

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN
(KC S.Parman)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

ALFIAN AZHARI RANGKUTI

1801280116



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah Ini Kupersembahkan Kepada Keluargaku

Ayahanda Ishaq Efendi Ranghuti

Ibunda Indriana

*Yang tak henti-hentinya memanjatkan doa, demi kesuksesan dan
keberhasilan diriku*

Moto :

*“Ikhlas Terhadap Keputusan Allah Maka
Hidupmu Akan Bahagia”*

PERNYATAAN ORISINALITAS

saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfian Azhari Rangkuti
NPM : 1801280116
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Medan “** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 19 Oktober 2022

Yang menyatakan :



Alfian Azhari Rangkuti

NPM: 1801280116

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

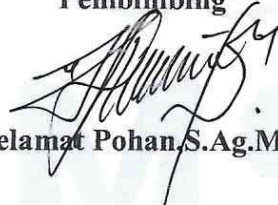
Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Alfian Azhari Rangkuti
NPM : 1801280116
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 14 Oktober 2022

Pembimbing



Selamat Pohan, S.Ag. MA

Di Setujui Oleh:

Ketua Program Studi



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH
INDONESIA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh :

ALFIAN AZHARI RANGKUTI
NPM : 1801280116

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Selamat Pohan, S.Ag.MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd. Msi
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, MA

Nama Mahasiswa : Alfian Azhari Rangkuti
Npm : 1801280116
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Tbk, Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
28/9/2022	Bimbingan pertama Angket.	<i>[Signature]</i>	
29/9/2022	Membuat rangkuman ulk angket hasil survei antara Uji. dan variabel-variabel. (buat 4 variabel / indikator)	<i>[Signature]</i>	
29/9/2022	Tujuan peltre ke-2 Bulan Disisi cuplikan...	<i>[Signature]</i>	
11/10/2022	1. lakukan judul laporan berdasarkan bulan 2. Pribahasa Hipotesis di mana. sebagai 3. Kumpulan uji di pisa'ki dan Uji: p... 4. Acc. ulk d... 13/10/2022	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
13/10/2022			

Medan, 13-10-2022

Diketahui/Disetujui
Dekan

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Isra Hayati, S.Pd. Msi

Selamat Pohan, MA

[Signature]

[Signature]
13/10/2022

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

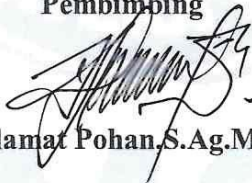
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Alfian Azhari Rangkuti**
NPM : **1801280116**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Baisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN**

Medan 14 Oktober 2022

Pembimbing



Selamat Pohan, S.Ag.MA

Di Setujui Oleh:

Ketua Program Studi



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Alfian Azhari Rangkuti
NPM : 1801280116
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : X
Tanggal Sidang : 10/04/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Riyan Pradesyah SE. Sy, MLEI
PENGUJI II : Mutiah Khairah Sihotang, MA



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN
BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : 158 th. 1987 Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye

ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	³ / ₄ Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	³ / ₄	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I

و			
—	dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى	fathah dan ya	Ai	a dan i
و	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: كتب
- fa'ala: فعل
- kaifa: كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

qāla : قال ramā : مار

قيل : qīla

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup
ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan «*ammah*», transliterasinya (t).
- 2) *Ta marbūtah* mati
Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

Raudah al-afal-raudatul afal

لروضة الاففا

Al-madinah al-munawaroh

المدينه المنوره

{*alḥah*:

طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

g. hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: تاخذون
- an-nau': النوع
- syai'un: شيء
- inna: ان
- umirtu: امرت

- *akala*: اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-lażiunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an

– Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

ABSTRAK

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN (**KC S.Parman)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Medan KC S.parman. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan hubungan kasual dan data primer diperoleh dari wawancara dan menyebarkan kuesioner penelitian. Jumlah sampel adalah 70 masyarakat yang mendapat bantuan CSR dengan Teknik pengambilan sampel slovin. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan Bank Syariah Indonesia Medan KC S.parman. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan Bank Syariah Indonesia Medan KC S.Parman

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan

ABSTRACT

PERCEIVED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBIITY (CSR) ON COMPANY IMAGE PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN (KC S.Parman)

The purpose of this study was to find out and analyze the effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Image at the Indonesian Sharia Bank Medan KC S.parman. This research is an associative research with casual relationships and primary data obtained from interviews and distributing research questionnaires. The number of samples is 70 people who receive CSR assistance with the slovin sampling technique. This study shows that Corporate Social Responsibility has a significant effect on the Corporate Image of the Indonesian Sharia Bank Medan KC S.parman. The results of this study partially show that Corporate Social Responsibility has a positive and significant effect on the Corporate Image of Bank Syariah Indonesia Medan KC S.Parman.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Company Image*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang masih memberikan nikmat kesehatan dan keselamatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBIITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN”**

Shalawat berangkaikan salam kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah kepada umat manusia dan membawa dari alam jahiliyah menuju alam dengan ilmu pengetahuan dan sampai sekarang masih dapat kita rasakan bersama.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan stara satu (S1) Prodi Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari sepenuhnya telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu dan tenaganya. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Teristimewa Ayahanda Alm. Ishar Efendi dan Ibunda Indriana, dan tersayang Imanda Putri Andini Rangkuti, Hary Azhari Rangkuti yang tidak hentinya memberikan dukungan dan doa restu yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, MA selaku wakil dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S. Pd.I, MA selaku wakil dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati S.Pd.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Selamat Pohan, M.A selaku Dosen Pembimbing yang banyak membantu dan memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan informasi dan pengetahuan kepada Penulis selama masa studi.
9. Kepada sahabat dan teman penulis Shayla Salsabila, Fatur Rahman, Nuryan Hadi dan seluruh mahasiswa kelas C1 Manajemen Bisnis Syariah yang ikut membantu dan memberikan support kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu penulis meminta maaf apabila dalam penyusunan laporan tugas akhir ini terdapat kesalahan penulisan.

Akhir kata Penulis berharap semoga tugas akhir dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBIITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA Tbk, MEDAN”** ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi bagi pembaca.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Medan, Agustus 2022
Penulis

Alfian Azhari Rangkuti
1801280116

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II	15
LANDASAN TEORI.....	15
A. Kajian Pustaka	15
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel	34
D. Defenisi Operasional Variabel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	37
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Institusi.....	41
B. Deskripsi Karakteristik Responden	44
C. Penyajian Data	45
D. Hasil Penelitian	46

BAB V.....	51
PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	36
Tabel 3.3 Skala Penilaian berdasarkan Skala Likert	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	47
Tabel 4.3 Presentasi Jawaban Responden Corporate Social Responsibility (X1) .	48
Tabel 4.4 Presentasi Jawaban Responden Citra Perusahaan (Y)	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Corporate Social Responsibility.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Raebilitas Variabel Corporate Social Responsibility	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Raebilitas Variabel Marketing Tools.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Linier Sedeerhana	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi Rsquare	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Realisasi Penyaluran Dana Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)	6
Gambar 1.2 Penyaluran berdasarkan Program Laznas BSMU Tahun 20217	7
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	30
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	46
Gambar 4.2 Logo Perusahaan	46

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pentingnya sebuah organisasi untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan. Ketepatan pengertian citra agar organisasi dapat menetapkan upaya dalam mewujudkan pada obyek dan mendorong prioritas pelaksanaan. Hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tentu dapat terlaksana jika masyarakat dan lingkungan memiliki citra yang positif mengenai perusahaan tersebut. Citra yang positif ini bisa dibentuk dengan melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan atau “*Corporate Social Responsibility*” yang secara umum dapat didefinisikan sebagai “komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Citra dapat berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien perusahaan. Dengan demikian, citra perusahaan dapat didefinisikan sebagai gambaran mental secara selektif. Karena keseluruhan kesan tentang karakteristik suatu perusahaanlah yang nantinya akan membentuk citra perusahaan di benak masyarakat.

Corporate social responsibility (CSR) atau sering dikenal dengan sebutan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, didefinisikan dalam aturan perundang undangan Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pada pasal 66 ayat (2) bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan saat ini semakin

populer di kalangan masyarakat dan pelaku bisnis. Seperti dijelaskan oleh Hadi (2011:48) awal sejarah perkembangan social responsibility pada tahun 1950-1960-an masih dipahami secara sederhana. Social responsibility dipahami sebagai sikap kedermawanan perusahaan terhadap masyarakat sekitar, yang mana pada tahun 1960-an secara global masyarakat dunia baru pulih dari excess perang dunia I dan II. Era tahun 1990 hingga sekarang memperlihatkan perusahaan sudah semakin peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Seperti dikemukakan oleh Elkington's (1997) dalam Wahyudi dan Azheri (2008:44) bahwa kebijakan perusahaan yang hanya bertujuan mencari profit saja telah berganti menjadi kebijakan yang berlandaskan triple bottom lines yang meliputi kesejahteraan ekonomi (aspek ekonomi), peningkatan kualitas lingkungan (aspek lingkungan) dan keadilan sosial (aspek sosial). Ketiganya merupakan variabel dalam penelitian ini. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Secara konseptual menurut Suharto (2009:103) CSR adalah “sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi perusahaan dengan pemangku bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 bagian b, pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan. (Marnelly, 2018).

Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan/laba semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Dari segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan

dalam Isnaeni (2010:30) CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan mutu kehidupan. CSR berarti perusahaan harus bertanggung jawab atas operasinya yang

berdampak buruk pada masyarakat, komunitas dan lingkungannya. Namun sebaliknya juga, harus memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar. Suatu perusahaan tidak akan dapat bertahan lama apabila mengisolasi dan membatasi dirinya dengan masyarakat sekitarnya.

Menurut Wibisono (2007:78) pelaksanaan CSR oleh sebuah perusahaan memberikan banyak manfaat diantaranya adalah mempertahankan dan mendongkrak brand image perusahaan, reputasi destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Hal inilah yang menjadi modal non finansial bagi perusahaan bagi stakeholdernya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Menurut peraturan perundang-undangan tersebut diatas dijelaskan bahwasannya CSR merupakan suatu komitmen yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Komitmen tersebut diwujudkan dalam bentuk peran serta sebuah perusahaan sebagai bentuk dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional, perlu didukung oleh kelembagaan perekonomian yang kokoh dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga perusahaan tersebut dapat melaksanakan kegiatan usahanya dengan memperhatikan serta membantu dalam mensejahterakan masyarakat Indonesia.

