumber dan kemampuannya untuk menanggulangi masalah masyarakat, yang menentukan iklim di mana bisnis harus berfungsi.

Kemiskinan

Dalam "*Handbook on Poverty and Inequality*" oleh Haughton and Khandker pada tahun 2009 yang dikutip oleh Prayogo dan Hilarius (2012) dijelaskan bahwa kemiskinan bisa dilihat dalam tiga cara pandang. *Pertama*, cara paling konvensional dalam mengukur kemiskinan dengan membandingkan tingkat pemasukan dan konsumsi setiap individu. *Kedua*, cara paling tradisional dalam mengukur kemiskinan adalah

dengan membaginya ke dalam setiap ranah, misalnya kemiskinan dalam kesehatan berkaitan dengan berapa banyak orang yang telah menerima pelayanan kesehatan, atau kemiskinan dalam pendidikan dapat dilihat dari berapa angka buta huruf atau rata-rata lulusan pendidikan formal. *Ketiga*, menurut Amartya Sen (1981) (dalam Prayogo & Hilarius, 2012), kemiskinan didefinisikan lebih luas sebagai ketidakmampuan individu ataupun kelompok untuk berfungsi dalam masyarakat karena kurangnya pemasukan atau pendidikan, kesehatan yang buruk, ketidakamanan, serta tidak adanya kebebasan untuk berpendapat.

Lebih jauh Sen (dalam Prayogo dan Hilarius, 2012) mendefinisikan individu yang dianggap miskin sebagai individu yang standar konsumsinya berada di bawah orang kebanyakan ataupun individu yang pendapatannya berada di bawah garis rata-rata. Berdasarkan hal tersebut, Sen kemudian memberikan dua pendekatan dalam memahami kemiskinan. *Pertama*, pendekatan biologis yaitu yang memahami bahwa keluarga berada pada "*primary poverty*" jika total pendapatannya tidak memenuhi untuk mendapatkan kebutuhan minimum dari pemeliharaan kondisi fisik. Dalam pendekatan ini digunakan beberapa variasi yang mempunyai hubungan kuat dengan kondisi fisik, kebiasaan dalam bekerja, kebutuhan nutrisi, kebutuhan makanan dan non-makanan. Pendekatan *kedua* adalah pendekatan ketidakseimbangan yang memahami kemiskinan sebagai ketidakseimbangan antara kelompok paling miskin dengan keseluruhan komunitas dalam setiap dimensi stratifikasi. Cara pandang Amartya Sen ini banyak dikemukakan berbagai pihak dalam mendefinisikan kemiskinan, seperti World Bank, United Nations, dan World Summit on Social Development.

Beberapa konsep CSR melihat kemiskinan (Segel dan Bruzy, 1998; Midgley, 1995; UU 6/1974, Pasal 1 ayat 1 UU 11/2009) dikutip dari Prayogo dan Hilarius (2012), melalui kebutuhan dasar seperti pendidikan, ekonomi, kesehatan, bahkan ada yang melihatnya sampai pada kondisi individu dalam menghadapi resesi ekonomi dan dalam kondisi pasca-bencana atau konflik. Namun, secara umum dapat ditarik simpulan bahwa definisi kemiskinan secara lebih operasional sangat menitikberatkan pada tidak terpenuhinya kebutuhan dan kekurangan akses pelayanan sosial pada aspek ekonomi, pendidikan, dan kesehatan, serta secara sosial kegiatan bermasyarakat. Karena itu, dalam upaya pendefinisian konsep kemiskinan yang akan dilakukan, aspek-aspek tersebut harus lebih diperhatikan.

Studi Empiris

Riset yang dilakukan Prayogo dan Hilarius (2012) yang berjudul "Efektivitas Program CSR/CD dalam Pengentasan Kemiskinan; Studi Peran Perusahaan Geotermal di Jawa Barat", merupakan sebuah riset empiris yang teruji secara statistic. Riset Prayogo dan Hilarius (2012) menggunakan metode pendekatan kuantitatif (*positivistik-deduktif*) terlebih dahulu guna membangun kerangka teori hingga indikator peran korporasi CSR/CD maupun indikator kemiskinan, yang kemudian digunakan sebagai kerangka analisis untuk melihat secara empirik peran korporasi melalui program CSR/CD dalam mengentaskan kemiskinan. Metode kuantitatif dengan teknik survei digunakan untuk mengukur efektivitas atau sejauh mana program CSR/CD dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Responden survei ini adalah masyarakat penerima program CSR/CD perusahaan geotermal yang berjumlah empat ratus orang.

