

**IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY
(CSR) KOPERASI KREDIT “ADIL” YOGYAKARTA
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DLINGO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh

Nurul Hidayana

NIM:11230072

Pembimbing

Drs. H. Afif Rifai, M.S.

NIP. 19580807 198503 1 003

**JURUSAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: B-1046/Un.02/DD/PP.05.3/05/2017

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:
**IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY
(CSR) KOPERASI KREDIT “ADIL” YOGYAKARTA
DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DLINGO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nurul Hidayana
Nomor Induk Mahasiswa : 11230072
Telah diujikan pada : Jum'at, 28 April 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I


Drs. H. Afif Rifai, M.S.
NIP. 195808071985031003

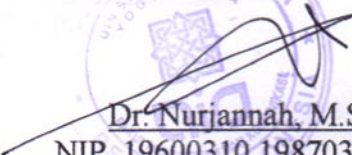
Penguji II


Drs. Mohammad Abu Suhud, M.Pd.
NIP. 196104101990011001

Penguji III


Suyanto, S.Sos., M.Si.
NIP. 196605311988011001

Yogyakarta, 28 April 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
DEKAN


Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP. 196003101987032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nurul Hidayana

NIM : 11230072

Judul Skripsi : *Implementasi Program Corporate Sosial Responsibility (CSR)*
dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Pengembangan Masyarakat Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 12 April 2017

Mengetahui:

Ketua Jurusan Pengembangan
Masyarakat Islam

Pembimbing,



Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.
NIP. 19810428 200312 1 003



Drs. H. Afif Rifai, M.S.
NIP. 19580807 198503 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurul Hidayana
NIM : 11230072
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: *Implementasi Program Corporate Sosial Responbility (CSR) Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo* adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 12 April 2017

Yang Menyatakan,



Nurul Hidayana

NIM.:11230072

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA kepada semua khususnya penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

BAPAK, IBU DAN KEDUA ADIKKU



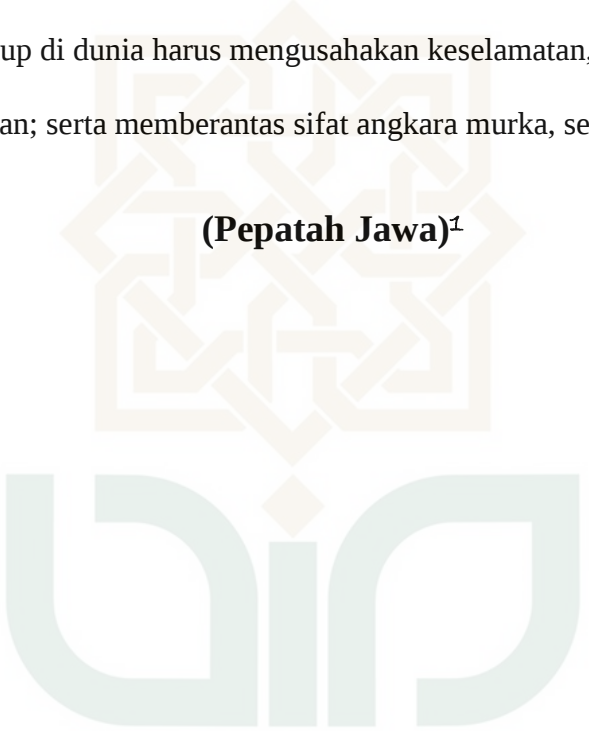
MOTTO

.....*Memayu Hayuning Bawana,*

Ambrasta Dur Hangkara.....

Manusia hidup di dunia harus mengusahakan keselamatan, kebahagiaan, dan kesejahteraan; serta memberantas sifat angkara murka, serakah dan tamak.

(Pepatah Jawa)¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Demokrasi dan Falsafah *Hamemayu Hayuning Bawono* Untuk Kelestarian Lingkungan Hidup oleh Dr-Ing. Ir. Agus Maryono di akses Januari 2017.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنَّ هَدَانَا اللَّهُ ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ

إِلَّا اللَّهُ وَاحِدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ، لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ

Segala Puji bagi Allah SWT, Solawat serta salam semoga tetap terhaturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, Keluarga dan Para Sahabatnya dan semoga sampai kepada kita.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian tentang “**Implementasi program Corporate Sosial Responbility (CSR) Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo**”. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya dorongan, bimbingan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjannah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf-stafnya.
3. Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si. selaku ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam.
4. Bapak Drs. H. Muhammad Hafiun, M.Pd. selaku Pembimbing Akademik.

5. Bapak Drs. H. Afif Rifai, M.S. selaku pembimbing skripsi, yang telah memberi arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Suyanto, S.Sos., M.Si. yang telah membantu penulis dari awal kuliah sampai selesainya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, penulis ucapkan terimakasih atas ilmu yang telah di berikan.
8. Pihak Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta, (Bapak Mursidik, Bapak, Zukron, Bapak Sugeng, Mbak Rika Yunita dan seluruh pegawai yang telah membantu dalam penelitian ini).
9. Bapak Camat kecamatan Dlingo beserta pamongnya yang telah memberikan izin, fasilitas dan informasi terkait penelitian.
10. Seluruh warga Dlingo yang telah memberikan informasi dalam penelitian.
11. Semua instansi yang telah meberikan izin penelitian sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik.
12. Keluarga besar Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) terutama angkatan 2011 yang telah menemani penulis dalam menuntut ilmu dan menyelesaikan skripsi ini. Kalian adalah teman seperjuangan yang tidak akan terlupakan.
13. Keluarga besar Pondok Pesatren AR-RAMLY, Bapak K.H. Ahmad Zabidi Marzuqi, Ibu Nyai Yasunnah, Mas Azmi, Mas Haqi, dan seluruh santri putra maupun putri yang selalu memotivasi dalam penyesaian skripsi ini.

14. Kedua orang tuaku, serta kedua adikku yang selalu memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
15. Pihak pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak mungkin di sebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak tersebut, mudah-mudahan amal baik yang telah di berikan di balas oleh Allah SWT dan mendapat limpahan Berkah dari ALLAH SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan guna kebaikan skripsi ini. Mudah mudahan skripsi ini memberikan manfaat khususnya bagi penulis pribadi, dan pihak yang berkepentingan untuk di jadikan bahan referenensi dan evaluasi, amiin.

Yogyakarta, 12 April 2017

Penulis,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nurul Hidayana
Nim : 11230072

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Implementasi Program Corporate Sosial Responsibility* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo”. Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial baik itu dalam lingkup internal perusahaan maupun eksternal. Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta adalah salah satu badan hukum yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana bentuk dan implementasi *Corporate Sosial Responsibility* di Koperasi Kredit Adil Yogyakarta? Dampak yang dari implementasi bagi masyarakat maupun bagi Koperasi “Adil” Yogyakarta? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja bentuk program, bagaimana Pelaksanaan, serta bagaimana dampak dari pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* yang di lakukan oleh Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian berdasarkan data empiris, bersifat *diskriptif kualitatif*. Penelitian ini berusaha untuk mengungkapkan data-data fakta yang tampak, apa adanya dengan menggunakan metode *interview*, *observasi*, dan *documentasi*. Sedangkan untuk menganalisis data dilakukan dengan memberi makna terhadap data yang berhasil dikumpulkan.

Hasil penelitian di temukan bahwa bentuk dan pelaksanaan program *Corporate Sosial responsibility* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta di antaranya: di bidang pendayagunaan UMKM yaitu pelatihan kewirausahaan dan dukungan pendanaan bagi UMKM. Bidang pendidikan, pemberian beasiswa dan pemagangan siswa SLTA. Bidang infrastruktur, pembangunan fasilitas tempat ibadah. Bidang kebudayaan berupa sokongan dana kegiatan adat setempat. Bidang kesehatan peningkatan gizi dan dana berobat. Penguatan kapasitas yaitu dukungan terhadap organisasi masyarakat. Pelaksanaan tersebut memberikan dampak bagi masyarakat yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan ekonomi masyarakat. Bagi koperasi pelaksanaan tersebut meningkatkan reputasi koperasi di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program *Corporate Sosial Responsibility* Koperasi Kredit “Adil” dalam Pemberdayaan masyarakat Dlingo belum dapat mencapai hasil maksimal artinya masyarakat belum dapat mandiri, kedepannya diharapkan program *Corporate Sosial Responsibility* Koperasi Kredit Adil Yogyakarta banyak yang bersifat *Empowerment*.