Corporate Social Responsibility (CSR) bukan suatu amal akan tetapi merupakan suatu strategi bisnis inti perusahaan yang berkomitmen meningkatkan kesejahteraan perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan perusahaan. Citra perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR). Untuk mempertahankan eksistensinya, perusahaan yang menerapkan prinsip GCG juga akan melaksanakan CSR sebagai tanggung jawab dan melaksanakan kewajiban perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, (Aryawan, 2017:608).

Terdapat penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* berpengaruh kepada citra perusahaan. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iswanto, (2014:5), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Citra perusahaan, serta penelitian Huang et al., (2014) juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh secara bersama terhadap citra Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iswanto, (2014:5), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Citra perusahaan, serta penelitian Huang et al., (2014) juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh secara bersama terhadap citra perusahaan. (Harni & Azis, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Bank Danamon Indonesia Tbk., 2018).

Ketika melihat dalam pandangan filsafat hukum islam memberikan komitmen perusahaan kepada masyarakat sering dikenal dengan zakat. Dalam hal zakat ini merupakan salah satu ciri dari agama islam, dimana agama islam memiliki sifat kemanusiaan, sehingga zakat diwajibkan kepada orang kaya yang hartanya nisab. Selain itu zakat diperuntukan kepada orang-orang yang membutuhkan, baik yang disebut fakir miskin. Disamping itu dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai kewajiban untuk saling tolong menolong, yakni dalam Surat Al-Maidah ayat 2:

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “..... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.”. (QS. Al-Maidah: 2)

Pada ayat tersebut dijelaskan mengenai perekonomian nasional yang diselenggarakan dengan prinsip kebersamaan yang mana dalam hal ini sesuai dengan apa yang difirmankan oleh Allah SWT dalam QS. Al-Maidah: 2 mengenai tolong menolong, maka dalam konteks perusahaan inilah dengan melakukan kegiatan CSR ini. Selain itu pada ayat tersebut juga dikatakan bahwasannya dengan menggunakan prinsip yang berwawasan lingkungan, sehingga dalam konteks CSR ini dapat memperhatikan lingkungan sekitar. Maka dalam konteks filsafat ini adanya CSR ini mempunyai cita yang sangat bagus yakni memberikan atau

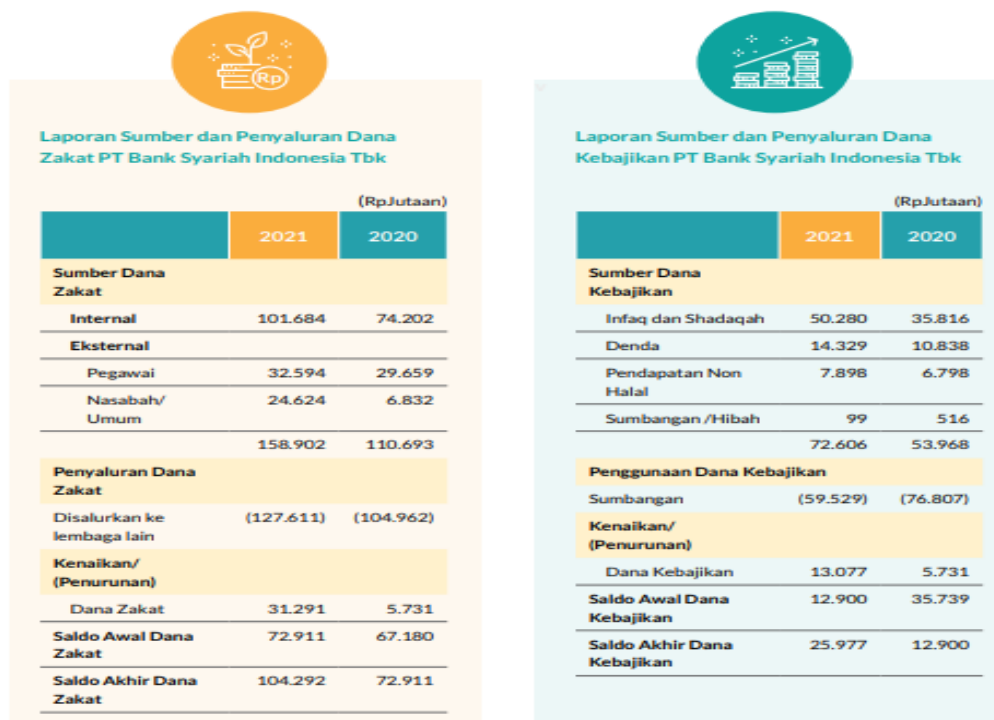
menciptakan suatu hal yang berpedoman kepada keadilan, baik keadilan yang bersifat sosial maupun keadilan yang bersifat lingkungan.

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1991. Sebelumnya, di Indonesia juga telah didirikan lembaga-perbankan nonbank yang dalam kegiatannya menerapkan sistem syariah. Pemerintah kemudian membuat peraturan untuk pelaksanaan bank syariah melalui UU No. 7 tahun 1992 (Fatinah & Fasa, 2021). Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (dual banking system), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh. (Ulfa, 2021)

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Prinsip syariah Islam yang dimaksud mencakup dengan prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram, sebagaimana yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia, Tbk pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Pada tahun 2021, BSI menyalurkan dana TJSI sebesar Rp187.140 juta, naik 2,95% dari realisasi penyaluran tahun sebelumnya sebesar Rp181.769 juta. Adapun sumber dana TJSI Bank berasal dari dana zakat (zakat perusahaan, zakat pegawai, zakat nasabah, dan zakat umum) dan dana kebajikan (infaq/shodaqoh, denda,

pendapatan non halal, dan sumbangan/hibah). Berikut rincian sumber dan penyaluran dana zakat dan dana kebajikan tahun 2021.



	2021	2020
Sumber Dana Zakat		
Internal	101.684	74.202
Eksternal		
Pegawai	32.594	29.659
Nasabah/ Umum	24.624	6.832
	158.902	110.693
Penyaluran Dana Zakat		
Disalurkan ke lembaga lain	(127.611)	(104.962)
Kenaikan/ (Penurunan)		
Dana Zakat	31.291	5.731
Saldo Awal Dana Zakat	72.911	67.180
Saldo Akhir Dana Zakat	104.292	72.911
	2021	2020
Sumber Dana Kebajikan		
Infaq dan Shadaqah	50.280	35.816
Denda	14.329	10.838
Pendapatan Non Halal	7.898	6.798
Sumbangan /Hibah	99	516
	72.606	53.968
Penggunaan Dana Kebajikan		
Sumbangan	(59.529)	(76.807)
Kenaikan/ (Penurunan)		
Dana Kebajikan	13.077	5.731
Saldo Awal Dana Kebajikan	12.900	35.739
Saldo Akhir Dana Kebajikan	25.977	12.900

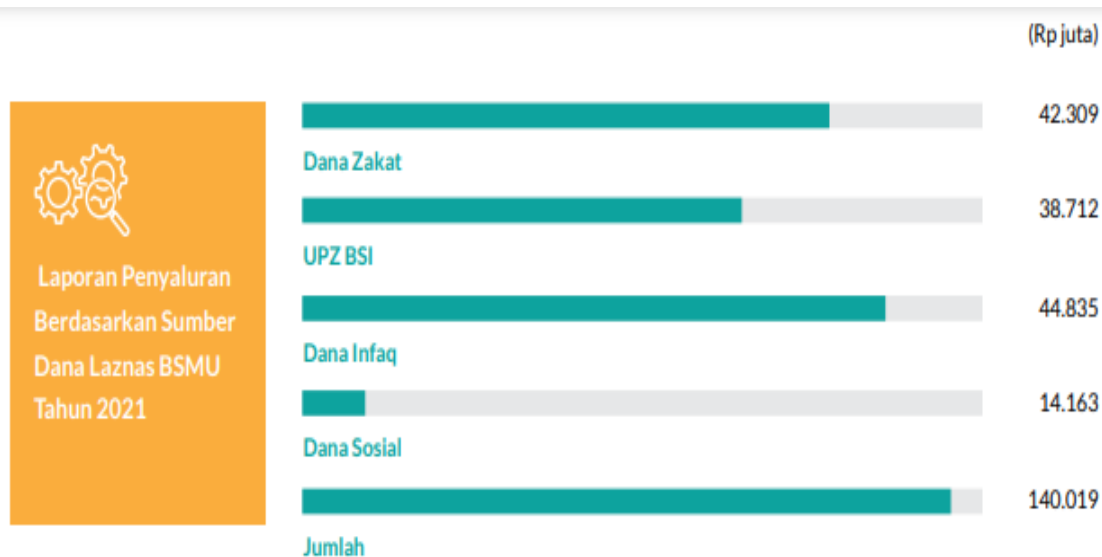
Gambar 1.1

Realisasi Penyaluran Dana Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)

Laznas BSMU adalah mitra utama BSI dalam kegiatan sosial. Adapun pendirian Yayasan BSM Umat (yang menaungi LAZNAS BSMU) dikukuhkan melalui Keputusan Menteri Agama RI No. 406 tahun 2002 tentang Pengukuhan Yayasan Bangun Sejahtera Mitra Umat sebagai Lembaga Amil Zakat, yang kemudian diberikan pembaruan Izin LAZNAS dalam Surat Keputusan (SK) Menteri Agama RI No. 1010 Tahun 2021, tanggal 06 Oktober 2021.

Pada 1 Oktober 2021, Yayasan Insan Hasanah Mulia (Hasanah Titik) resmi melakukan penandatanganan akad penggabungan kepada Yayasan Bangun Sejahtera Mitra Umat (Laznas BSMU). Penggabungan ini bertujuan untuk memaksimalkan peran sebagai lembaga pengelola Ziswaf dan Dana Sosial serta meningkatkan kualitas layanan kepada mustahik dan penerima manfaat.