Variabel proses yang digunakan dalam riset Prayogo dan Hilarius (2012) adalah: (1) *effectivity* (manfaat), (2) *relevance* (kesesuaian), (3) *sustainability* (keberlanjutan), (4) *impact* (dampak), dan (5) *empowerment* (pemberdayaan). Kelima variabel ini

digunakan sebagai model peran korporasi dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui program CSR/CD. Sementara, model variabel pengentasan kemiskinan yang digunakan dalam riset Prayogo dan Hilarius (2012) ini akan diimplementasikan ke dalam cakupan substansi menurut definisi kemiskinan, yakni ekonomi, kesehatan, pendidikan, atau infrastruktur sebagaimana telah dikerjakan melalui program CSR/CD.

Hasil riset Prayogo dan Hilarius (2012) juga mengungkapkan bahwa melalui variabel-variabel di atas, maka upaya pengentasan kemiskinan melalui program CSR dapat dilihat dengan menilai pengalaman subyektif (pendapat) individu penerima program. Melalui survei pengalaman individual yang subyektif secara agregat menjadi obyektif setelah ditabulasi menjadi data frekuensi. Dengan demikian, maka temuan-temuan hasil survei dan wawancara mendalam serta observasi absah (valid) digunakan untuk menjelaskan tingkat keberhasilan program CSR dalam pengentasan kemiskinan. Selain itu, upaya pengentasan kemiskinan tidak dapat hanya dilihat sebagai sebuah keadaan obyektif dari input menjadi output, melainkan sebuah proses bagaimana output menurunnya kemiskinan dilihat dari variabel manfaat, kesesuaian, dampak, keberlanjutan, partisipasi, dan pemberdayaan. Secara sosiologis, dimensi ini lebih diutamakan daripada sekedar output terentasnya kemiskinan. Dengan demikian, peran korporasi dalam pengentasan kemiskinan masyarakat sekitar dalam tulisan ini dapat dikategorikan pada kategori baik, berdasarkan penilaian pemanfaat dan pembobotan penulis (sesuai hasil observasi dan wawancara). Walaupun menjadi catatan bahwa skor tersebut merupakan batas bawah dari kategori baik. Kategori "baik" utamanya berlaku untuk variabel kesesuaian dan kebermanfaatan, namun untuk variabel keberlanjutan (*sustainability*) dan dampak (*impact*) masih tergolong "cukup", sedangkan kategori "kurang" pada variabel partisipasi dan pemberdayaan masyarakat. Sementara itu, program ekonomi dan infrastruktur untuk semua variabel terlihat lebih dominan dibandingkan program lainnya seperti pendidikan dan kesehatan.

Berdasarkan riset-riset sebelumnya yang diungkapkan di atas, dapat diketahui bahwa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat mengatasi masalah kemiskinan yang tidak cukup hanya berharap dari program-program pemerintah. Selanjutnya berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dalam penelitian adalah pengaruh program CSR terhadap pengentasan Kemiskinan di bidang pendidikan

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner dan pengukuran dengan skala ordinal. Penelitian ini didesain sebagai suatu survei yang merupakan jenis kajian lapangan (*field study*), yang merupakan kajian ilmiah non-eksperimental yang secara sistematis mempelajari hubungan atau korelasi dan dilakukan dalam situasi kehidupan nyata seperti pada komunitas (masyarakat), sekolah, pabrik, organisasi, dan lembaga (Kerlinger, 2002).

Dirancang sebagai kajian lapangan karena dalam penelitian ini tidak dilakukan manipulasi atau perlakuan terhadap variabel bebas, tetapi dengan melakukan pengukuran-pengukuran pada variabel-variabel yang akan diuji. Metode yang tepat untuk desain ini adalah survei dengan alat ukur menggunakan kuesioner.