Kata Kunci: *Implementasi, Corporate Sosial Responsibility, Pemberdayaan Masyarakat.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1: PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Kerangka Teori	12

H. Metode Penelitian	33
I. Sistematika Pembahasan.....	40

BAB II: GAMBARAN UMUM KOPERASI KREDIT “ADIL” YOGYAKARTA

A. Profil Koprasi Kredit “Adil” Yogyakarta.....	42
1. Identitas Koperasi	42
2. Sejarah Perkembangan.....	42
3. Logo Koperasi.....	44
4. Taq Line Koperasi.....	44
5. Visi dan Misi.....	44
6. Jenis koperasi.....	45
7. Struktur Organisasi Koperasi	46
8. Tujuan	48
9. Produk layanan	49
10. Keanggotaan	52
11. Permodalan	53
12. Jalinan Kerjasama	54
13. Prestasi	55
B. <i>Corporate Sosial Responbility</i> Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta	56
1. Latar belakang.....	56
2. Program CSR dalam pemberdayaan masyarakat.....	57
3. Profil Dlingo	58

BAB III: PELAKSANAAN PROGRAM CSR KOPERASI KREDIT “ADIL”

DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DLINGO.....	60
A. Program CSR.....	60
1. Pendayagunaan UMKM.....	60
2. Pendidikan.....	63
3. Kesehatan.....	63
4. Infrastruktur	67
5. Pelestarian alam dan Budaya	68
6. Penguatan kapasitas	69
B. Implementasi	71
1. Strategi	72
a. Pedoman (<i>Guidelines</i>), dan Tata Etika (<i>Codes of Conduct</i>).....	72
b. System dan Kebijakan Manajemen Korporat	72
c. Strategi Kepemimpinan Korporat dalam CSR	73
d. Komitmen di antara para <i>Stakeholders</i>	74
1). Pemerintah	74
2). Koperasi	75
3). Masyarakat	75
2. Indikator kunci keberhasilan.....	76
a. Kepemimpinan	76

b. Proporsi Bantuan.....	76
c. Transparansi dan Akuntabilitas	77
d. Cakupan Wilayah	78
e. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi.....	78
f. Pelibatan <i>Stakeholders</i>	79
g. Keberlanjutan	79
h. Hasil Nyata.....	80
1). UMKM	80
2). Pendidikan	82
3). Kesehatan.....	82
4). Infrastruktur	83
5). Pelestarian alam dan Budaya	85
3. Pelaporan	85
C. Analisis Hasil Penelitian.....	88
BAB IV: PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran-Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Strategi Kepemimpinan	20
Tabel 2 Identitas Koperasi.....	42
Tabel 3 Prestasi dan Pengharhaan Koperasi.....	56
Tabel 4 Batas Wilayah Kecamatan Dlingo.....	59
Tabel 5 Visi dan Misi Kecamatan Dlingo	59
Tabel 6 Data Demografi Berdasar data Perwilayah	60
Tabel 7 Anggota UMKM	62
Tabel 8 Identitas Penerima Beasiswa Duafa	66
Tabel 9 Identitas Penerima Bantuan Bidang Kesehatan	67
Tabel 10 Identitas Penerima Biaya Rawat dan Santunan.....	68
Tabel 11 Identitas Penerima Dana CSR Infrastruktur	69
Tabel 12 Identitas Penerima Dana CSR Kebudayaan.....	70
Tabel 13 Daftar Organisasi Penerima Dana CSR.....	71
Tabel 14 Daftar Identitas Janda dan Kurang Mampu.....	71
Tabel 15 Penggunaan Dana CSR tahun 2016	78
Tabel 16 Cakupan Wilayah Penerima CSR.....	79
Tabel 17 Cuplikan Laporan Komitmen Terhadap Masyarakat	85

DAFTAR BAGAN

		Halaman
Bagan 1	Prinsip dasar <i>Corporate Sosial Responbility (CSR)</i>	13
Bagan 2	Komitmen dan kemitraan di antara <i>Stakeholders</i>	23
Bagan 3	Struktur Organisasi Koperasi	47



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang maksud skripsi dengan judul ***Implementasi program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo***, maka perlu di kemukakan beberapa istilah sebagai berikut:

1. *Implementasi*

Secara etimologis *Implementasi* merupakan terjemahan dari kata ”*Implementation*” berasal dari kata kerja ”*to implement*” berasal dari bahasa latin ”*Implementum*” yang artinya mengisi penuh, melengkapi. Pertama ”*to implement*” di maksudkan membawa ke suatu hasil (akibat) melengkapi dan menyelesaikan. Kedua ”*to implement*” di maksudkan menyediakan sarana (alat) untuk melaksanakan sesuatu, ketiga ”*to implement*” di maksudkan menyediakan atau melengkapi dengan alat.

Implementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau mekanisme suatu sistem. *Implementasi* bukan sekadar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.¹ Yang

¹ Dadang Azwar. A, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap perusahaan, Studi Di PT Sidomuncul Semarang*, (Universitas Negeri Semarang, 2011), hal. 3.

di maksud *implementasi* dalam penelitian ini adalah *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo.

2. *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Corporate Sosial Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan yaitu dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan atau menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.²

Dalam pengertian lain *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*Profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*People*) dan lingkungan (*Planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional.³ Jadi yang di maksud *Corporate sosial responsibility (CSR)* dalam penelitian yaitu tanggung jawab yang di lakukan oleh Koperasi kredit “Adil” Yogyakarta. Sedangkan pelaksanaan yang di teliti adalah yang di laksanakan pada periode tahun 2015-2016.

3. Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta

Secara etimologi koperasi berasal dari kata “*Cooperation*” terdiri dari kata “*Co*” yang artinya bersama dan “*Operation*” yang artinya bekerja atau berusaha. Jadi kata *Cooperation* dapat di artikan bekerja bersama-sama atau usaha bersama untuk kepentingan bersama. Koperasi

² Hendrik Budi Untung, *Corporate Sosial Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal.1.

³ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 107.

adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.⁴

Kata kredit berasal dari bahasa Yunani, yaitu '*Credete*' yang artinya 'percaya'. Dalam arti luas kredit di artikan sebagai kepercayaan, yakni si pemberi kredit percaya bahwa kredit yang di salurkannya pasti akan di kembalikan sesuai perjanjian dan si penerima kredit merupakan penerima kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu. "Adil" yang di maksud adalah singkatan dari "*Anggayuh Dumadining Idaman Luhur*" yang mempunyai makna "Koperasi yang didirikan diharapkan dapat andil dalam mewujudkan sebuah keluarga dalam meraih kesejahteraan⁵"

4. Pemberdayaan Masyarakat Dlingo

Istilah Pemberdayaan di ambil dari Bahasa Inggris (*Empowerment*) berasal dari kata dasar "*Power*" yang berarti kekuatan atau dalam bahasa Indonesia artinya daya.⁶ Masyarakat adalah sekelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma, adat istiadat yang sama-sama di taati dalam lingkungannya.⁷ Pemberdayaan masyarakat adalah proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi

⁴ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1991 Tentang Perkoperasian Bab I Pasal 1.

⁵ Wawancara dengan pengurus koperasi pada 3 november 2016.

⁶ Miftahul Huda, *Pekerjaan Sosial dan Kesejahteraan Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 270.

⁷ Arifin Noor, *Ilmu Sosial Dasar Untuk IAIN Semua Fakultas dan Jurusan Komponen MKU*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 1997), hal. 85.

tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan.⁸

Berdasarkan penjelasan makna-makna di atas dapat di simpulkan bahwa penelitian dengan judul “*Implementasi Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo*” yaitu penelitian yang mengungkap tentang bentuk, *Implementasi* dan dampak *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam memberdayakan masyarakat Dlingo.

