

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH PADA PENERAPAN CSR,  
PRODUK RESPONSIBILITY DAN PENYALURAN ZAKAT TERHADAP  
CITRA PERUSAHAAN**  
(studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)



**SKRIPSI  
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT UNTUK MEMPEROLEH  
GELAR STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**ICHDA KHAIRUNNISA**

**NIM 09390030**

**DOSEN PEMBIMBING:**

**Dr. H. SYAFIQ M. HANAFLI, M.Ag**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**

## ABSTRAK

Lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga memicu persaingan antar bank. Banyak strategi-strategi yang harus dicapai perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan secara jangka panjang sehingga menciptakan citra. Salah satu strategi untuk menciptakan citra adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam penerapan CSR tentunya harus mempunyai strategi supaya program CSR berjalan dengan efektif sehingga bisa menciptakan nilai yang positif bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan (1) pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap citra Perusahaan (2) pengaruh produk responsibility terhadap citra perusahaan (3) pengaruh penyaluran zakat terhadap citra perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah nasabah bank syariah mandiri Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *snowball sampling* dengan sampel 100 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah penerapan CSR ( $X_1$ ), produk responsibility ( $X_2$ ), penyaluran zakat ( $X_3$ ), dan citra perusahaan. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas dilaksanakan dengan rumus korelasi bivariate person dan Uji uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien *cronbach alpha*. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi menunjukkan bahwa (1) CSR berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan karena nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,680 dengan nilai probability  $0,000 < 0,05$ , produk responsibility berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan karena nilai  $T_{hitung}$  sebesar 5,251 dengan nilai probability  $0,000 < 0,05$ , penyaluran zakat berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan karena nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,092 dengan nilai probability  $0,003 < 0,05$ .

**Keyword: Corporate Social Responsibility (CSR), Produk Responsibility, Zakat, dan Citra**

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Ichda Kairunnisa

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

di Yogyakarta

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Ichda Khairunnisa  
NIM : 09390030  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nasabah pada Penerapan CSR, Produk Responsibility, dan Penyaluran Zakat Terhadap Citra Perusahaan (studi kasus pada nasabah Bank syari'ah Mandiri Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kembali kepada Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Keuangan Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 18 Januari 2015

Pembimbing



**Dr. H. Syafiq M. Hanafi., M.Ag**  
NIP. 19607518 199703 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
Sunan Kalijaga  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512480 Fax. ((0274) 545614 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**Nomor : UIN. 02/K.KUI-SKR/PP.00.9/207/2015**

Tugas Akhir dengan judul : **Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Penerapan CSR, Produk Responsibility, dan Penyaluran Zakat terhadap Citra Perusahaan (studi kasus pada nasabah Bank Syari'ah Mandiri)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ichda Khairunnisa  
NIM : 09390030  
Telah diujikan pada : 26 Januari 2015  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B  
dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang

Dr. H. Syafiq M. Hanafi, M.Ag  
NIP. 19607518 199703 1 003

Penguji I

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE.M.Si  
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji II

Dr. Ibnu Muhdhir, M.Ag  
NIP. 19641112 199203 1 006

Yogyakarta, 03 Februari 2015



UIN Sunan Kalijaga  
Syariah dan Hukum  
DEKAN  
  
Prof. Nabrhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.  
NIP. 19711207 199503 1 002



## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ichda Khairunnisa

NIM : 09390030

Jurusan-Prodi : Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul: **Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Penerapan CSR, Produk Responsibility Dan Penyaluran Zakat Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)**, adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun suduran karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 27 R. Awwal 14356 H  
18 Januari 2015 M



Penyusun

*Ichda Khairunnisa*  
**Ichda Khairunnisa**  
NIM. 09390030

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bâ'	B	Be
ت	Tâ'	T	Te
ث	Sâ'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	Kh	ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Zâl	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sâd	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	D	de (dengan titik di bawah)

ط	tâ'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fâ'	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	'el
م	Mîm	M	'em
ن	Nûn	N	'en
و	Wâwû	W	W
هـ	hâ'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yâ'	Y	Ye

## B. *Ta' Marbutah*

1. Transliterasi *Ta' Marbutah* hidup adalah "t".
2. Transliterasi *Ta' Marbutah* mati adalah "h".
3. Jika *Ta' Marbutah* diikuti kata yang menggunakan kata sandang "ال" ("al-") dan bacaannya terpisah, maka *Ta' Marbutah* tersebut ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