Lokasi Penelitian dan Teknik Sampling

Penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta. Responden penelitian adalah penerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bank Syariah Mandiri. Teknik sampling yang akan digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu dengan menggunakan sampling *purposif* (bertujuan). Teknik ini dipilih karena responden yang diteliti merupakan responden yang sesuai dengan tujuan penelitian (Kerlinger, 2002). Sampel yang akan digunakan untuk proses penelitian ini adalah:

- a. Tahap uji kuesioner : 30 responden
- b. Tahap pengumpulan data : penyebaran kuesioner untuk 90 responden dengan tingkat pengembalian 87 % (78 responden).

Jenis Data

Data yang akan dikumpulkan adalah data primer, berupa data kualitatif dengan skala ordinal. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan dengan instrumen kuesioner.

Instrumen Penelitian dan Pengumpulan Data

Instrumen yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari variabel pengukuran efektivitas program CSR dan variabel pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan.

Uji validitas dilakukan untuk melihat sejauhmana alat ukur yang akan digunakan benar dan akurat dalam mengukur intensi perilaku. Sementara uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauhmana alat ukur yang digunakan memiliki konsistensi, stabilitas, dan akurat (Anastasia & Urbina, 1997). Untuk uji reliabilitas akan dilakukan pengujian berdasarkan konsistensi internal dari skala dengan teknik *Cronbach Alpha* (α). Sedangkan uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan uji validitas konstruk dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson's Product Moment*.

Sesuai tujuan penelitian, maka analisis data yang akan digunakan adalah dengan metode analisis *Ordinary Least Square* (OLS). Dengan metode ini dapat dilihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian. Variabel bebasnya adalah variabel efektivitas program CSR sedangkan variabel terikatnya adalah variabel pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan.

Rumus metode analisis berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan

X = Efektivitas program CSR

Berdasarkan variabel penelitian tersebut di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀ : Tidak ada pengaruh antara proses efektivitas program CSR terhadap pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan

H_a : Terdapat pengaruh antara proses efektivitas program CSR terhadap pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner untuk 30 sampel sebagai uji validitas, sehingga besarnya df dapat dihitung $30 - 2 = 28$, dengan df 28 dan $\alpha = 0.05$ didapat $r_{tabel} = 0.361$. Butir pernyataan dikatakan valid apabila harga koefisien korelasi lebih besar dari 0.361 dan butir pernyataan dikatakan tidak valid apabila harga koefisien korelasi kurang dari 0.361. Butir pernyataan yang tidak valid harus diperbaiki atau dihapus. Hasil olah data kuesioner dengan menggunakan SPSS 18 menghasilkan data validitas masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X

Butir Pernyataan	Korelasi Pearson	r Kritis	Sig.(2-tailed)	Keterangan
XA1	0,397	0,361	0,030	Valid
XA2	0,800	0,361	0,000	Valid
XA3	0,781	0,361	0,000	Valid
XB4	0,701	0,361	0,000	Valid
XB5	0,728	0,361	0,000	Valid
XB6	0,729	0,361	0,000	Valid
XC7	0,501	0,361	0,005	Valid
XC8	0,306	0,361	0,100	Tidak Valid
XD9	0,338	0,361	0,068	Tidak Valid
XD10	0,362	0,361	0,049	Valid
XD11	0,596	0,361	0,001	Valid
XE12	0,596	0,361	0,001	Valid
XE13	0,604	0,361	0,000	Valid
XE14	0,448	0,361	0,013	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Butir Pernyataan	Korelasi Pearson	r Kritis	Sig.(2-tailed)	Keterangan
Y1	0,903	0,361	0,000	Valid
Y2	0,724	0,361	0,000	Valid
Y3	0,752	0,361	0,000	Valid
Y4	0,871	0,361	0,000	Valid
Y5	0,904	0,361	0,000	Valid

Dari hasil uji validitas pada variabel (X), instrumen pernyataan XC8 dan XC9 dinyatakan tidak valid dan instrumen tersebut diabaikan atau dibuang

Uji Reliabilitas.