Sebagai mitra BSI, Laznas BSMU telah menyalurkan Zakat, Infak & Dana Sosial sebesar Rp140.019 juta (sudah termasuk Hak Amil) untuk periode tahun 2021, dengan rincian sebagai berikut:



Keterangan : sudah termasuk hak amil

Tabel Penyaluran Berdasarkan Program Laznas BSMU Tahun 2021

(Rp juta)

Sumber Dana	Mitra Umat	Didik Umat	Simpat Umat	Total
Dana Zakat	4.234	10.671	24.989	39.894
Dana Infaq	1.035	5.178	28.451	34.664
Dana Sosial		1.986	11.708	13.694
Dana UPZ BSI	15.834	15.177	1.514	32.525
Total	21.103	33.012	66.662	120.777

(dalam Rupiah)

Jenis Kegiatan	Realisasi			Total Kegiatan	
	UPZ BSI	Zakat	Infaq		
Mitra Umat					
M1	Ketahanan Pangan	5.701.800.000	697.711.000	-	6.399.511.000
M2	Desa Berdaya Sejahtera Mandiri	9.139.229.200	741.186.000	475.000.000	10.355.415.200
M3	UKM Berdaya	2.510.967	-	251.275.000	253.785.967
M4	Bantuan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	-	2.258.543.597	202.864.000	2.461.407.597
M5	Klaster Peternakan	990.515.100	482.639.000	-	1.473.154.100
M6	Modal Usaha	500.000	53.685.000	105.500.000	159.685.000
	Jumlah Mitra Umat	15.834.555.267	4.233.764.597	1.034.639.000	21.102.958.864
Didik Umat					
D1	Sahabat Pelajar Indonesia	14.780.063.539	5.359.327.000	3.300.000	20.142.690.539
D2	Sarana & Prasarana Pendidikan	-	1.314.546.334	2.623.247.801	3.937.794.135
D3	Bantuan Beasiswa	22.200.000	3.522.946.075	404.359.400	3.949.505.475
D4	Gerakan Tetap Bisa Sekolah	-	36.299.400	-	36.299.400
D5	Beasiswa Tahfidz	374.664.669	78.454.040	766.194.613	1.219.313.322
D6	Islamic Sociopreneur Development Program	-	323.492.342	-	323.492.342
D7	Waqaf Quran	-	-	141.680.000	141.680.000
D8	Pelatihan, Workshop & Seminar	-	-	74.000.000	74.000.000
D9	Kafalah Guru	-	35.850.000	124.941.096	160.791.096
D10	BSI Scholarship	-	-	1.040.540.578	1.040.540.578
	Jumlah Didik Umat	15.176.928.208	10.670.915.191	5.178.263.488	31.026.106.887
Simpati Umat					
S1	Bantuan Kemanusiaan dan Santunan	52.400.000	10.568.645.988	3.412.317.579	4.205.903.579
S2	Kebencanaan dan Lingkungan Hidup	1.435.674.207	1.203.003.162	5.326.066.751	17.330.386.946
S3	Masjid BSM Cipularang	-	-	63.250.000	1.266.253.162
S4	Bantuan Sarana Prasarana Ibadah	25.000.000	1.743.010.550	3.677.416.559	3.702.416.559
S5	Bantuan Kesehatan	1.000.000	2.915.761.585	1.237.118.474	1.979.304.474
S6	Kurban	-	-	4.818.416.000	6.561.426.550

Jenis Kegiatan	Realisasi			Total Kegiatan
	UPZ BSI	Zakat	Infaq	
S7 Bantuan Keislaman	-	3.742.804.828	1.664.817.788	4.580.579.373
S8 Program Pusara	-	2.470.000	325.132.631	325.132.631
S9 Bantuan Ambulance	-	-	83.275.003	3.826.079.831
S10 Bantuan Sarana Prasarana Umum	-	190.445.000	171.520.000	73.990.000
S11 Program Sehat Sentral Terpadu	-	1.370.709	71.510.466	71.510.466
S12 Kafalah	-	1.124.964.485	874.377.578	1.064.822.578
S13 Mobil Mushola	-	3.697.067	8.559.026	9.929.735
S14 Masjid Cipali	-	-	3.385.000	1.128.349.485
S15 Ramadhan	-	3.435.325.000	2.613.802.732	2.617.499.799
S16 Mushola Bromo	-	-	3.487.825.000	3.487.825.000
S17 LIKES	-	-	399.749.045	3.835.074.045
S18 ATM Beras	-	44.000.000	168.000.000	168.000.000
S19 Masjid Bakauheni	-	-	44.197.600	44.197.600
S20 Kegiatan Sosial	-	13.500.000	-	44.000.000
Jumlah Simpati Umat	1.514.074.207	24.988.998.374	28.450.737.232	56.422.681.813
Jumlah	32.525.557.682	39.893.678.162	34.663.639.720	107.082.875.564

Tabel Penyaluran Dana Sosial Tahun 2021

(Rp Juta)

No.	Jenis Kegiatan	Jumlah
1	Ambulance/Kejenazahan	1.381
2	Beasiswa berprestasi dan/atau kurang mampu	480
3	Fakir-miskin	632
4	Kegiatan sosial lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah	7.059
5	Kegiatan keislaman dan dakwah	124
6	Pembangunan fasum yg berdampak sosial	1.314
7	Pembangunan Masjid/Musholla	11.579
8	Penanggulangan korban bencana	179
9	Penunjang Masjid/Musholla (di luar pembangunan)	652
10	Sarana penunjang pendidikan Islam	2.568
11	Sosialisasi, edukasi, dan literasi ekonomi syariah	446
	Jumlah	26.414

Sumber: (bankbsi.co.id 2021)

Gambar 1.2**Penyaluran berdasarkan Program Laznas BSMU Tahun 2021**

Di kota Medan program CSR yang sudah di laksanakan pada tahun 2021 bank Syariah Indonesia bersama dengan Laznas Bangun Sejahtera Mitra Umat terus memperluas jangkauan dukungan dan pendampingan pemberdayaan masjid di Medan. Kali ini bertempat di Masjid Darul Jalal, Jl. Taut/Sukaria No. 29, Kel. Sidorejo, Kec. Medan Tembung, Kota Medan. Bank Syariah Indonesia mendukung program Masjid Mandiri yang digagas oleh Pemerintah Kota Medan. Program ini merupakan komitmen Pemerintah Kota Medan dalam memperkuat peranan dan fungsi masjid yakni memaksimalkan potensi dan peranan masjid yang tidak hanya sekedar tempat ibadah, melainkan sarana pemberdayaan umat dari sisi sosial ekonomi, budaya dan pendidikan. Peranan masjid menjadi penting jika dikelola dan dikembangkan dengan tepat, transparan dan sesuai prinsip syariah.

Dukungan dan partisipasi Bank Syariah Indonesia dalam program Masjid Mandiri diberikan dalam bentuk pemberdayaan usaha masyarakat melalui penyediaan ATM beras untuk dhuafa, pengadaan 5 kios/gerobak usaha bagi UMKM binaan masjid, 1 ton beras untuk dhuafa, dan digitalisasi penyaluran ZISWAF masyarakat melalui aplikasi QRIS BSI yang bisa dapat menyalurkan ZISWAF dengan nominal berapapun.

Di perusahaan syariah cara menyikapi pengungkapan Corporate Social Responsibility seharusnya berbeda dengan perusahaan konvensional. Jika pada perusahaan konvensional pengungkapan CSR diorientasikan untuk menarik simpati investor tetapi di dalam perusahaan syariah pengungkapan CSR masih lebih mengharapkan perhatian dari para investor dan dukungan masyarakat. Seharusnya pelaksanaan CSR oleh bank syariah lebih mengorientasikan sebagai tanggung jawab kepada Allah Subhanahuwata'ala.

Kota Medan merupakan ibukota provinsi Sumatera Utara dengan luas 265,10 km². Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, kota Medan berpenduduk 2.460.858 jiwa dan memiliki 21 kecamatan. Kecamatan Medan Deli merupakan wilayah dengan jumlah penduduk paling banyak, yakni 190.822 jiwa dengan distribusi sekitar 7,75 persen dari total penduduk Kota Medan. BPS mencatat jumlah penduduk miskin di kota Medan sebanyak 193.000 jiwa. Karena masih banyaknya masyarakat miskin di kota Medan menyebabkan pelaksanaan bantuan CSR belum

merata keseluruhan masyarakat miskin, sehingga citra Bank Syariah Indonesia belum berpengaruh positif terhadap masyarakat miskin di kota Medan.

Implementasi CSR juga dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia sejak tahun 2021, tujuan implementasi CSR yang dilakukan oleh BSI untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat, mendukung implementasi praktis bisnis yang transparan dan bertanggung jawab, membangun citra positif dan menggali dukungan dari masyarakat, menggali dan memberdayakan potensi UMKM melalui penyaluran dana kemitraan, dan berpartisipasi pada program pelestarian lingkungan hidup, peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan kesejahteraan, kehidupan beragama, dan perbaikan sarana umum lainnya, dasar pelaksanaan program CSR pada BSI terdapat pada UU No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dan terdapat pada keputusan MUI No. 123/DSN-MUI/XI/2018 tentang penggunaan dana yang tidak boleh diakui sebagai pendapatan bagi lembaga keuangan syariah, lembaga bisnis syariah, dan lembaga perekonomian syariah. Pada pelaksanaan CSR tahun 2021 Bank Syariah Indonesia khususnya di kota Medan masih berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan spiritualism saja karena BSI baru dibentuk pada awal tahun 2021 sehingga program CSR yang di jalankan bank syariah Indonesia khususnya di kota Medan masih belum maksimal.

Menurut Syahnaz (2013) program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Tujuan utama CSR adalah menjadikan perusahaan tidak hanya mementingkan aspek keuangan perusahaan tetapi juga mencakup aspek kehidupan sosial serta lingkungan. Haniffa (2002) perbankan syariah seharusnya melaksanakan CSR lebih baik dibandingkan bank konvensional dikarenakan pengukuran akuntabilitas bank syariah tidak hanya kepada para stakeholder tetapi juga kepada Allah SWT. sebagai pemilik alam semesta.

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Sehingga Citra yang positif ini bisa di bentuk dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggungjawab sosial ini sebagai salah satu penghubung antara perusahaan dan masyarakat untuk

menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat sehingga akan mempengaruhi baik atau buruknya citra perusahaan.