B. Latar Belakang Masalah

Menurut Busyra Azhery, perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (*Selfish*) dan atau (*Eklusifitas*) dari lingkungan masyarakat, tetapi sebagai entitas badan hukum yang wajib melakukan adaptasi sosio kultural dengan lingkungan di mana ia berada, serta dapat di mintai pertanggungjawaban layaknya subyek hukum pada umumnya.⁹

Perusahaan sebagai entitas badan hukum memiliki tanggung jawab sosial perusahaan atau di kenal sebagai *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Tanggung jawab sosial perusahaan lebih merupakan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak secara lebih luas (*Stakeholders*) dari pada hanya mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Yang termasuk *Stakeholder* di antaranya: Pelanggan, karyawan, pemasok, investor,

⁹Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal.3.

komunitas masyarakat, pemerintah dan juga kompetitatornya. Melalui program *Corporate Sosial Responbility (CSR)*, perusahaan bertanggung jawab atas dampak-dampak dari kegiatan usaha yang dijalankannya dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang sejalan dengan konsep *Triple Bottom Line*. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki tiga hal yang harus di lakukan dalam berlangsungnya perusahaan tersebut, yaitu (*Profit, People and Planet*).

Dalam islam tanggung jawab sosial merupakan salah satu konsep kedermawanan yang sangat dianjurkan, yaitu sesuai firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah Ayat 261 yang artinya: “*Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipat gandakan (pahala) bagi siapa yang di kehendaki dan Allah maha luas (karunianya) lagi maha mengetahui*”.

Selain itu, *Corporate Sosial Responbility (CSR)* merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, *Corporate Sosial Responbility (CSR)* merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq

(*Haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.¹⁰

Secara normatif, *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* telah diregulasi dalam berbagai peraturan sebagai sebuah kewajiban bagi korporat untuk peduli terhadap perbaikan sosial dan lingkungan. Di Indonesia regulasi mengenai *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* telah di atur oleh pemerintah sejak tahun 1994 dengan di keluarkannya keputusan menteri Keuangan Republik Indonesia No. 316/KMK 016/1994 tentang program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh badan Usaha Milik Negara No. Kep-236/MBU/2003 menetapkan bahwa setiap perusahaan diwajibkan menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1% (Satu persen) sampai dengan 3% (Tiga persen), untuk menjalankan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.¹¹

Pemberdayaan berarti mengembangkan kekuatan atau kemampuan (*Daya*), potensi, sumber daya manusia agar mampu membela dirinya sendiri. Tujuan pemberdayaan tidak lain adalah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia atau peningkatan harkat dan martabat manusia. Kewajiban melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh pemerintah sekarang ini bukan hanya di bebaskan pada BUMN, melalui Undang-Undang No. 40 tahun 2007 Pasal 15 (d) tentang Penanaman Modal (UU PM), maka setiap perseroan atau penanam modal diwajibkan untuk melakukan sebuah upaya

¹⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, hal. 16

¹¹ Tim universitas Katholik Parahyangan. *Jurnal Corporate Sosial Responsibility: Konsep, Regulasi, dan Implementasi*, pada 22 Desember 2016.

pelaksanaan tanggung jawab perusahaan yang telah di anggarkan dan di perhitungkan sebagai biaya perseroan.¹²

Dewan Perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta mencatat masih banyak perusahaan berbadan hukum di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang belum melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*, dari 350 perusahaan berbadan hukum, baru 40 perusahaan yang tergabung dalam forum *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan sudah aktif memberikan program sosial kepada masyarakat sekitarnya.¹³ Pada bulan Mei Tahun 2016, pemerintah Kabupaten Bantul memberikan penghargaan kepada lima lembaga di wilayah Kabupaten Bantul karena telah melaksanakan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Kelima lembaga tersebut diantaranya: Bank BRI Cabang Bantul, Bank BPD DIY Cabang Bantul, PT Madu Baru, BMT Artha Amanah dari Sanden dan Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dari Dlingo.

Penghargaan tersebut di serahkan secara simbolis oleh Wakil Bupati Bantul (Bapak H. Abdul Halim Muslih) yang berlangsung di Gedung Induk Lantai III.¹⁴ Pihak pemerintah berharap Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* mampu mengatasi kemiskinan, meningkatkan kemandirian individu sehingga terwujud sebuah masyarakat yang sejahtera. Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta adalah salah satu dari 5 (lima) lembaga di Kabupaten Bantul yang menerima penghargaan tersebut. Berdasarkan latar

¹²Tim Universitas Katolik Parahyangan, *Corporate Sosial Responsibility: Konsep, regulasi, dan Implementasi*. 2016

¹³ Harian Jogja. 1 April 2016, di akses 5 November 2016.

¹⁴ <https://www.bantulkab.go.id/berita/2611.html>. Di akses pada 5 November 2016

belakang di atas penulis tertarik untuk mengetahui Bagaimana *Implementasi* program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo.¹⁵

C. Rumusan Masalah

Sebagaimana pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah yang penulis ajukan adalah:

1. Bagaimana bentuk dan *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo?
2. Bagaimana dampak *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sasaran hasil yang diinginkan dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang akan di capai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk dan *implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo?
2. Untuk mengetahui dampak *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo.

¹⁵Wawancara dengan sekjen koperasi pada 8 November 2016

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat di jadikan bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti lain maupun masyarakat umum serta diharapkan dapat memberi manfaat guna menambah khasanah keilmuan yang berkaitan dengan studi *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan Pemberdayaan masyarakat.

2. Secara Praktis

- a. Sebagai masukan dan sarana evaluasi bagi Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta sehingga adanya program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dapat benar-benar mensejahterakan masyarakat.
- b. Apabila program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* ini mampu memberdayakan masyarakat Dlingo, maka untuk selanjutnya dapat di pertahankan dan di tingkatkan dalam program berkelanjutan. Akan tetapi sebaliknya, jika program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* ini belum bisa meningkatkan keberdayaan masyarakat, maka harus ada tinjauan ulang terkait kendala ataupun kelemahan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* tersebut.

F. Kajian Pustaka

Tema penelitian tentang *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh peneliti lain. Namun penelitian yang secara fokus meneliti tentang *Implementasi Program Corporate Sosial*

Responsibility (CSR) Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo belum ada. Meskipun belum ada, Penelitian ini tetap mengacu pada penelitian terdahulu, beberapa penelitian terdahulu yang peneliti temukan di antaranya:

Skripsi dengan judul **”Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT. Telkom Indonesia di Dusun Trumpen, Kelurahan Merdikorejo, Kab. Sleman.** Di susun oleh Oki Saputra. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2011. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan pemberdayaan masyarakat melalui program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Obyek penelitian ini adalah pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh PT. TELKOM Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan pemberdayaan dengan bantuan lunak yang di berikan kepada anggota masyarakat yang ada di Dusun Trumpan, Kab. Sleman.¹⁶

Skripsi dengan judul **Pemberdayaan Masyarakat Melalui program Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT. Pertamina DPPU Adi Suciptodi Dusun Nayan Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta.** Oleh Muhammad Ufik Nurhuda. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2014. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan pemberdayaan masyarakat melalui program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* beserta pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Obyek dalam penelitian ini adalah pelaksanaan program

¹⁶ Oki Saputra, *Implementasi Corporate Sosial Responsibility PT. TELKOM Indonesia*, skripsi jurusan pengembangan masyarakat islam Fak Dakwah (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2011), hal. ix

Corporate Sosial Responsibility (CSR) di dusun Nayan, Depok, Sleman. Subyek dalam penelitian ini adalah PT. Pertamina DPPU Adi Sutjipto Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang di lakukan adalah dalam bentuk pemberdayaan dari hasil budidaya ikan air tawar oleh masyarakat. Dampak dari pelaksanaan program ini adalah meningkatnya produktifitas panen ikan oleh pembudidaya sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan.¹⁷

Skripsi dengan judul **“Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT. Bank Mandiri di Dusun Mrican, Kelurahan Umbulharjo, Giwangan, Yogyakarta.** Oleh Novia Marwah. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunkasi. 2015. Fokus penelitian ini adalah studi *implementasi* program mandiri bersama mandiri di Mrican, Kelurahan Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program yang di laksanakan di Mrican ada tiga yaitu: program pertanian perkotaan, program pengembangan UMKM, dan program pengembagn Fasilitas Publik. Manfaat dari *implementasi* program ini adalah hasil fisik yang terlihat secara nyata di antaranya adalah dengan program pertanian perkotaan lingkungan di Mrican menjadi dan asri.¹⁸

¹⁷ Muhammad Urfi Nurhuda, *Pemberdayaan Masyarakat melalui program Corporate Sosial Responsibility, PT. Pertamina DPPU Adi Sudjipto di dusun Nayan Maguwoharjo Depok Sleman Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kali jaga,2014), hal. ix.