Untuk pengujian reliabilitas instrumen ditujukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien reliabilitasnya maka uji coba tersebut semakin reliabel. Sebaliknya semakin kecil korelasi uji coba tersebut, semakin rendah pula nilai reliabilitasnya, sesungguhnya tes dituntut untuk memiliki koefisien setinggi mungkin. Metode uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Alfa Cronbach, dimana butir kuesioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Kuesioner dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau lebih kecil dari 0,60. Hasil olah data kuesioner dengan menggunakan SPSS 18 menghasilkan data reliabilitas masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

No	Keterangan	Alpha Cronbach
1	Variabel X	0.833
2	Variabel Y	0.891

Dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach didapat hasil variabel X dan Y lebih dari 0,60 dan dinyatakan reliabel

Pengolahan data kuesioner

Berdasarkan pengolahan data kuesioner didapat hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 6. Program CSR perbankan syariah memberi bantuan dana penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	24	31%
Setuju	51	65%
Ragu-ragu	3	4%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 24 responden (31%) menyatakan sangat setuju, 51 responden (65%) menyatakan setuju, 3 responden (4%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 7. Program CSR perbankan syariah memberi bantuan sarana kepada penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	26	33%
Setuju	50	64%
Ragu-ragu	2	3%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 26 responden (33%) menyatakan sangat setuju, 50 responden (64%) menyatakan setuju, 2 responden (3%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 8. Program CSR perbankan syariah memberi bantuan prasarana kepada penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	21	27%
Setuju	51	65%
Ragu-ragu	6	8%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden (27%) menyatakan sangat setuju, 51 responden (65%) menyatakan setuju, 6 responden (8%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 9. Program CSR perbankan syariah sesuai dengan kebutuhan penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	21	27%
Setuju	47	60%
Ragu-ragu	10	13%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden (27%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (60%) menyatakan setuju, 10 responden (13%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 10. Program CSR perbankan syariah sesuai dengan harapan penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	18	23%
Setuju	47	60%
Ragu-ragu	12	16%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 18 responden (23%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (60%) menyatakan setuju, 12 responden (16%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 11. Program CSR perbankan syariah sesuai dengan kepentingan penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	20	26%
Setuju	45	58%
Ragu-ragu	13	17%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 20 responden (26%) menyatakan sangat setuju, 45 responden (58%) menyatakan setuju, 13 responden (17%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 12. Program CSR perbankan syariah dilakukan secara rutin

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	20	26%
Setuju	42	54%
Ragu-ragu	14	18%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 20 responden (26%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (54%) menyatakan setuju, 14 responden (18%) menyatakan ragu-ragu, 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 13. Program CSR perbankan syariah dilakukan secara bertahap

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	16	21%
Setuju	47	60%
Ragu-ragu	12	15%
Tidak Setuju	3	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 16 responden (21%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (60%) menyatakan setuju, 12 responden (15%) menyatakan ragu-ragu, 3 responden (4%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 14. Program CSR perbankan syariah memberi dampak peningkatan ekonomi bagi penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	20	26%
Setuju	45	58%
Ragu-ragu	12	15%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 20 responden (26%) menyatakan sangat setuju, 45 responden (58%) menyatakan setuju, 12 responden (15%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 15. Program CSR perbankan syariah memberi dampak peningkatan pendidikan bagi penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	21	27%
Setuju	47	60%
Ragu-ragu	10	13%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden (27%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (60%) menyatakan setuju, 10 responden (13%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 16. Program CSR perbankan syariah memberi dampak peningkatan kesehatan bagi penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	18	23%
Setuju	45	58%
Ragu-ragu	14	18%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 18 responden (23%) menyatakan sangat setuju, 45 responden (58%) menyatakan setuju, 14 responden (18%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 17. Program CSR perbankan syariah yang dilakukan memberdayakan pribadi penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	17	22%
Setuju	49	63%
Ragu-ragu	11	14%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 17 responden (22%) menyatakan sangat setuju, 49 responden (63%) menyatakan setuju, 11 responden (14%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 18. Program CSR perbankan syariah yang dilakukan memberdayakan keluarga penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	15	19%
Setuju	51	65%
Ragu-ragu	11	14%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 15 responden (19%) menyatakan sangat setuju, 51 responden (65%) menyatakan setuju, 11 responden (14%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 19. Program CSR perbankan syariah yang dilakukan memberdayakan masyarakat penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	19	24%
Setuju	53	68%
Ragu-ragu	6	8%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 19 responden (24%) menyatakan sangat setuju, 53 responden (68%) menyatakan setuju, 6 responden (8%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 20. Program CSR perbankan syariah memberikan bantuan prasarana pendidikan