Maka dengan ini peneliti ingin meneliti bagaimana CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk, sehingga peneliti mengangkat judul penelitian tentang **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk MEDAN”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah Indonesia masih berjalan 2 tahun
2. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah Indonesia Medan belum tercantum di website bank

C. Rumusan Masalah

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan pada BSI kota medan KC.S.Parman?
2. Bagaimana pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada BSI Kota Medan KC. S.Parman?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap citra perusahaan BSI kota medan KC S.Parman
2. Untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada BSI kota medan KC S.Parman

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Bagi Penulis

1. Sebagai persyaratan guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 2. Untuk mendapatkan wawasan dan ilmu tentang corporate social responsibility sebagai pengaruh terhadap citra perusahaan dalam strategi bisnis perusahaan.
- b. Manfaat Bagi Akademis
1. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan referensi dan masukan bagi penulis lainnya.
 2. Sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya untuk lebih baik lagi
- c. Manfaat Bagi Pembaca
1. Sebagai referensi apabila ada yang melakukan penelitian dengan topik yang sama di masa yang akan datang serta sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian pengaruh corporate social responsibility terhadap citra perusahaan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk memperoleh pembahasan yang sistematis sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memuat tentang gambaran umum dalam penelitian yaitu latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang landasan terhadap masalah yang akan di bahas dan memaparkan teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisa Pengaruh corporate social responsibility terhadap citra perusahaan pada bank syariah Indonesia Medan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, dan variabel yang di gunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil yang dicapai dalam penelitian, bagaimana pengaruh CSR terhadap citra perusahaan apakah dapat berpengaruh positif atau negatif dalam pandangan masyarakat.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang akan diberikan untuk perusahaan dan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Corporate social responsibility (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum. Selanjutnya CSR adalah kesungguhan suatu entitas bisnis untuk benar-benar menurunkan dampak yang tidak diinginkan dan meningkatkan semaksimal mungkin kegiatan operasinya terhadap seluruh stekholder dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang terus menerus (tohirin & dkk, 2018)

Wibisono mendefinisikan CSR sebagai tanggungjawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (stakeholder) untuk berlaku etis, dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Triple Bottom Line) dalam rangka untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan. Sedangkan menurut Busyra dalam Putra (2014: 26) CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut beroperasi, CSR juga dijadikan sebagai suatu upaya yang tepat untuk mengatasi dampak negatif yang akan muncul dari adanya pasar global (kartikasari, hidayat, & yulianto, 2017) Pandangan lain tentang CSR yang lebih komprehensif, disampaikan oleh Prince of Wales International Business Forum

menurut Supriatno (2007) dalam Asniwaty (2010:2) bahwa pelaksanaan CSR menyangkut lima pilar yaitu:

1. Building human, menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan (eksternal)

masyarakat. Perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*.

2. *Strengthening economies*, memberdayakan ekonomi komunitas.
3. *Assessing social cohesion*, maksudnya perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging good governance*, perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik.
5. *Protecting the environment*, perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan.

Bagai bentuk program dalam pelaksanaannya tergantung pada kebijakan perusahaan. Sen dan Bhattacharaya (2001:226) mengidentifikasi ada enam hal pokok yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* antara lain:

1. *Community Support*. antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
2. *Diversity*, antara lain merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik (cacat) atau ke dalam ras-ras tertentu.
3. *Employee Support*, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
4. *Environment*, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan.
5. *Non-U.S operations*, perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan kerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*)
6. *Product*, perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinyu dan menggunakan kemasan yang bias di daur ulang (*recycled*)

Susanto (2007) dalam Susiloadi (2008:126) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR.

1. mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung akan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
3. keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholders-nya.
5. meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset Search Worldwide, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.
6. insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khususnya lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Berdasarkan konsep Triple Bottom Line, Corporate Social Responsibility dan dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1998 pada bukunya “Canibal With Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business”. Elkington mendeskripsikan Triple Bottom Line pada istilah economic prosperity, environmental quality, dan social justice. Selain mengejar profit perusahaan juga memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Konsep Triple Bottom Line digunakan sebagai landasan dan aplikasi program Corporate Social Responsibility pada sebuah perusahaan. Tiga kepentingan yang menjadi satu ini merupakan garis besar haluan dan tujuan utama tanggung jawab sosial pada perusahaan

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inherent dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (Maqashid Syariah) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat

mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an. Sebenarnya, dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melakukan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan masyarakat tetap survive dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan.

Sebaliknya, jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua stakeholders berdasarkan kewajiban, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stress karyawan meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan distribusi kekayaan didalam masyarakat. Tujuan keadilan sosioekonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari falsafah moral Islam dan didasarkan pada komitmen yang pasti terhadap persaudaraan (brotherhood) dan kemanusiaan. (sartika & yusuf, 2015)

Falsafah moral Islam yang tercermin dalam CSR disebut dalam Al-Qur'an, yaitu:

a. Menjaga Lingkungan dan melestarikannya (QS Al-Maidah Ayat 32)

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ
الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ فَسَادٍ فِي
جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعْدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ
لَمُسْرِفُونَ

Artinya: "Oleh karena itu kami tetapkan (suatu hokum) bagi bani israil, bahwa barangsaiapa yang membunuh seseorang manusia, bukan karena orang itu membunuh orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan

dimuka bumi, maka seakan-akan dia telah membunuh semuanya” (QS: Al-maidah ayat 32).

b. Upaya untuk menghapuskan kemiskinan (Surat Al-Hasyr Ayat 7)

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا
آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “*Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya”.* (QS Al-Hasyr Ayat 7)

Berbagai macam faktor yang menjadi penyebab mengapa tanggung jawab sosial menjadi begitu penting dalam lingkup organisasi, diantaranya adalah (Sulistyaningtyas, 2006):

1. Adanya arus globalisasi, yang memberikan gambaran tentang hilangnya garis pembatas diantara berbagai wilayah di dunia sehingga menghadirkan universalitas. Dengan demikian menjadi sangat mungkin perusahaan multinasional dapat berkembang dimana saja sebagai mata rantai globalisasi.
2. Konsumen dan investor sebagai public primer organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya.
3. Sebagai bagian dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik (lebih layak dikenal dengan good corporate governance).

4. Masyarakat pada beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standard etika berorganisasi, ketika organisasi tersebut peduli pada lingkungan dan masalah social.
5. Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi pada organisasi.
6. Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

Menurut Magnan dan farel (2007) terdapat beberapa indikator yang menjadi dasar pembentukan citra perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. **Keuntungan perusahaan.** keuntungan finansial perusahaan yang pada dasarnya keuntungan didapat dari sisa pendapatan atas kegiatan perusahaan
2. **Tanggung jawab sosial.** perusahaan memiliki tanggung jawab serta peran aktif dalam memberdayakan individu, kelompok atau komunitas masyarakat.
3. **Tanggung jawab lingkungan.** perusahaan memiliki tanggung jawab serta peran aktif dalam pelestarian lingkungan khususnya di lingkungan perusahaan

2. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan (Ratih, 2009). Citra perusahaan yang spesifik, memuaskan dan efektif disampaikan secara konsisten melalui usaha-usaha pemasaran dan komunikasi agar citra yang diinginkan dapat direalisasikan (Sitinjak, 2005). Oleh karena itu, bagi perusahaan jasa yang bergerak dibidang keuangan, memiliki citra yang baik adalah sangat penting. (Laura Tjokrowibowo, 2013)

Menurut Rusdianto (2013), salah satu manfaat yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika mereka melaksanakan CSR dengan baik adalah citra perusahaan yang semakin meningkat. Program CSR merupakan salah satu

program sosial yang dijalankan dengan tujuan untuk mendirikan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar guna membangun citra yang baik bagi perusahaan, program CSR dapat diwujudkan dengan cara mengadakan kegiatan amal, bakti sosial, pengadaan beasiswa untuk kepentingan masyarakat luas yang dijalankan oleh perusahaan, dan berbagai tanggung jawab sosial lainnya yang memiliki tujuan untuk pemberdayaan dan pembangunan secara berkelanjutan. Citra perusahaan menurut Jefkins (2016) merupakan suatu hal yang berkaitan dengan perusahaan untuk membangun citra atau persepsi yang positif, yang dapat dikenal dan diterima di khalayak umum. (oktina, sari, sunardi, hanifa, & sanjaya, 2018)

Menurut Sutisna (2001:80) brand image memiliki tiga variabel pendukung, yaitu corporate image (citra perusahaan), user image (citra pemakai), dan product image (citra produk).

Perusahaan sebagai sumber terbentuknya citra perusahaan memerlukan berbagai upaya yang harus dilakukan. Informasi yang lengkap dari perusahaan dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan. pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna.

Menurut Shirley Harrison dalam Suwandi (2010: 4) informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. Personality Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
2. Reputation Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
3. Value Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4. Corporate Identity Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik.

Pada dasarnya, ada banyak manfaat yang diberikan jika suatu perusahaan memiliki citra yang positif, baik itu di kalangan para pemegang saham, investor, maupun masyarakat luas/khalayak umum. Menurut Irawan (2003) suatu perusahaan yang memiliki citra positif akan menerima manfaat sebagai berikut (*ibid*, h. 193):

1. Menarik orang-orang yang berkualitas sehingga memiliki daya saing yang tinggi.
2. Perusahaan akan memperoleh kesempatan bisnis yang jauh lebih besar daripada perusahaan dengan citra yang buruk.
3. Persentase kesuksesan produk atau layanan baru yang diluncurkan dapat jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan citra di bawah rata-rata industri.
4. Program dan aktivitas pemasaran juga menjadi lebih efisien.
5. Para investor akan lebih percaya dan akhirnya akan berpengaruh terhadap harga saham terutama bagi perusahaan yang sudah go public
6. Loyalitas pelanggan akan meningkat dan mereka relatif tidak sensitif terhadap harga.
7. Perusahaan menikmati pertumbuhan pendapatan dan laba yang lebih baik

Indikator Citra Perusahaan

Menurut Kotler dan Keller (2006), terdapat beberapa indikator yang menjadi dasar pembentukan citra perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. **Citra.** Adalah kesan atau gambaran dari publik terhadap perusahaan yang sengaja ditampilkan perusahaan
2. **Reputasi.** merupakan nilai yang diberikan kepada perusahaan yang tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk dinilai oleh publik.

3. **Value.** Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan dan referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat membantu dalam menyusun penelitian dan dapat memperkaya teori yang dikaji untuk melakukan penelitian.

Adapun tabel penelitian terdahulu yang telah membahas sekitar topik ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Dwi Harni, Elvira Azis	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pt. Bank Danamon Indonesia Tbk	Corporate Social Responsibility dan citra perusahaan	penelitian ini terbukti berhasil karena pada penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh secara positif terhadap citra perusahaan Bank Danamon Indonesia, Tbk. Dapat dikatakan pula bahwa hipotesis H0 pada penelitian ini ditolak dan H1 diterima.
2.	Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman	PENGARUH CORPORATE SOCIAL	Corporate Social Responsibility	1. Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel bebas yaitu variabel CSR

	Hidayat, Edy Yulianto	RESPONSIBILIT Y (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN MULTINASIONAL (6XUYHLSGDG. RQVXPHQ8QLO HYHUGL,QGRQ HVLD0HQJHQD L3URJUDP ³ Project Sunlight [¥] PT Unilever Indonesia Tbk.) ²⁴	ydan citra perusahaan	yang terdiri dari Ekonomi (X1), Lingkungan (X2), dan Sosial (X3) terhadap variabel Citra Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. dari hasil uji F. Hasil yang didapatkan menyatakan bahwa nilai sLJQLILNDQVL) . maka dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas.
3.	Nurjanah, Dea Rizky	PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILIT Y (CSR) TERHADAP CITRA PT.PLN KOTA PEKANBARU	Corporate Social Responsibility ydan citra perusahaan	Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan, terdapatnya pengaruh Corporate Social Responsibility (X) terhadap Citra Perusahaan PT. PLN (Persero) Area Pekanbaru (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai sig. 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent (Corporate Social Responsibility) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Citra Perusahaan) atau Ha diterima dan H0 ditolak.