¹⁸Novia Marwah, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Studi Implentasi program Mandiri Bersama Mandiri di Mrican, Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga, 2015), hal. ix

Skripsi dengan judul ***Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) melalui Community Development dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan pada UKM batik bakaran di kota Pati***. Oleh Budi Kumala Dewi. 2013. Mahasiswa jurusan mangemen Fakultas Ekonomi. Hasil penelitian dalam skripsi ini adalah *implementasi* seringnya melakukan kegiatan sosial untuk lingkungan, karyawan dan untuk komunitas masyarakat.

Beberapa penelitian di atas adalah penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan dan mengangkat tema yang sama yaitu *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan tinjauan pustaka maka penelitian dengan tema *implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo memiliki perbedaan yaitu terletak pada subyek dan obyek penelitian.

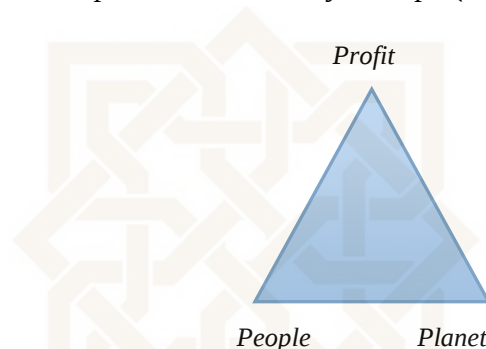
G. Kerangka Teori

1. Pengertian *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Menurut Schermerhon yang di kutip Edi Suharto bahwa *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Dalam pengertian lain *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* di artikan sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk memenuhi kewajiban terhadap negara dan menjalankan tanggung jawab sosialnya di masyarakat dengan cara mengeluarkan sebagian kekayaan dari keuntungan perusahaan untuk

kegiatan pemberdayaan di bidang ekonomi, lingkungan, pendidikan, maupun sosial.

Secara konseptual, *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan kepedulian perusahaan yang di dasari tiga prinsip dasar yang di kenal dengan istilah *Triple Bottom Lines*, yaitu $3p^{19}$ (*Profi, planet, people*).



Bagan 1

Triple bootom lines dalam Corporate Sosial Responsibility

Bagan di atas menerangkan bahwa:

a. Profit.

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

b. People.

Tujuan perusahaan memang mencari keuntungan tetapi perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan,

¹⁹Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 107.

penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

c. Planet.

Artinya Perusahaan harus peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keberagaman hayati. Beberapa program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata.

2. Bentuk Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Bentuk program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Meskipun demikian ada tujuh bidang yang harus di penuhi dalam pembentukan, pengelolaan, dan pelaksanaan program²⁰ (CSR), diantaranya:

- a. Agro Bisnis
- b. Pendidikan
- c. Kesehatan
- d. Pendayagunaan usaha mikro kecil menengah

²⁰ Fitria A. Hasanah, *Peran CSR Sari Husada dalam Pengembangan Masyarakat...hal.7.*

- e. Infrastruktur
- f. Pelestarian alam dan budaya
- g. Penguatan kapasitas kemasyarakatan dan pemerintah.

3. Jenis-jenis Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Kotler dan Lee menyebutkan ada enam kategori program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* diantaranya:²¹

a. *Cause Promotions*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

b. *Cause Related Marketing*

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas derma tertentu.

c. *Corporate Societal Marketing*

Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat

²¹Dwi Kartini, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Transformasi Konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama, 2013), hal. 43.

dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye *Corporate Societal Marketing* lebih banyak berfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu-isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

d. *Corporate Philanthropy*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. *Corporate Philanthropy* biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

e. *Community Voluntering*

Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

f. *Socially Responsible Business Practice.*

Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum

serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

4. Implementasi

a. Strategi

Dewasa ini banyak terjadi perubahan perubahan drastis dalam *Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Di butuhkan upaya dan strategi ekstra agar *Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sanggup bahkan berjalan sesuai dengan ide dan konsep dasarnya. Strategi ekstra tersebut sebaiknya meliputi empat agenda utama yakni meliputi: Pedoman (*Guidelines*) dan tata etika (*Codes of Conduct*), Sistem dan kebijakan manajemen korporat, Strategi kepemimpinan korporat dalam *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*, terakhir komitmen dan kemitraan di antara *Stakeholders*.²²

1). Pedoman (*Guideniles*) dan Tata Etika (*Codes Conduct*).

Guidelines atau pedoman sangat di perlukan dalam pelaksanaan strategi *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh perusahaan. Di beberapa *institusi global* telah menetapkan pedoman yang baik serta *efektif* mengenai apa saja yang

²²Dwi Kartini, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Transformasi Konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama,2013), hal.47-48.

berhubungan dengan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Yang menjadi acuan utama adalah *UN Global Compact* adalah sebagai berikut:

- Hak Azasi Manusia
- Aturan Perburuhan
- Lingkungan
- Anti Korupsi

Beberapa Negara telah menjadikan *UN Global Compact* ini menjadi suatu kebijakan yang di sesuaikan lagi dengan kebijakan negara mereka masing-masing sehingga dengan pedoman ini pemerintah dan masyarakat paham mengenai ruang lingkup serta apa yang menjadi substansi *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* itu sendiri. Dalam skala mikro sebenarnya setiap korporasi mempunyai suatu tata etika sendiri yang di sebut ‘tata etika’. Tata etika mengatur etika perusahaan dalam memproduksi, berhubungan antar sesama pekerja atau antar level perusahaan, etika proses bisnis, etika menghadapi pesaing, cara menghadapi pelanggan dan masih banyak lagi.

2). System dan Kebijakan Manajemen Korporat.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan bagian system menejemen suatu perusahaan. Sekali lagi korporat yang sadar dampak jelas akan menjadikan *Corporate Sosial*

Responsibility (CSR) sebagai bagian dari strategi perusahaan yang akan *Profitabel* di masa depan dan berdurasi jangka menengah sampai panjang. Korporasi yang semacam ini akan menempatkan CSR value di dalam skema visi dan nilai-nilai perusahaan.

Sebaliknya korporat yang hanya ikut-ikutan atau memosisikan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebagai bagian dari fungsional korporat dalam artian CSR di sejajarkan dengan fungsi manajemen yang lain seperti keuangan, SDM, dll., serta secara visi dan nilai tidak ada berhubungan sama sekali dengan *Corporate Sosial Responsibility (CSR) value* di tambah berperiode jangka pendek justru akan menjadi suatu *cost center* karena korporat berbuat sesuatu yang bersifat *temporer* saja di mana program-program CSR bersifat parsial dan tidak berjangka panjang.

Tentu saja apabila terus menerus melakukan hal itu, korporat akan terjebak ke dalam ritme pengeluaran biaya yang tidak berpengaruh dalam meraih keuntungan, dan apabila perusahaan memandang program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebagai proyek buang duit, maka secara logis program tersebut hanya di pandang sebagai beban dan tentu saja *kontra produktif* bagi perusahaan.

3). Strategi Kepemimpinan.

Strategi merupakan teknik untuk mencapai tujuan.