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	36	46%
Setuju	37	48%
Ragu-ragu	5	6%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 36 responden (46%) menyatakan sangat setuju, 37 responden (48%) menyatakan setuju, 5 responden (6%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 21. Program CSR perbankan syariah menunjang proses pendidikan

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	37	47%
Setuju	39	50%
Ragu-ragu	2	3%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 37 responden (47%) menyatakan sangat setuju, 39 responden (50%) menyatakan setuju, 2 responden (3%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 22. Program CSR perbankan syariah meningkatkan kreativitas penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	26	33%
Setuju	46	59%
Ragu-ragu	6	8%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 26 responden (33%) menyatakan sangat setuju, 46 responden (59%) menyatakan setuju, 6 responden (8%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 23. Program CSR perbankan syariah meningkatkan prestasi penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	25	32%
Setuju	43	55%
Ragu-ragu	9	12%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 25 responden (32%) menyatakan sangat setuju, 43 responden (55%) menyatakan setuju, 9 responden (12%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 24. Program CSR perbankan syariah meningkatkan pemahaman teknologi penerima CSR

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Setuju	34	44%
Setuju	35	45%
Ragu-ragu	7	9%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	78	100%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 34 responden (44%) menyatakan sangat setuju, 35 responden (45%) menyatakan setuju, 7 responden (9%) menyatakan ragu-ragu, 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada satupun responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis

Tabel 25. Hasil uji SPSS

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.850	2.347		1.640	.105
X	.358	.047	.657	7.590	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel X mempengaruhi secara signifikan variabel Y sehingga persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 3,850 + 0,358 X$$

Y sebagai fungsi Pengentasan kemiskinan dibidang Pendidikan (variabel dependen), maka hasil pengujian dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Diketahui konstanta (a) sebesar 3,850 apabila dengan koefisien efektivitas program CSR (X) bersifat konstan maka nilai Pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan (Y) sebesar 3,850 satuan.
- Nilai koefisien efektivitas program CSR sebesar 0,358 berarti perubahan prediktor efektivitas program CSR (X) sebesar 1 satuan akan mengakibatkan perubahan positif pada pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan sebesar 0,358 satuan.

Uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis awal ditolak, hipotesis alternative diterima, ditunjukkan dengan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau alfa 5% sehingga pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah signifikan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Analisis program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perbankan Syariah dalam pengentasan kemiskinan dibidang Pendidikan” yang datanya diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 18, diperoleh kesimpulan:

- Efektivitas program CSR PT. Bank Syariah Mandiri perlu terus ditingkatkan
- Pengentasan kemiskinan bidang pendidikan melalui CSR PT. Bank Syariah Mandiri tepat sasaran.
- Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel X mempengaruhi secara signifikan variabel Y dengan persamaan regresinya adalah $Y = 3,850 + 0,358 X$.

Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan saran bahwa program CSR PT. Bank Syariah Mandiri perlu dilakukan secara berkesinambungan dalam membantu pengentasan kemiskinan dibidang pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, A. & Urbina, S. 1997, *Tes Psikologi – Jilid I* (Edisi bahasa Indonesia). PT Prenhallindo, Jakarta.
- Bank Syariah Mandiri. www.bsm.co.id
- Iriantara, Yosol. 2004, *Community Relations*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media
- Kerlinger, F.N. 2002, *Asas-asas Penelitian Behavioral (terjemahan)*. Gadjah Mada University Press, Jogjakarta.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005, *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons Inc. Hoboken. New Jersey
- Prayogo, Dody. & Hilarius, Yosef. 2012, *Efektivitas Program CSR/CD dalam Pengentasan Kemiskinan; Studi Peran Perusahaan Geotermal di Jawa Barat*.

- Suherman, Maman.2006, *Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menurunkan Angka Kemiskinan di Jawa Barat*. Mimbar, Volume XXII No. 3 Juli – September 2006 ;317-332
- Samuel, John & Anil Saari. 2001, *Corporate Social Responsibility: Background and Perspective*.
- Undang-Undang Perseroan Terbatas nomor 40 tahun 2007.