4.	Viani Naufalia	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.	Corporate Social Responsibility dan citra perusahaan	pulan dan Saran Hipotesis menyatakan Corporate Social Responsibility secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Jakarta Utara.
5.	Hardiani	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Image (Citra Perusahaan) Studi Pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar	Corporate Social Responsibility dan citra perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,740, dan nilai probailitas sebesar 0,000 yang berarti variabel Corporate Social Responsibility mempengaruhi i Citra Perusahaan secara signifikan.
6.	Maya Sari	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT Telekomunikasi Seluler	Crporate Social Responsibility dan Citra perusahaan	Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistik. Analisis data menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS) dibantu dengan SPSS for Windows 23.00. Hasil pengujian dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel community support (X1) dan product (X2) berpengaruh

7.	Alamsjah	Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan PT Hadji Kalla	CSR dan Citra PERusahaan	<p>signifikan terhadap citra perusahaan (Y).</p> <p>Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) diperusahaan pada PT. Hadji Kalla Cab Sultan Alauddin Makassar yang terdiri dari Community Support, Diversity, Employee Support dan Environment. Besarnya pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) yang terdiri dari variabel profit, people dan planet terhadap citra perusahaan pada PT. Hadji Kalla Cab Sultan Alauddin, Makassar adalah 66,8%. CSR ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada PT. Hadji Kalla Cab Sultan Alauddin, Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($64,450 > 2,699$) dan probabilitas kesalahan kurang dari atau sama dengan 5%. Variabel people memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap citra perusahaan pada PT. Hadji Kalla Cab Sultan Alauddin, Makassar</p>
----	----------	---	--------------------------	---

				dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan perbandingan nilai Uji T variabel people lebih besar dari variabel lainnya yaitu 6,359.
8.	Silvania Mira Vegawati Srikandi Kumadji Dahlan Fanani	Pengaruh Program CSR Terhadap Citra perusahaan. (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang)	CSR dan Citra Perusahaan	Hasil pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa pada keenam variabel memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Variabel Employee Support berpengaruh dominan terhadap Citra perusahaan karena memiliki nilai koefisien Beta yang tertinggi yaitu sebesar 0,674 dan thitung yang tertinggi sebesar 4,105 dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya
9	Husni Falah Wijaya Edy Yulianto Yusri Abdillah	Pengaruh CSR Terhadap Citra Perusahaan PT.Pindat	CSR dan Citra Perusahaan	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabelvariabel dalam konsep CSR secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan hubungan yang signifikan terhadap Citra

				<p>Perusahaan. Secara bersama-sama nilai sig.F 0,000, sedangkan secara parsial variabel Aspek Sosial menunjukkan nilai sig t sebesar 0,011. Variabel Aspek Ekonomi menunjukkan nilai sig t sebesar 0,001. Variabel Aspek Lingkungan menunjukkan nilai sig t sebesar 0,004. Diketahui juga variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel Citra Perusahaan adalah variabel Aspek Ekonomi. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat mempunyai penilaian yang cukup baik terhadap program CSR dari PT. PINDAD (Persero), meskipun demikian diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari programprogram CSR yang dijalankan</p>
--	--	--	--	---

10	Risna nurjannah dan ade Sofyan munazid	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate social responsibility terhadap Citra Perusahaan	CSR dan Citra Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan corporate social responsibility berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan di bank syariah. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan corporate social responsibility berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan di bank syariah pada tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%.
----	---	--	-----------------------------	---

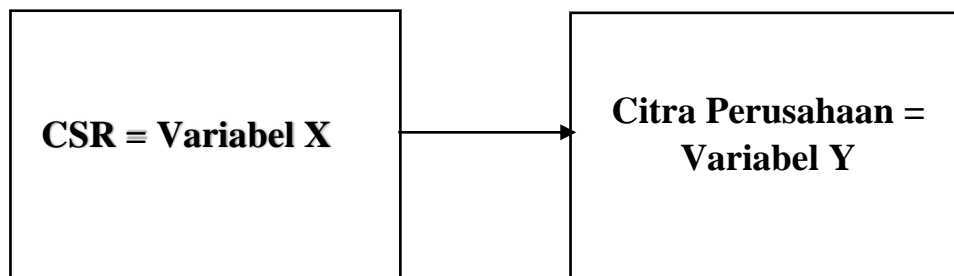
Penelitian terdahulu merupakan penelitian dimana objek dan variable penelitiannya hamper sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan perbandingan terhadap penelitian yang akan dilaksanakan. Berkaitan dengan penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Medan

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada umumnya menguraikan landasan teori baik grand theory maupun teori pendukung yang menjadi kajian penelitiannya, sesuai variabel yang diteliti dilengkapi skema kerangka pemikiran yang menggambarkan keseluruhan variabel penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini di fokuskan pada Pengaruh *Corporate Social responsibility* Terhadap Citra

Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Medan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu :

Gambar 2.3 Kerangka pemikiran



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah, dimana rumusan masalah sudah dalam bentuk kalimat pertanyaan. Diartikan sementara, karena jawaban - jawaban masih didapatkan dari teori - teori yang relevan, belum berdasarkan fakta - fakta empiris melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis merupakan jawaban teoritis dari rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik. Penelitian yang menggunakan hipotesis merupakan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian kualitatif tidak menggunakan hipotesis. Dengan menguji hipotesis diharapkan dapat menemukan solusi untuk mengatasi masalah tersebut (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan rancangan penelitian maka hipotesis penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Medan

H_a : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap citra perusahaan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu sebuah pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data yang ada dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2014).

Jenis penelitian yang digunakan untuk membahas dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif-inferensial, karena dalam penelitian ini peneliti menjelaskan setiap variabel yang ada serta menjelaskan hubungan yang ada diantara setiap variabel.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dimana akan dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Sedangkan unit analisis yang dituju dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia Medan

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan pada pengertian tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya unsur yaitu pelaku, tempat, dan kegiatan yang dapat diobservasi (Nasution, 2003:43). Lokasi dari penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KC Medan S.Parman yang beralamatkan di Jl. S.Parman No.250E/8 Medan

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Sampel yang diambil harus benar-benar mewakili seluruh populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat, Jl. Taut/Sukaria Kel. Sidorejo, Kec. Medan Tembung, Kota Medan yaitu diambil dari data jumlah masyarakat, Jl. Taut/Sukaria, Kel. Sidorejo, Kec. Medan Tembung, Kota Medan. Dimana jumlah masyarakat sebanyak 230 orang.

(Pradana & Reventiary, 2016) Sampel merupakan bagian populasi yang akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Wawan dan Dewi, 2010 : 68).

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, yaitu menggunakan rumus Slovin (Umar, 2008:141) dengan asumsi harus berdistribusi normal homogeny serta populasi sudah diketahui (Riduwan dan Koncoro, 2008:44). Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini digunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *margin of error* merupakan besaran kesalan yang ditetapkan dengan menggunakan nilai e yaitu sebesar 10%

Maka :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{230}{1+230 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{230}{1+ (230 x 0,01)}$$

$$n = \frac{230}{3,3}$$

$$n = 70$$

D. Defenisi Operasional Variabel

a. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

- a. *Corporate Social Responsibility* (X) Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum. Selanjutnya CSR adalah kesungguhan suatu entitas bisnis untuk benar-benar menurunkan dampak yang tidak diinginkan dan meningkatkan semaksimal mungkin kegiatan operasinya terhadap seluruh stakeholder dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang terus menerus.
- b. Citra perusahaan (Y) Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan, Citra

perusahaan yang spesifik, memuaskan dan efektif disampaikan secara konsisten melalui usaha-usaha pemasaran dan komunikasi agar citra yang diinginkan dapat direalisasikan. Oleh karena itu, bagi perusahaan jasa yang bergerak dibidang keuangan, memiliki citra yang baik adalah sangat penting.

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	<i>Corporate social responsibility</i>	CSR adalah tangu jawab sosialnya dengan memberikan perhatian pada peningkatan kualitas perusahaan (<i>pofit</i>), masyarakat, khususya masyarakat sekitar (<i>people</i>),serta lingkungan hidup (<i>planet</i>). (magnan dan farel dalam susanto, 2007)	<i>Corporate Social Responsibility</i> dapat dikategorikan lebih ringkas dalam tiga indikator (Lukas & Farrel, 2000) : 1. Keuntungan perusahaan 2. Tanggung jawab social 3. Tanggung jawab lingkungan	Likert
2	Citra Perusahaan	Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan,dan disimpan dalam Beenak seseorang. (koteler dan keler, 2006)	Menurut (Kotler, 2000:250) menjelaskan bahwa indikator dalam Citra Perusahaan yaitu : 1. Citra 2. Reputasi 3. Value	Likert

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian, karyawan Bank Syariah Indonesia yang akan memberikan data tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Tbk, Medan. Kemudian data sekunder, yakni data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data sekunder dalam penelitian ini di peroleh dari sumber internet, jurnal dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. (Wahidmurni, 2017)

Penelitian ini dilakukan secara langsung kepada subyek penelitian, yaitu karyawan Bank Syariah Indonesia Medan. Dengan melakukan penelitian lapangan, peneliti akan mendapatkan data primer yang merupakan data utama untuk melakukan proses hitungan statistik. Adapun cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data primer tersebut adalah melalui kuesioner.

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini kuesioner akan disebar dan diisi langsung oleh responden. Adapun kuesioner akan berisi daftar pernyataan yang ditujukan kepada responden karyawan Bank Syariah Indonesia Medan untuk memperoleh data tentang pilihan pernyataannya atas pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Medan.