Tabel 1
Strategi kepemimpinan korporat dalam
Corporate Sosial Responsibility (CSR)²³

No	Strategi	Keterangan
1	<i>Integrasi</i>	Kepemimpinan yang visioner harus mengintegrasikan tanggung jawab perusahaannya ke struktur dan startegi bisnis dan itu harus di nyatakan secara jelas di dalam nilai nilai dan prinsip-prinsip perusahaan Para pemimpin yang tergabung di suatu dewan juga harus memonitor pelaksanaan <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i> perusahaan dan melalui strategi dan komitmen yang tinggi terhadap para <i>Stakeholders</i> -nya di harapkan bisa di capai kinerja tanggung jawab perusahaan yang memuaskan dan di akui oleh para <i>Stakeholders</i> -nya
2	Inovasi	Kepemimpinan yang stratejik tidak hanya melihat pelaksanaan tanggung jawab perusahaannya di lihat dari sisi kepatuhan dan legal serta manajemen resiko, tetapi bagaimana menciptakan

²³ Dwi Kartini, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Transformasi Konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama, 2013), hal.47-48.

		peluang baru dan nilai lebih dari program <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i> itu sendiri. R & D akan sangat berperan guna mewujudkan peluang baru, produk baru, pelayanan baru dan pasar baru dengan tetap mengedepankan wawasan <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i> di dalam setiap tindakan inovasinya.
3	Accountability	Kepemimpinan di dalam <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i> wajib dan sadar membuat suatu skema komitmen terhadap publik yang di relevansikan dengan tujuan, prinsip, dan kinerja perusahaan. Artinya perusahaan mempunyai suatu settingan target dan jangka waktu yang di tujukan untuk mengeksekusi isu-isu stratejik yang berasal dari para <i>Stakeholders</i> mereka sendiri dan ekspektasi apa yang kira-kira di inginkan oleh <i>Stakeholders</i>. Dengan demikian di perlukan suatu laporan yang transparan, bertanggung jawab dan konsisten terhadap semua tindakan praktikal CSR yang telah di lakukan perusahaan. Oleh karena laporan yang akuntabel merupakan suatu bentuk komitmen yang utuh terhadap para <i>Stakeholders</i>-nya.

4	Pelibatan yang Sistematis, bersifat konsultasi dan kolaborasi	Wujud konkret dalam kepemimpinan <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i> adalah melibatkan perusahaannya secara penuh dan berdedikasi dengan para <i>Stakeholders</i>-nya. Kepemimpinan tipe ini proaktif membentuk forum-forum yang kredibel bersama <i>Stakeholders</i>-nya dalam konteks komunikasi, konsultasi dan kolaborasi yang berhubungan dengan isu-isu strategis dan spesifik tentang CSR kekinian. Seperti bagaimana memobilisasi sumber daya untuk memecahkan persoalan yang menyangkut pembangunan dan sosial, atau hanya sekedar barbagi cerita, mengungkapkan opini, berbagai pelajaran dan pengalaman yang bertujuan untuk menciptakan koalisi pelibatan yang lebih dinamis dan lebih baik antara korporat dengan para <i>Stakeholders</i>-nya.
---	---	---

Sumber : Buku *Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR)* (transformasi konsep sustainability management dan implementasinya).

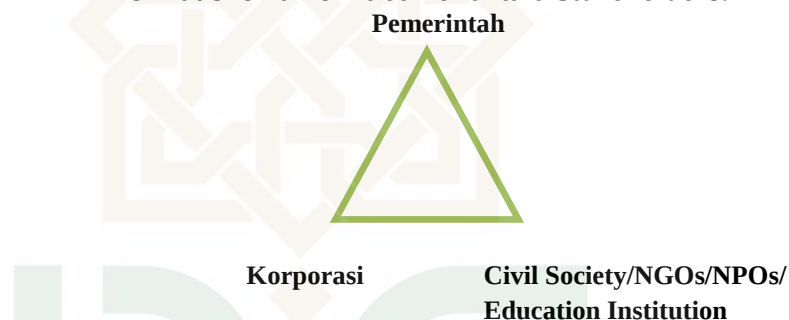
4). Komitmen dan Kemitraan di antara *Stakeholders*

Stakeholders merupakan bagian strategis dalam pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Pengidentifikasian *Stakeholders* sangat penting sekali, oleh karena apabila *Stakeholders* telah di validasi sesuai dengan strategi perusahaan tentang *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* maka dari sana muncul program kerja. Dari program

kerja muncul lagi komitmen atau Partnership yang berdayaguna dalam mengeksekusi program CSR agar berjalan dengan efektif dan jitu. *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh perusahaan membutuhkan pemerintah dan masyarakat (*Civil society*) supaya program tidak berjalan sendiri-sendiri atau supaya tidak timpang, untuk itu ada istilah

“Tri-Sector Pathnership”.

Berikut skema kemitraan di antara *Stakeholders*.



Bagan 2
Komitmen dan kemitraan di antara *Stakeholders*

Ketiga unsur tersebut harus membentuk kolaborasi yang terbuka dan saling memberikan nilai tambah sehingga ketika strategi kolaborasi kemitraan ini di bawa ke tataran teknis akan menghasilkan kreasi *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang komprehensif serta berfungsi di semua kalangan. Selanjutnya peran dari masing masing *Stakeholders* adalah sebagai berikut:

Peran pemerintah di sini adalah:

- Mewakili kepentingan pemilih

- Negosiasi dan membuat komitmen atau kerjasama internasional
- Menyediakan kerangka kerja legal atau regulasi yang mengatur semua sector serta menyiapkan kebijakan-kebijakan nasional.
- Mengawasi kinerja negara dan mengambil tindakan untuk mencapai keteraturan.

Bisnis yang di identikkan dengan perusahaan berperan sebagai:

- Mewakili pemilik saham
- Mencari keuntungan ekonomi pasar
- Bertindak mandiri dalam mengoperasikan perusahaan dengan menetapkan kode etik yang berlaku.

Civil society yakni masyarakat sipil atau berbagai macam kelompok yang tergabung dalam Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non Governmental Organizations/Not Profit Organizations*) dan termasuk lembaga pendidikan (*Edukasi Institution*) yang mempunyai peran:

- Mewakili pemangku kepentingan dimana di antara sesama masyarakat bisa mempengaruhi atau di pengaruhi oleh tujuan kelompok atau organisasi.
- Mengutamakan nilai-nilai, keyakinan dan prinsip-prinsip yang berhubungan dengan lingkungan, sosial, HAM, dan pembangunan.

- Mengawasi pemerintah dan perusahaan dan bertindak supaya akuntabilitas di dalam pemerintah dan perusahaan bias di jalankan sesuai dengan legal aspek yang berlaku di Negara.

b. Indikator kinerja

Indikator di gunakan sebagai acuan agar strategi tersebut dapat tercapai. Indikator yang sebaiknya di gunakan dalam pengukuran hasil *Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yakni:²⁴

1). *Leadership* (Kepemimpinan)

Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dapat di katakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *Top Manajemen* perusahaan dan terdapat kesadaran *Filantropik* dari pimpinan yang menjadi pelaksana program.

2). Proporsi Bantuan.

Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* di rancang bukan semata mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggaranya harus lebih besar. Jadi tidak dapat di jadikan

²⁴Dwi Kartini, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Transformasi Konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama, 2013), hal.47-48.

tolok ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3). *Transparansi dan Akuntabilitas.*

Terdapat laporan tahunan (*Annual Report*) dan mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial di mana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* telah dapat di tujuan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* dengan para penerima manfaat.

4). *Coverage Area (Cakupan Wilayah).*

Terdapat identitas penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah di tentukan.

5). *Perencanaan, Mekanisme Monitoring dan Evaluasi.*

Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan multi *Stakeholders* pada setiap siklus pelaksanaan proyek. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (*local wisdom*), pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman, dan penerima terhadap budaya-budaya lokal yang ada. Terdapat *blue-print police* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6). Pelibatan *Stakeholder (Stakeholder Engagement)*.

Terdapat mekanisme koordinasi regulasi reguler dengan *stakeholders*, utamanya masyarakat dan terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

7). Keberlanjutan (*Sustainability*).

Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat. Tumbuhnya rasa memiliki (*Sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik. Adanya pilihan (*Partner*) program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap di jalankan sampai selesai dengan dengan *partner* tersebut.

8). Hasil Nyata.

Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM dalam bidang pendidikan atau parameter lainnya sesuai dengan bidang *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang di pilih oleh perusahaan. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis. Terjadinya penguatan komunitas (*Community Empowerment*).

c. Pelaporan

Pelaporan berguna dalam menginformasikan serta mengomunikasikan plus bentuk pertanggungjawaban kepada *Stakeholders*. Untuk itu pelaporan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* begitu strategis dalam menginisiasi opini *Stakeholders* agar meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata. Alur pelaporan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* diawali dari perusahaan sadar akan dampak dari operasional yang mereka lakukan, kemudian berinisial melakukan sesuatu, dalam hal ini berupa perencanaan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* plus bujet yang berguna mengoptimalkan nilai lebih serta meminimalisir dampak buruk, yang seterusnya hasil inisiatif plus aktivitas tersebut harus di buat suatu pelaporan yang akan di sampaikan kepada pemangku kepentingan.