Skala pengukuran yang digunakan di dalam kuesioner adalah skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan menggunakan skala *likert*, maka di dalam instrumen penelitian telah disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pernyataan dan responden dapat memilih satu dari berbagai alternatif jawaban yang sesuai, dimana setiap butir bernilai 1 sampai dengan 5 disesuaikan dengan alternatif-alternatif jawaban yang dipilih dari masing-masing pernyataan (Sugiono, 2010). Berikut dapat dilihat skala penilaian di tabel 3 :

Tabel 3. 3 Skala Penilaian berdasarkan Skala Likert

Skala Penelitian	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiono, 2010)

F. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data. ini berarti, dengan menggunakan alat-alat tersebut data dikumpulkan.

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini berupa angket. Uji coba instrumen penelitian dilakukan ketika dikeluarkannya surat izin dan akan dilaksanakan kurang lebih selama 1 bulan di Bank Syariah Indonesia KC S.parman Medan dengan jumlah responden sebanyak 70 orang. Instrumen yang diujicobakan berjumlah 30 butir pernyataan, dimana 15 butir pernyataan untuk variabel *corporate social responsibility*, 15 butir pernyataan untuk variabel citra perusahaan.

G. Uji Prasyarat

Uji Prasyarat merupakan konsep dasar untuk menetapkan statistik uji mana yang diperlukan, apakah uji menggunakan statistic parametric atau non parametric variansi populasi, uji normalitas untuk sebaran data hasil penelitian. Adapun uji prasyarat dalam penelitian ini akan di jabarkan sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

Syarat penting dalam sebuah kuesioner adalah valid dan reliable dalam sebuah angket. Suatu angket dapat dikatakan valid apabila pertanyaan/pernyataan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh angket tersebut.

a. Uji Validasi

Uji validasi adalah sebuah indeks yang menunjukkan alat ukur yang benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Validasi ini juga mengangkat akurasi instrument. Untuk melihat soal valid atau tidak dapat dilakukan dengan nilai *sig* atau nilai *correlation* yang diperoleh. Berdasarkan nilai signifikan, Jika nilai signifikan $<0,1$ maka pertanyaan valid, jika nilai signifikan $>0,1$, maka pernyataan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan kesesuaian alat ukur dengan alat yang diukur, sehingga alat ukur itu dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut Sugiyono (2019:132) Uji reabilitas ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh alat yang akan diukur dan dapat diandalkan atau dipercaya.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individu diukur dengan menggunakan uji statistic. Uji parsial (Uji t) smapel ini tergolong hipotesis deskriptif. Uji signifikansi koefesien korelasi parsial ini digunakan untuk menguji hubungan yang terjadi untuk berlaku untuk populasi. Ketentuannya adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > + t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a
- 2) Jika $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Firdaus (2004:88) bahwa Uji F digunakan untuk menguji pengarih suatu variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel yang terikat.²⁹

- 1) Dengan membandingkan nilai F hitung F tabel, $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap suatu variabel dependen.
- 2) Dengan membandingkan nilai F hitung dan f tabel, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_1 ditolak. Berarti masing-masing variabel independen

secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap suatu variabel yang dependen.

c. Uji Koefisien Determiniasi (Uji R^2)

Menurut Sugiyono (2016:182) Uji determiniasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan dari variabel X terdapat Variabel Y yang menunjukkan keragaman nilai variabel X yang bisa dijelaskan oleh variabel Y. R^2 adalah 0, maka tidak sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel X yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel Y. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y adlaah sempurna, atau variasi variabel X yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1991. Sebelumnya, di Indonesia juga telah didirikan lembaga-perbankan nonbank yang dalam kegiatannya menerapkan sistem syariah. Pemerintah kemudian membuat peraturan untuk pelaksanaan bank syariah melalui UU No. 7 tahun 1992 (Fatinah & Fasa, 2021). Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (dual banking system), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Prinsip syariah Islam yang dimaksud mencakup dengan prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram, sebagaimana yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia, Tbk pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen

pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

2. Visi dan misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

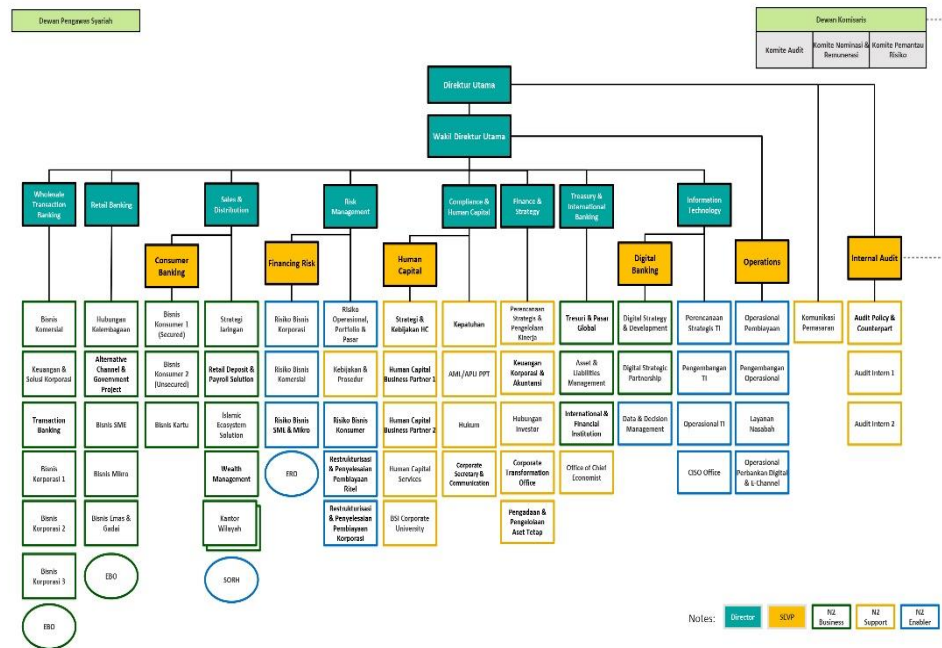
Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Sebuah organisasi agar semua kegiatan berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuan, perlu adanya suatu struktur organisasi dan pembagian kerja (*Job Description*) yang jelas. Struktur organisasi yang baik harus menggambarkan dengan jelas wewenang atau tanggung jawab serta fungsi. Fungsi dari setiap bagian yang ada dalam perusahaan, yang mana dalam hal ini merupakan salah satu syarat terciptanya suatu pengendalian internal yang memadai. Adapun struktur organisasi Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Perusahaan

Sumber : Bankbsi.co.id

4. Logo perusahaan



Gambar 4.1 Logo Perusahaan

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik Responden		Frequency	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	36	51
	Perempuan	34	49
Total		70	100

Sumber : Pengolahan data, 2022

Berdasarkan data deskripsi dari tabel diatas dapat diketahui bahwa presentasi responden 70 orang dengan presentasi sebesar 49% perempuan dan 51% laki-laki, sehingga yang mendominasi dalam penelitian ni adalah responden laki laki.

2. Usia

**Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan usia**

Karakteristik Responden		Frequency	%
Usia	22 – 32	40	57
	32 – 42	30	43
Total		70	100

Sumber : Pengolahan data, 2022

Berdasarkan data deskripsi dari tabel diatas dapat diketahui bahwa persentasi responden yang berusia 22-32 tahun dalam penelitian ini sebanyak 40 orang dengan presentasi 57%, dan responden berusia 32-42 tahun dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dengan presentasi 43%. Sehingga yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden berusia 22-32 tahun.

C. Penyajian Data

Di bawah ini akan di lampirkan persentasi jawaban dari setiap pernyataan yang telah disebarkan kepada responden.

Tabel 4.3

Presentasi Jawaban Responden *Corporate Social Responsibility* (X1)

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	34	48	35	50	1	2	0	0	0	0	70	100
2	38	54	29	41	2	2	1	1	0	0	70	100
3	20	28	48	68	1	1	1	1	0	0	70	100
4	60	60	10	10	0	0	0	0	0	0	70	100
5	27	38	41	58	1	1	1	1	0	0	70	100
6	19	27	50	71	1	1	0	0	0	0	70	100
7	19	27	31	44	12	17	8	11	0	0	70	100
8	46	65	21	30	3	4	0	0	0	0	70	100
9	33	47	27	38	5	7	5	7	0	0	70	100
10	25	35	30	42	13	18	7	10	0	0	70	100
11	44	62	14	20	12	17	0	0	0	0	70	100
12	27	38	19	27	2	2	1	1	0	0	70	100
13	34	48	20	28	6	8	2	3	0	0	70	100
14	35	50	25	35	7	10	3	4	0	0	70	100
15	39	55	28	40	1	1	1	1	0	0	70	100

Sumber : Pengolahan data, 2022

Dari tabel diatas presentasi jawaban dengan memilih sangat setuju tertinggi 60% terendah 19%, responden memilih setuju dengan presentasi tertinggi 50% terendah 14%, responden memilih kurang setuju dengan presentasi tertinggi 18% terendah 0%, responden memilih tidak setuju dengan presentasi tertinggi 11% terendah 0%, dan responden memilih sangat tidak setuju presentasi tertinggi 0%.

Tabel 4.4

Presentasi Jawaban Responden Citra Perusahaan (Y)

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	33	47	27	38	5	7	5	7	0	0	70	100
2	25	35	30	42	13	18	7	10	0	0	70	100
3	44	62	14	20	12	17	0	0	0	0	70	100
4	27	38	19	27	2	2	1	1	0	0	70	100
5	45	64	24	34	1	2	0	0	0	0	70	100
6	22	31	42	60	4	5	2	3	0	0	70	100
7	23	32	25	35	9	12	3	4	0	0	70	100

8	34	48	25	35	1	2	2	7	0	0	70	100
9	35	50	25	35	7	10	3	4	0	0	70	100
10	15	21	40	57	9	12	6	8	0	0	70	100
11	57	81	11	15	2	3	0	0	0	0	70	100
12	41	58	22	32	7	10	0	0	0	0	70	100
13	27	38	41	58	1	1	1	1	0	0	70	100
14	19	27	50	71	1	1	0	0	0	0	70	100
15	27	38	22	31	19	27	2	3	0	0	70	100

Sumber : Pengolahan data, 2022

Dari tabel diatas presentasi jawaban dengan memilih sangat setuju tertinggi 81% terendah 21%, responden memilih jawaban setuju presentasi tertinggi 70% terendah 15%, responden memilih jawaban kurang setuju dengan presentasi tertinggi 18% terendah 1%, dan responden memilih jawaban tidak setuju presentasi tertinggi 10%. dan terendah 0%.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Data

b. Uji Validitas

1) Variabel *Corporate Social Responsibility* (X)

Uji signifikansi dalam uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dalam penelitian dengan $n=70$ maka $df=n-2 = 70-2=68$ yaitu 0,195 (diperoleh dari hasil r_{tabel}). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid maka valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel *Corporate Social Responsibility*

Item	r_{hitung}	Tanda	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,397	>	0,195	VALID
P2	0,508	>	0,195	VALID
P3	0,495	>	0,195	VALID
P4	0,622	>	0,195	VALID
P5	0,528	>	0,195	VALID
P6	0,201	>	0,195	VALID
P7	0,198	>	0,195	VALID

P8	0,242	>	0,195	VALID
P9	0,221	>	0,195	VALID
P10	0,214	>	0,195	VALID
P11	0,203	>	0,195	VALID
P12	0,397	>	0,195	VALID
P13	0,298	>	0,195	VALID
P14	0,518	>	0,195	VALID
P15	0,565	>	0,195	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel 4.5, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} pada butir pernyataan variabel *Corporate Social Responsibility* lebih besar dari r_{tabel} . Maka semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat dipergunakan untuk data selanjutnya.