Media penyampaian laporan tersebut bisa berupa pemberitaan di portal Perusahaan, bisa disatukan dengan laporan kinerja tahunan perusahaan, bisa juga di sampaikan di forum-forum formal seperti seminar, diskusi dan konferensi. Dengan kata lain pelaporan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* berperan besar bagi perusahaan untuk memublikasikan praktik-praktik CSR mereka kepada *Stakeholders* secara taktis, *Komprehensif*, dan berkelanjutan.

Dalam penggalangan informasi menyangkut aktivitas *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* suatu perusahaan

membutuhkan usaha yang sangat ekstra dan membutuhkan ketelitian serta kecermatan dalam penyusunannya. Hal ini yang membuat *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Reporting* wajib terlihat *komprehensif* serta fokus, maka dari itu banyak hasil publikasi dari *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Reporting* di muat dalam puluhan lembar halaman bahkan ada yang sampai seratusan halaman lebih, dan laporan tersebut sangat detail.

5. Reward bagi korporat yang melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang dilakukan perusahaan sebagai suatu bentuk kearifan moral perusahaan memiliki pengaruh yang lebih luas dari perusahaan kepada masyarakat untuk keuntungan perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan.²⁵ Tentu banyak manfaat yang dapat diperoleh masyarakat sekitar, diantaranya perluasan lapangan kerja, pelayanan public yang lebih baik, seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, dan berbagai bidang lainnya tergantung pada bentuk program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang di buat oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga akan mendapatkan reward yaitu berupa Finansial dan Non Finansial.²⁶

²⁵ Ahmad Sahal, *Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) BMT Sumber Usaha Kembang sari Tahun 2011*, Program Studi di Perbankan Syariah (Sekolah tinggi agama islam negeri (STAIN) Salatiga 2012), hal. 24.

²⁶ Dwi Kartini, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Transformasi Konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama, 2013), hal. 47-48.

a). *Reward Finansial* bagi Perusahaan

Secara finansial, *Reward* yang di dapat perusahaan di antaranya:

- 1). Menurunkan biaya *operasional* perusahaan
- 2). Meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar
- 3). Menarik calon investor
- 4). Pertumbuhan saham yang signifikan
- 5). Membuat kesejahteraan karyawan lebih baik
- 6). Mencegah resiko dari dampak sosial
- 7). Mencegah risiko dari dampak alam

b). *Reward Non Finansial* yang di dapat bagi perusahaan yang melaksanakan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

1). Kepercayaan

Untuk suatu bangunan kepercayaan yang kokoh di butuhkan prinsip-prinsip kode etik, transparansi, proses bisnis yang beretika dan mekanisme audit.

2). *Kredibilitas*

Reputasi perusahaan akan semakin berkembang melalui kerja keras dalam menjaga serta meningkatkan *kredibilitas*. Area *kredibilitas* tersebut mencakup *kredibilias finansial*, *kredibilitas sosial*, *kredibilitas lingkungan*, pengetahuan dan kompetensi serta kepemimpinan.

3). *Responsibility*

Bertanggungjawab dan rasional dalam mengelola dampak negatif dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus di laksanakan perusahaan tanpa syarat apapun, karena tanggung jawab akan di lihat sebagai suatu sikap yang sangat penting dari penilaian dalam memperkuat reputasi perusahaan.

4). *Akuntabilitas*

Akuntabilitas berorientasi untuk memperkuat reputasi perusahaan sebagai bagian skema pelaporan aktivitas *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* kepada *Stakeholders* dan bersifat dua arah. Maksudnya adalah aktivitas CSR yang di lakukan perusahaan bisa terukur, rasional, dan tertuju kepada komitmen yang telah menadi kompensus berasama antara perusahaan dan *Stakeholders*.

5). Mengelola Risiko Bisnis secara Lebih tanggap dan Terperinci

Reputasi perusahaan menyangkut stigma bahwa bagaimana risiko suatu bisnis akan di kelola lebih tanggap, detail dan presisi. Hal ini di tujukan untuk menghasilkan *Profit* yang lebih baik, manajemen yang handal dan menciptakan bisnis berkelanjutan, karena perusahaan di nilai sukses dan optimal mengelola risiko bisnisnya baik yang terjadi sekarang atau di masa nanti.

6. Hubungan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dengan *Pemberdayaan Masyarakat (CD)*.

Kesalahan paling umum di jumpai mungkin adalah menyamakan *Community Development (CD)* atau pengembangan masyarakat dengan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Pengembangan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kekuatan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*Disadvantaged group*) agar menjadi lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, *Community Development (CD)* sangatlah menyasar kelompok masyarakat yang spesifik, yaitu mereka yang mengalami masalah.

Perusahaan jelas memiliki kepentingan untuk melakukan *Community Development (CD)* karena kelompok ini adalah yang paling rentan terhadap dampak negatif operasi, sekaligus paling jauh aksesnya dari dampak positifnya. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmoni hubungan pasti akan terjadi suatu saat.

Community Development (CD) hanyalah bagian kecil dari *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* karena CSR punya cakupan yang luas yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan. Sedangkan CD hanya menyasar pada kelompok kepentingan sangat spesifik, yaitu kelompok masyarakat rentan.²⁷

²⁷ Dwi Kartini, *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Transformasi Konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama, 2013), hal. 38.

H. Metode Penelitian

Metode berasal dari bahasa Yunani “*Methodos*” yang berarti cara atau jalan yang di tempuh. Sehubungan dengan upaya ilmiah, metode menyangkut cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Dengan kata lain metode penelitian adalah cara bertindak menurut sistem aturan atau tata cara yang bertujuan agar kegiatan terlaksana secara rasional dan terarah sehingga dapat mencapai hasil optimal.²⁸

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dengan tema *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi “Adil” dalam pemberdayaan masyarakat Dlingo di lakukan di Kantor Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta yang beralamat di Jl. Patuk-Dlingo Km. 5 Terong, Dlingo, Bantul, Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi penelitian karena di wilayah Bantul baru Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta yang secara resmi telah melaksanakan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Hal itu di buktikan dengan di perolehnya penghargaan dari pemerintah kabupaten Bantul pada bulan Mei Tahun 2016.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *Deskriptif Kualitatif*, termasuk penelitian lapangan (*field Reserach*). Metode Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya Perilaku,

²⁸ Anton H. Bakker, *Metode-Metode Filsafat*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1986), hal. 16.

Persepsi, Motivasi, Tindakan, dll., secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁹

Jadi penelitian ini mendeskripsikan *Implementasi* program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek

Subyek penelitian adalah orang-orang yang dapat menjadi sumber informasi dan dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang di teliti.³⁰ Dalam pengertian lain subyek adalah sumber utama dalam memperoleh data, keterangan dalam penelitian.³¹ Dengan demikian subyek penelitian adalah sumber utama atau informan yang memiliki data atau informasi terkait dengan tema penelitian.

Dalam memperoleh informan, penelitian ini menggunakan *teknik purposive* atau bertujuan.³² Sesuai dengan tujuan penelitian ini, melalui keterangan orang yang berwenang yakni Mbak Rika Yunita sebagai *Customer Service* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta kemudian penulis mewawancarai Bapak Mursidik selaku Ketua Pengurus, Bapak Zukhron selaku Sekjen Koperasi, Bapak Sugeng

²⁹Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 6.

³⁰ Tatang Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1998), hal.135.

³¹*Ibid.*, hal.92.

³²Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012) hal.224.

selaku Menejer, Bapak Anwar (Anggota koperasi), Ibu Partini (Pengurus Yandu).

b. Obyek

Obyek penelitian adalah apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.³³ Obyek penelitian ini adalah bentuk, Implementasi serta dampak dari Program *Corporate Sosial Responbility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta. Wawancara yang sudah dilakukan yaitu dengan Bapak Mursidik selaku Ketua Pengurus Koperasi pada Tanggal 5 Desember 2016 mengenai kebenaran bahwa koperasi pernah mendapat penghargaan dari pemerintah karena telah melaksanakan program *Corporate Sosial Responbility (CSR)*.

4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang dapat di gunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga macam metode pengumpulan data dimana masing masing metode di gunakan untuk mengumpulkan data yang berbeda.

a. Metode Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara adalah jenis pengumpulan data dengan jalan melakukan tanya jawab secara langsung dengan informan.³⁴ dilakukan dengan cara *menginterview* salah satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Metode wawancara (*Interview*) mencakup cara

³³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pengantar*, (jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 16

³⁴Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1982), hal. 92.

yang digunakan peneliti untuk tujuan suatu tugas tertentu, mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seseorang responden, dengan cara bercakap-cakap, bertatap muka dengan orang itu.

Jenis wawancara ini adalah wawancara terpimpin ialah tanya jawab yang terarah dan terfokus untuk mengumpulkan data-data yang relevan saja. Menggunakan pedoman wawancara yang memuat hal-hal yang akan di tanyakan secara terinci, sehubungan dengan pengumpulan informasi tentang topik penelitiannya.³⁵

Metode wawancara ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang, bentuk program, *Implementasi* program serta dampak program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

b. Metode Observasi (Pengamatan)

Observasi berasal dari bahasa latin yang artinya memperhatikan dan mengikuti. Metode observasi adalah suatu proses pengambilan data yang di lakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek yang di teliti dengan cara langsung dan terencana bukan karena kebetulan.³⁶ Peneliti mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, kegiatan, benda-benda, peristiwa, tujuan dan perasaan.³⁷

³⁵ Susanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Surakarta: UNS Press, 2006), hal. 128.

³⁶ Winarno Surahman, *Pengantar Metodologi Ilmiah*, (Bandung: Tarsito. 1982). hal. 132.

³⁷ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almansur, *Metodologi Penulisan Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal. 165.

Observasi juga merupakan hasil perbuatan secara aktif dan perlu perhatian untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang di inginkan atau suatu studi yang di sengaja dan sistematis tentang keadaan sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mencatat.³⁸

Dalam penelitian ini, pada tanggal 5 Desember 2016 peneliti melakukan observasi dengan mengamati secara langsung transaksi, mencatat aktifitas yang ada di Kantor Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta, melakukan observasi kepada para penerima program CSR seperti Yandu maupun organisasi masyarakat seperti LPMD. Metode yang di gunakan peneliti adalah *Non Partisipan*, artinya peneliti tidak ikut secara langsung dalam kegiatan yang di laksanakan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data sebagai alat untuk mendapatkan data dengan melihat segala sesuatu yang berhubungan dengan pokok masalah, antara lain: Sumber dokumen, Arsip arsip, dan Catatan-catatan yang mengandung petunjuk tertentu yang berhubungan dengan kepentingan penelitian yang sedang di lakukan.³⁹

³⁸Mardalis, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal. 63

³⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rhenika Cipta, 1992), hal. 202.

Dokumentasi di gunakan juga untuk mengumpulkan dan mencatat laporan yang tersedia.⁴⁰ Dalam hal ini penulis mengumpulkan data mengenai gambaran umum Koperasi seperti: Profil Koperasi, Produk Layanan Koperasi, Struktur Organisasi dan Permodalan. Selain itu penulis juga mengumpulkan dokumen berupa gambar yang terkait dengan penelitian ini.

5. Keabsahan Data

Keabsahan atau validitas data di maksudkan untuk membuktikan data yang berhasil di kumpulkan agar sesuai dengan yang sebenarnya. Pengujian validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Triangulasi*, yaitu teknik pemeriksaan validitas data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut.⁴¹

Contohnya membandingkan kesaksian lisan dengan dengan catatan tertulis atau mengacu pada teoritis yang berbeda.⁴² Tiga alat pembanding, yaitu: sumber, metode, dan teori, dapat di capai melalui jalan yaitu:⁴³

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang tersedia

⁴⁰Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rencana Penelitian*, hal. 106-107.

⁴¹Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rencana Penelitian*, hal.324-328.

⁴² Boy S Subarguna, *Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Universitas Indonesia, 2008), hal. 25.

⁴³Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 331.

- c. Membandingkan dengan teori-teori yang sudah ada sudah di akui keabsahanya.

Pengabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada serta membandingkan dengan teori yang sudah di akui keabsahanya.

6. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mengintensiskanya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat di ceritakan kepada orang lain.⁴⁴ Analisis data pada penelitian ini menggunakan model analisis kualitatif model Miler dan Huberman yang memiliki tiga komponen, diantaranya Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.

a. Reduksi data

Reduksi data meliputi proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian, dan pengubahan data kasar dari lapangan.⁴⁵ Dalam analisis data, pertama peneliti mengumpulkan data-data terkait *Implementasi program Corporate Sosial Responbility (CSR) Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo* selama penelitian berlangsung. Peneliti

⁴⁴Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 328.

⁴⁵Basnowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*., hal. 209.

kemudian memusatkan, menggolongkan dan mengorganisasi data sehingga bisa di tarik penafsirannya.

b. Penyajian data

Penyajian data mempunyai tujuan untuk mempermudah memahami dan mengidentifikasi dalam proses penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data antara lain berupa tabel-tabel, struktur organisasi yang tertulis dalam bab II dan teks naratif pada bab III.

c. Penarikan kesimpulan

Semakin banyak data yang dapat di kumpulkan peneliti, maka kesimpulan data semakin valid. Dalam penarikan kesimpulan ada beberapa tahap yaitu meliputi pemaknaan data, membuat keterkaitan dan kategori kategori, mengetahui hubungan sebab-akibat, menyusun proporsi agar dapat menarik kesimpulan.

I. Sistematika Pembahasan

Supaya lebih mudah dalam pembahasan penelitian ini, maka penulis membagi dalam empat bab yang berbentuk narasi atau uraian, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya saling berkaitan.

Pada bab pertama yaitu pendahuluan yang di dalamnya terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan

Pada bab kedua, yaitu membahas tentang gambaran umum koperasi meliputi identitas, sejarah perkembangan, logo koperasi, Tag line, visi, misi,

tujuan, jenis koperasi, struktur organisasi, tujuan, fungsi, prinsip, produk layanan, keanggotaan, permodalan, jalinan kerjasama, prestasi, Profil Desa Dlingo.

Pada bab ketiga, yaitu membahas tentang isi dari penelitian. Dalam bab ini menjelaskan tentang bentuk program, *Impelementasi* program, serta dampak program *Corporate Sosial Responbility (CSR)*.

Pada bab keempat yaitu sebagai akhir atau penutup yang berisi kesimpulan terhadap semua uraian yang telah di bahas pada bab-bab sebelumnya, saran yang di tujukan kepada koperasi dan di teruskan dengan penulisan daftar pustaka.

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan tentang "*Implementasi* program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit "Adil" Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat Dlingo", dapat di peroleh data, di analisis dan di tanggapinya kemudian di tafsirkan.

- **Kesimpulan**

Dari pembahasan hasil penelitian ini dapat di simpulkan:

- Koperasi Kredit "Adil" Yogyakarta telah melakukan tanggung jawab social kepada para *Stakeholder* yaitu anggota dan masyarakat sekitar koperasi bermukim. Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit "Adil" berawal dari banyaknya kelompok masyarakat yang mengajukan kerjasama dalam bentuk proposal kegiatan. Bentuk program tanggung jawab yang di laksanakan koperasi terbagi dalam beberapa bidang diantaranya: *Pertama*; Pendayagunaan UMKM yaitu pendayagunaan pedagang dan perajin yang ada di wilayah dlingo. *Kedua*; di bidang pendidikan koperasi membuat program beasiswa miskin. Selain beasiswa koperasi juga membuka program pemagangan untuk siswa SMA/SMK di wilayah Dlingo sehingga mempunyai keahlian dalam manajemen organisasi. *Ketiga*; berbagai macam untuk kegiatan kesehatan di antaranya koperasi mensponsori beberapa turnamen olah raga, pengobatan gratis dan jalan sehat, bantuan

pengobatan bagi anggota koperasi, serta bantuan untuk PMT di wilayah kecamatan Dlingo dan sekitarnya. *Keempat*; di bidang infrastruktur koperasi memberikan bantuan pembangunan untuk tempat ibadah dan bantuan untuk pengerasan badan jalan, bantuan tersebut berupa dana tunai. *Kelima*; di bidang penguatan kapasitas koperasi mendukung kegiatan kemasyarakatan salah satunya dengan memberikan dana untuk operasional organisasi pemuda yang ada di wilayah kecamatan Dlingo.