2) Uji Validitas Citra Perusahaan (Y)

Variabel Citra Perusahaan diukur melalui pernyataan P16 sampai P30. Pada hasil uji validitas Citra Perusahaan, di peroleh nilai r_{tabel} sebesar 0,195 dan taraf signifikan 95% ($\alpha = 0,1$). Dari 15 butir pernyataan pada variabel Citra Perusahaan diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS* versi 25 dan di dapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Item	r_{hitung}	Tanda	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,483	>	0,195	VALID
P2	0,524	>	0,195	VALID
P3	0,464	>	0,195	VALID
P4	0,644	>	0,195	VALID
P5	0,535	>	0,195	VALID
P6	0,295	>	0,195	VALID

P7	0,213	>	0,195	VALID
P8	0,283	>	0,195	VALID
P9	0,330	>	0,195	VALID
P10	0,331	>	0,195	VALID
P11	0,196	>	0,195	VALID
P12	0,483	>	0,195	VALID
P13	0,361	>	0,195	VALID
P14	0,530	>	0,195	VALID
P15	0,554	>	0,195	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel 4.6, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} pada butir pernyataan variabel Citra Perusahaan lebih besar dari r_{tabel} . Maka semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat dipergunakan untuk data selanjutnya.

c. Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Penelitian

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	$\geq 0,195$	Kesimpulan
1	<i>Corporate Social responsibility</i>	0.626	$\geq 0,195$	Reliabel
2	Citra Perusahaan	0.643	$\geq 0,195$	Reliabel

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas kuesioner pada masing-masing variabel dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bahwa kuesioner pada masing-masing variabel sangat reliable dengan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,195 dan tingkat reliabilitas tinggi.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial dengan Ttest (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Uji-t atau t test adalah salah satu uji statistik untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam membedakan rata-rata pada dua populasi. Uji statistik dimana statistik uji memiliki distribusi-F dibawah hipotesis nol. Ini paling sering digunakan saat membandingkan model statistik yang telah dipasang ke kumpulan dat, untuk mengidentifikasi model yang paling sesuai dengan populasi dari mana data dijadikan sampel.

Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.341	5.240		2.546	.013
	Corporate Social Responsibility	.768	.090	.720	8.563	<.001

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Dasar pengambilan keputusan:

1. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

$\alpha = 10\%$

$df = n - 2 = 70 - 2 = 68$

Maka pada tingkat kesalahan $\alpha = 0.1$, diperoleh t table = 1,294

Pada table 4.11 maka bisa diperoleh untuk menguji hipotesis pada uji t, sebagai berikut :

1. Nilai koefisien regresi dari *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,768, yakni bernilai positif, dengan $t_{hitung} (8,563) > t_{tabel} 1,294$ dan signifikan $(0,01) <$

α (0,1). Hal ini menunjukkan bahwa variable *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan .

d. Uji Determinasi *Rsquare* (R^2)

Tabel 4.12

Hasil Uji Determinasi *Rsquare*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.512	2.663

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

Berdasarkan table 4.12 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Rsquare*) adalah 0.519 atau 51,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa variasi Citra perusahaan dapat dijelaskan oleh variable bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* sebesar 51,9 persen sedangkan sisanya 48,1 persen dijelaskan oleh factor lain diluar model penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. *Coporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Cira Perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Medan KC S.Parman.
2. *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Citra Perusahaan dalam beberapa aspek yaitu : Keuntungan perusahaan, Tanggungjawab Sosial, dan Tanggungjawab lingkungan. Dari ketiga aspek tersebut aspek yang paling mempengaruhi adalah keuntungan perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, maka saran dari peneliti yaitu :

1. Diharapkan kepada Bank Syariah Indonesia Medan untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan *Corporate Social Responsibility* Karena dengan peningkatan itu Citra Bank Syariah Indonesia menjadi lebih baik.
2. Bagi peneliti berikutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat pada penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai *Corporate Social Responsibility*, dan Citra Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *QUALITATIVE INQUIRY AND RESEARCH DESIGN : CHOOSING AMONG FIVE TRADITIONS*. London: Sage.
- Fauziah, K., & J., P. Y. (2013). ANALISIS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA BERDASARKAN ISLAMIC SOCIAL REPORTINGINDEKS. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 1.
- Gaspersz, V. (1991). *Ekonomitrik Terapan. Jilid 1 dan 2*. Bandung: Tarsito.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, A. S. (2010). Pengaturan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 184.
- Harni, D., & Azis, E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Bank Danamon Indonesia Tbk. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 1.
- Harni, D., & Azis, E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Bank Danamon Indonesia Tbk. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 1.
- kartikasari, n. d., hidayat, k., & yulianto, e. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN MULTINASIONAL. *ADMINISTRASI BISNIS*, 9.
- Kartikasari, N. D., Hidayat, K., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional (Survei Pada Konsumen Unilever di Indonesia Mengenai Program "Project Sunlight" PT Unilever Indonesia Tbk.). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.
- Laura Tjokrowibowo. (2013). ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM RANGKA MEMBANGUN MINAT TRANSAKSI ULANG

- (Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang). *jurnal sains pemasaranindonesia*, 150.
- marnelly, T. r. (2012). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): tinjauan teori dan prantek di indonesia. *jurnal aplikasi bisnis*, 13.
- Marnelly, T. R. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 51.
- oktina, d. a., sari, e. s., sunardi, i. a., hanifa, l. n., & sanjaya, v. f. (2018). PENGARUH PENERAPAN STRATEGI CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO)TAHUN 2018. 186.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pegaaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 4.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS Handbook : Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasis-kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Putranto, Y. A., & Kewal, S. S. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Berbasiskan Karakteristik Social Bank Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 477.
- Ramadhani, Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Fungsi Corporate social responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi*, 1.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset. In H. Sarjono, & W. Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset* (p. 53). Jakarta: Salemba Empat.

- sartika, d., & yusuf, h. (2015). analisis corporate social responsibility menurut pandangan islam. *jurnal ekonomi islam*, 24.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business A Skill Building Approach (5th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- tohirin, a., & dkk. (2018). PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITY TERHADAP FIRM VALUE. *journal acoounting*, 144.
- Ulfa, A. (2021). dampak penggabungan tiga bank di indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1.
- Utami, C. B. (2020). Pengungkapan CSR Bank Syariah: Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 220.
- Wahidmurni. (2017). PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF. *e-journal*, 7.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

ANGKET

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Responden Yth.

Saya **Alfian Azhari Rangkuti**, mahasiswa Fakultas Agama Islam, program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sedang menyusun sebuah karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul "**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Bank Syariah Indonesia Medan**". Besar harapan saya Bapak/Ibu/saudara/saudari mengisi lembar kusioner secara lengkap dan benar. Identitas Anda akan dirahasiakan, dan jawaban Anda tidak akan dipublikasikan. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Petunjuk pengisian angket

1. Mohon agar kusioner diisi untuk menjawab seluruh indicator yang telah disediakan
2. Dalam menjawab indicator-indikator ini tidak ada yang salah, oleh karena itu diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
3. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang sesuai menurut Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.
4. Saya mengucapkan terimakasih pada Anda atas partisipasi guna menyukseskan penelitian ini.

I. Identitas Responden

Nama
Hari/tanggal
Pengisian	
Jenis Kelamin	Laki-laki Perempuan
Usia	:..... Tahun (isi dengan angka)
Pendidikan	SMA D3 S1 S2

II. Petunjuk Pengisian

Jawablah pernyataan dengan memilih salah satu dari angka tersebut (1,2,3,4,5) alternative jawaban yang tersedia. Berilah skor pada kolom yang sudah tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/Saudari:

Skor	Skala Penelitian
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

SELAMAT MENGERJAKAN

A. Corporate Social Responsibility (X)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	Tujuan 1 : Untuk mengetahui Apakah CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan pada BSI kota medan	SKOR				
		1 STS	2 TS	3 KS	4 S	5 SS
INDIKATOR : Keuntungan Perusahaan						
Saya merasa, jika pelaksanaan CSR :						
1.	Keuntungan perusahaan disalurkan dalam bentuk CSR untuk meningkatkan citra BSI					
2.	Keuntungan perusahaan berperan penting dalam pelaksanaan CSR untuk menaikkan citra BSI					
3.	Penyaluran keuntungan perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas sebagai bentuk peningkatan citra perusahaan.					
4.	keuntungan perusahaan dan citra perusahaan meningkat setelah pelaksanan CSR.					
5.	keuntungan perusahaan yang bagus dapat meningkatkan citra perusahaan yang positif.					
INDIKATOR : Tanggung jawab sosial						
1.	Pelaksanaan tanggung jawab sosial melalui program CSR dapat memberikan citra positif bagi perusahaan.					

2.	Terlaksananya tanggung jawab sosial dengan baik akan memberikan citra positif kepada perusahaan.					
3.	Bentuk tanggung jawab sosial dilaksanakan melalui CSR untuk memberikan citra positif perusahaan.					
4.	Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meningkatkan citra perusahaan.					
5.	Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang tepat sasaran akan meningkatkan citra perusahaan.					
INDIKATOR : Tanggung Jawab Lingkungan						
1.	Pelaksanaan tanggung jawab lingkungan melalui program CSR dapat memberikan citra positif untuk perusahaan.					
2.	Tanggung jawab lingkungan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan citra perusahaan					
3.	Pelaksanaan tanggung jawab lingkungan yang tepat sasaran akan meningkatkan citra perusahaan.					
4.	Terlaksananya tanggung jawab lingkungan dengan baik akan memberikan citra positif kepada perusahaan.					
5.	Bentuk tanggung jawab lingkungan dilaksanakan melalui CSR untuk memberikan citra positif perusahaan.					

Citra Perusahaan (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	Tujuan 2 : Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada BSi Kota medan	SKOR				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
INDIKATOR : Citra						
Saya merasa :						
1.	CSR memberikan citra positif perusahaan sebagai citra produk yang berkualitas					
2.	Citra perusahaan naik setelah masyarakat merasakan dampak dari pelaksanaan CSR.					
3.	Dengan adanya citra produk BSI, maka citra perusahaan dipandang positif di masyarakat					
4.	masyarakat menyukai citra produk BSI,					
5.	Citra BSI meningkat setelah dilaksanakan CSR					
INDIKATOR : Reputasi						
1.	Reputasi dan citra perusahaan BSI meningkat berkat CSR.					
2.	CSR menjadi salah satu alat untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan					
3.	Perusahaan BSI memiliki reputasi citra yang baik dibanding perusahaan lainnya.					
4.	CSR berperan penting untuk meningkatkan reputasi dan citra BSI.					
5.	reputasi dan citra perusahaan dipandang positif oleh masyarakat.					

INDIKATOR : Nilai perusahaan						
1	setelah pelaksanaan CSR, Nilai dan citra BSI yang baik disbanding perusahaan lainnya					
2	CSR berperan penting untuk meningkatkan nilai dan citra BSI					
3	Nilai dan citra perusahaan BSI meningkat berkat CSR					
4.	Setelah pelaksanaan CSR, nilai dan Citra BSI menjadi positif					
5.	CSR menjadi nilai tambah perusahaan dalam meningkat citra perusahaan.					

LAMPIRAN 2

A. DATA TABULASI

Variabel *Corporate Social Responsibility* (X)

Res p	pernyataan															tota l
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	
1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	61
2	5	5	4	4	4	2	4	2	5	5	3	5	4	5	4	61
3	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	5	2	4	5	58
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	60
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	5	4	5	61
6	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	62
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	60
8	5	2	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	2	4	55
9	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	54
10	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	58
11	5	4	2	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	2	58
12	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	58
13	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	69
14	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	60
15	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	52
17	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	3	4	4	58
18	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	58
19	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	61
20	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	55
21	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	2	58
22	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	55
23	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	63
24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	57
25	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	2	4	4	59
26	4	5	4	5	4	5	5	3	3	2	3	4	4	5	4	60
27	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	60
28	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
29	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
30	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	61
32	5	5	4	4	4	2	4	2	5	5	3	5	4	5	4	61
33	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	5	2	4	5	58
34	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	60

35	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	5	4	5	61
36	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	62
37	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	60
38	5	2	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	2	4	55
39	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	54
40	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	58
41	5	4	2	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	2	58
42	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	58
43	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	69
44	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	60
45	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	52
47	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	3	4	4	58
48	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	58
49	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	61
50	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	55
51	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	2	58
52	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	55
53	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	63
54	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	57
55	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	2	4	4	59
56	4	5	4	5	4	5	5	3	3	2	3	4	4	5	4	60
57	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	60
58	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
59	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
60	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
61	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	2	4	4	59
62	4	5	4	5	4	5	5	3	3	2	3	4	4	5	4	60
63	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	60
64	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
65	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
66	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
67	4	5	4	5	4	5	5	3	3	2	3	4	4	5	4	60
68	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	60
69	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
70	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57

Variabel Citra Perusahaan (Y)

Res p	pernyataan															tot al
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	
1	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	54
2	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	58
3	5	4	2	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	2	58
4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	58
5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	69
6	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	62
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	60
8	5	2	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	2	4	55
9	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	54
10	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	58
11	5	4	2	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	2	58
12	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	58
13	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	69
14	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	60
15	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	52
17	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	3	4	4	58
18	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	58
19	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	61
20	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	55
21	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	2	58
22	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	55
23	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	63
24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	57
25	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	2	4	4	59
26	4	5	4	5	4	5	5	3	3	2	3	4	4	5	4	60
27	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	60
28	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
29	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
30	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	61
32	5	5	4	4	4	2	4	2	5	5	3	5	4	5	4	61
33	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	5	2	4	5	58
34	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	60

35	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	5	4	5	61
36	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	62
37	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	60
38	5	2	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	2	4	55
39	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	3	54
40	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	58
41	5	4	2	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	2	58
42	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	58
43	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	69
44	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	60
45	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	52
47	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	3	4	4	58
48	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	58
49	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	61
50	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	55
51	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	2	58
52	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
53	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
54	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	2	4	4	59
55	4	5	4	5	4	5	5	3	3	5	3	4	4	5	4	63
56	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	63
57	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
58	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
59	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
60	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	58
61	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	61
62	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	55
63	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	2	58
64	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
65	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
66	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57
67	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	2	58
68	3	3	3	3	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	50
69	5	5	3	3	3	5	4	2	3	3	3	5	5	5	3	57
70	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	57

LAMPIRAN 3

A. UJI VALIDITAS VARIABEL X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	112.31	47.929	.397	.607
item_2	112.51	46.746	.508	.598
item_3	112.57	46.046	.495	.595
item_4	112.70	45.372	.622	.585
item_5	112.81	46.298	.528	.595
item_6	112.40	52.910	.201	.655
item_7	112.80	52.568	.198	.655
item_8	112.90	48.642	.242	.623
item_9	112.61	50.356	.221	.636
item_10	113.17	49.333	.214	.632
item_11	113.04	48.911	.203	.623
item_12	112.31	47.929	.397	.607
item_13	112.79	47.852	.298	.619
item_14	112.57	46.683	.518	.597
item_15	112.77	45.164	.565	.587
skor_total	58.29	12.758	1.000	.374

B. UJI VALIDITAS VARIABEL Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	112.00	54.290	.483	.622
item_2	112.20	53.264	.524	.616
item_3	112.31	52.885	.464	.618
item_4	112.47	51.528	.644	.602
item_5	112.51	52.485	.535	.612
item_6	112.11	59.929	.295	.667
item_7	112.59	60.913	.213	.676

item_8	112.49	55.036	.283	.637
item_9	112.34	57.359	.330	.651
item_10	112.67	54.485	.331	.632
item_11	112.63	56.382	.196	.644
item_12	112.00	54.290	.483	.622
item_13	112.43	53.930	.361	.629
item_14	112.31	53.204	.530	.615
item_15	112.66	51.678	.554	.607
skor_total	58.13	14.519	1.000	.439

C. Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.626	15

D. Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.643	15

E. Uji Ttest

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	13.341	5.240	Beta	2.546	.013

Corporate Social Responsibility	.768	.090	.720	8.563	<.001
---------------------------------	------	------	------	-------	-------

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

F. UJI DETERMINASI *Rsquare* (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.512	2.663

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.59/SK/DBAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth : Dekan FAI UMSU

08 Dzulqa'idah 1443 H
08 Juni 2022 M

Di -
Tempat

Dengan Hormat :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfian Azhari Rangkuti
NPM : 1801280116
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumulatif : 3,64



Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Medan	<i>[Signature]</i> 8-6-2022	Selamat Pohan, M.	<i>[Signature]</i>
2	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Kasus PT mahkota Group)	-	-	-
3	Pengaruh Penerapan Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT Mahkota Group Tbk	-	-	-

NB: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi FAI UMSU
Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Alfian Azhari Rangkuti

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila kunjungi surat ini agar diketahui
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No 89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id fai@umsu.ac.id umsumedan unsumedan umsumedan

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari **Kamis, 25 Agustus 2022** telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Alfian Azhari Rangkuti
Npm : 1801280116
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Syariah Indonesia Medan

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	OK
Bab I	Perbaiki identifikasi masalah, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian.
Bab II	Tambah peneutian terdahulu.
Bab III	Tambah Definisi operasional
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 25 Agustus 2022

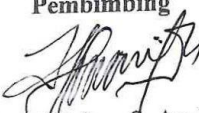
Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Sekretaris

(Syahrul Amsari, SE.Sy.,M.Si)

Pembimbing

(Selamat Pohan S. Ag, M.A)

Pembahas

(Assoc. Prof. Dr. Maya Sari, SE, AK, M.Si, CA)

22 Juni 2022
No.02/1108-3/RO II

Kepada
PT Bank Syariah Indonesia
KC Medan S. Parman
Jl. S. Parman No. 250 E/B, Medan

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Regional Medan
Jl. A. Yani No.100 Lt. IV
Medan 20111
T : (061) 4534456 (Hunting)
F : (061) 4534456
www.bankbsi.co.id

U.p.: Yth. Bapak Muhammad Rizaldy, Branch Manager

Perihal: **PELAKSANAAN PENELITIAN (RISET)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Saudara beserta seluruh staff dalam senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal di atas, dengan ini kami sampaikan pelaksanaan Riset (Penelitian) mahasiswa di Cabang Saudara dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Farendi Gilang P.	1801280101	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Umat Non Muslim Membuka Tabungan Pada BSI	KC Medan S. Parman
2	Affian Azhari R.	1801280116	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan BSI	KC Medan S. Parman


Kami sampaikan kembali bahwa selama pelaksanaan Riset, Saudara harap memperhatikan dan mematuhi ketentuan, sebagai berikut:

1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern PT Bank Syariah Indonesia Tbk. yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank;
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S.1-S.2 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma;
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkannya kepada pihak lain;
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (fotocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi;
5. Peserta melaksanakan riset selama + 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank;
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat PT Bank Syariah Indonesia Tbk.;
8. Peserta wajib menandatangani Surat Pernyataan bermaterai (terlampir);
9. Mohon untuk mengisi data pegawai magang/riset oleh SDI/GSS Area/Cabang melalui Link: <https://goo.gl/X6Y1pM>.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
REGION II MEDAN


Ahmad Widodo
RFB Deputy


Muhammad Nur Rohman
Operational Deputy

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Alfian Azhari Rangkuti
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 26 Januari 2001
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Nomor Telp/Hp : 089518308345
Email : alfianazhari292@Gmail.com
Nama Orang Tua : Ishar Efendi (Ayah) & Indriana (Ibu)

PENDIDIKAN FORMAL

2007 – 2013 : SDN 064972 Medan
2013– 2015 : SMPN 2 Medan
2015 – 2018 : MAN 2 Model Medan
2018 – Sekarang : Universitas Muhammadiyah Sumater Utara