- Dampak yang di rasakan masyarakat dengan adanya bantuan dari koperasi yaitu mereka dapat melaksanakan kegiatan dengan lancar. Bagi para pengrajin dan pedagang mereka mendapatkan modal yang cukup untuk menjalankan usahanya, bagi organisasi kemasyarakatan mereka menjadi lebih percaya optimis karena program kegiatannya mendapat dukungan dari pihak lain. Selain masyarakat, program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* juga berdampak bagi Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta. Dampak non finansial bagi koperasi yaitu naiknya reputasi koperasi di mata masyarakat.

- **Saran**

Setelah melakukan penelitian dan mencermati hasil penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran kepada Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta sebagai upaya keberlanjutan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan pemberdayaan masyarakat. Adapun saran yang dapat diajukan penulis kepada Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dari tulisan ini, diantaranya:

1. Untuk memaksimalkan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*, sebaiknya Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta menjadikan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebagai bentuk kearifan moral koperasi, serta membuat *Standard Operating Procedure Khusus Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.
2. Program *Corporate Sosial Responbity (CSR)* koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta sebagian besar adalah bersifat *Charity*, untuk memaksimalkan hasil sebaiknya koperasi menambahkan program tanggung jawabnya dengan kegiatan yang sifatnya *Empowerment* yang dapat meningkatkan kemandirian dan keterampilan masyarakat sehingga potensi yang dimiliki masyarakat dapat tersalurkan dengan baik tentunya setelah menganalisi potensi yang sudah ada.
3. Sebaiknya koperasi meningkatkan kerja sama antar *Sakeholders* sehingga koperasi mendapatkan banyak ide dari masyarakat dan program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dapat termaksimalkan demi kesejahteraan masyarakat, dan tentunya akan memberikan dampak positif bagi koperasi.

Demikian kesimpulan hasil penelitian dan saran untuk Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta. Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih dengan mengucap puji syukur kehairat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya akan adanya berbagai kekurangan, hal ini di sebabkan tiada lain karena keterbatasan

pengetahuan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan harapan mudah-mudahan amal baik semua pihak yang membantu akan mendapatkan balasan dari Allah SWT amin. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini penulis ucapkan terimakasih dan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Akhirnya penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan, semoga Allah Swt selau ada di dalam hati kita dan meridhoi segala langkah dan perbuatan kita. Amin.



DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rineka Cipta)
- Moleong, Lexy j. 2006. *Metodologi Penelitian kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Dwi Kartini, 2013, *Corporate Sosial Responbility (CSR) Transformasi konsep Sustainable Management dan Implementasi di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama)
- Suharto, Edi. 2010. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Cet. IV, (Bandung: PT Refika Aditama).
- Ife, Jim dan Frank tesoriero. 2008. *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat Di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin Noor, 1997. *Ilmu Sosial Dasar Untuk IAIN Semua Fakultas dan Jurusan Komponen MKU*, (Bandung: CV. Pustaka Setia)
- Faisal Badroen, et al, 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakara: Kencana.
- R.T. Sutantya Rahardja Hadikusuma, 2005. *Hukum Koperasi Indonesia*, PT Raha Grafindo Persada, Jakarta).
- Hendrawan Supratikno, 2003. et al, *Advanced Strategic Management*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi

- Novia Marwah, 2015. *Corporate Sosial Responbility (CSR) Studi Implentasi Program Mandiri Bersama Mandiri di Mrican, Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga)
- Nurul Islam, 2009, *Implementasi Corporate Sosial Respobility melalui Community Development PT. Semen Tonasa*. (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga)
- Oki Saputra, 2011, *Implementasi CSR PT. TELKOM Indonesia*, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga)
- Dadang Azwar. A, 2011. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap perusahaan (Studi Di PT Sidomuncul Semarang)*, Universitas Negeri Semarang.

Ahmad Sahal, 2012. *Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) BMT Sumber Usaha Kembang Sari Tahun 2011*, Program Studi di Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga.

Internet

<http://kbbi.web.id/adil>. Mengacu pada KBBI daring (Dalam jaringan) Edisi III Hak cipta pengembangan dan pembinaan Bahasa Kemendikbud, Desember 2016.

<http://kbbi.web.id/harianjogja>. pemerintah kabupaten bantul. 1 April 2016.

Jurnal

Tim Universitas Katholik Parahyangan. “*Jurnal Corporate Sosial Responbility: Konsep, regulasi, dan Implementasi*,” pada 22 Desember 2016.

Demokrasi dan Falsafah *Hamemayu Hayuning Bawono* Untuk Kelestarian Lingkungan Hidup oleh Dr-Ing. Ir. Agus Maryono di akses Januari 2017.

PEDOMAN WAWANCARA

IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY (CSR) KOPERASI KREDIT “ADIL” YOGYAKARTA DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DLINGO.

Identitas Informan

Nama :
Usia :
Jenis kelamin :
Jabatan :

Pertanyaan

1. Bagaimana sejarah berdirinya Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta.
2. Bagaimana Profil Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta
3. Apa yang melatarbelakangi Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta menerapkan program
4. Bagaimana bentuk Program *Corporate Sosial Responbility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta.
5. Bagaimana implementasi Program *Corporate Sosial Responbility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta.
6. Siapa saja yang terlibat dalam program pelaksanaan *Corporate Sosial Responbility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta.
7. Berapa besar anggaran program *Corporate Sosial Responbility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta setiap tahunnya.
8. Bagaimana strategi yang koperasi kredit “Adil” gunakan dalam pelaksanaan *Corporate Sosial Responbility (CSR)*.

9. Siapa saja sasaran penerima program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* oleh Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta
10. Apa saja Indikator yang menjadi patokan keberhasilan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit Adil Yogyakarta.
11. Bagaimana langkah koperasi untuk memberdayakan masyarakat melalui program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.
12. Bagaimana hasil dari program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta dalam pemberdayaan masyarakat Dlingo.
13. Bagaimana dampak dari program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi “Adil” Yogyakarta.

PEDOMAN OBSERVASI

Mengamati aktivitas yang ada di kantor Koperasi Kredit “Adil” Yogyakarta serta melakukan pengecekan terhadap penerima program.

PEDOMAN DOKUMENTASI

Pedoman dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mencari dokumen, arsip, dan foto. struktur organisasi, visi dan misi organisasi, motto, tujuan organisasi, berkas-berkas terkait program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Koperasi Kredit dalam pemberdayaan masyarakat Dlingo.

Gambar 1
Forum Peduli Dlingo



Gambar 2
Pengrajin Membuat Bunga dari Bambu



Gambar 3
Jalan Sehat Bersama Masyarakat Dlingo



Gambar 4
Merti Dusun



Gambar 5
Pengrajin Membuat Lemari



Gambar 6
Kerajinan



Gambar 7
Pagelaran Wayang



Gambar 8
Rapat Anggota Tahunan 2016



Gambar 9
Rapat Anggota Tahunan



Gambar 10
Rapat Anggota Tahunan



Gambar 11
Pembagian Beasiswa



Gambar 12
Rapat Anggota Tahunan



CURICULUM VITAE

A. Identitas Diri

Nama : Nurul Hidayana

Tempat/Tanggal Lahir : Bantul/01 Agustus 1991

Alamat : Cengkehan, Wukirsari, Imogiri, Bantul,
Yogyakarta

Status : Belum Menikah

Kwarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Nama Ayah : Asrori

Nama Ibu : Rohanah

No Hp : 085802737991

B. Pendidikan Formal

1. MI Giriloyo II Imogiri, Bantul, Yogyakarta (Lulus Tahun 2004).
2. MTsN Giriloyo Bantul, Yogyakarta (Lulus Tahun 2007).
3. SMAN 1 Imogiri Bantul, Yogyakarta (Lulus Tahun 2010).
4. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (Lulus Tahun 2017).

C. Organisasi

1. GMNI (Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia) Tahun 2011-2013
2. AL-Khidmah Kampus Yogyakarta (2012-2014)
3. Pondok Pesantren Ar-Ramly (2012-Sekarang)
4. Aryabhata Kebumian Forcibb (2013-Sekarang)