روضة الاطفال = *raudatul atfal*, atau *raudah al-atfal*

المدينة المنورة = *al-Madinatul Munawwarah*, atau

*al-Madinah al-Munawwarah*

طلحة = *Talhatu* atau *Talhah*

### C. Huruf Ganda (*Syaddah* atau *Tasydid*)

Transliterasi *syaddah* atau *tasydid* dilambangkan dengan huruf yang sama, baik ketika berada di awal atau di akhir kata. Contoh: نزل----- *nazzala*

### D. Kata Sandang "ال"

Kata sandang "ال" ditransliterasikan dengan "al" diikuti dengan tanda penghubung "-", baik ketika bertemu dengan huruf *qamariyyah* maupun huruf *syamsiyyah*. Contoh: القلم----- *al-qalamu* dan الشمس----- *al-syamsu*

### E. Huruf Kapital

Meskipun tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasi huruf kapital digunakan untuk awal kalimat, nama diri, dan sebagainya seperti ketentuan dalam EYD. Awal kata sandang pada nama diri tidak ditulis dengan huruf kapital, kecuali jika terletak pada permulaan kalimat. Contoh: وما محمد الا رسول----- *Wa ma Muhammadun illa rasul*



## MOTTO

“Allah meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan

diantara kamu beberapa derajat”

(QS. Al-Mujadalah : 11)

\*\*\*

Bukan kurangnya kecerdasan dan bakat atau tidak adanya modal yang menghalangi kita sukses,

tapi tidak cukupnya keberanian

\*\*\*

Sebuah sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil. Kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik

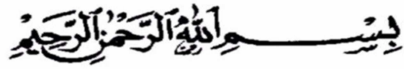
## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

kedua orang tuaku yang telah mecurahkan segenap kasih sayang, doa, kesabaran, dan keikhlasan memperjuangkan putrinya untuk dapat mengenyam pendidikan sampai hari ini. Semoga Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang memberikan balasan surga selama-lamanya. Amin.

Dan almamater tercinta program studi Keuangan Islam Fakultas syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Wasyukurillah, penulis panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepangkuan Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta kita umatnya, semoga kita mendapat pertolongan di hari akhir nanti.

Akhirnya setelah melalui proses yang panjang, skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Penerapan CSR, Produk Responsibility dan Penyaluran Zakat terhadap Citra Perusahaan (Studi kasus pada nasabah bank Syariah Mandiri Yogyakarta)”** dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Keuangan Islam di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan terealisasinya penyusunan skripsi ini, penyusun mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Beliau adalah:

1. Bapak Prof. Drs. H. Akh Minhaji MA., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak H. Syafiq M. Hanafi., M.Ag. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan ibu Dosen KUI yang tak bisa disebutkan satu per satu, yang telah memberikan ilmunya. semoga kemuliaan beliau dapat balasan dari Allah SWT.
6. Seluruh karyawan dan pegawai Tata Usaha program Studi Keuangan Islam atas pelayanan yang diberikan selama ini.
7. Orang tuaku tercinta, M. Makhdor Idris dan Nenti Ratna Wati yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta doa dan kasih sayang yang tak terhingga.
8. Adik-adikku, Nun 'Arsyis Tsani, Tsalis 'Aisyah Rahmi, dan Astaghisna Ridla Miz, atas bantuan doa dan semangatnya.
9. Ahmad Rizal Fawa'id, yang selalu berbagi ilmu tentang kehidupan, selalu meluangkan waktunya untukku, membantuku, menyemangatiku, juga untuk kasih sayang, do'a dan perhatiannya, sampai skripsi ini selesai.
10. Teman-teman KUI 2009 yang akan selalu kurindukan dan Sahabat-sahabatku Qory, Isna, Achan, Tipunk, Angie, dan Desta semoga dimanapun kalian tinggal menjadi orang yang sukses.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan moral dari semua pihak di atas mustahil skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan memohon kepada Allah Swt. semoga amal shaleh mereka mendapatkan ridha dan



balasan yang lebih baik. Penyusun berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan pada penyusun khususnya.

Yogyakarta, 18 Januari 2015

Penyusun

Ichda Khairunnisa  
NIM. 0930030



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	v
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Telaah Pustaka .....	11
B. Landasan Teori .....	13
1. Bank Syari'ah .....	13
2. Perilaku Nasabah .....	15
3. Penerapan <i>Corporate Social responsibility</i> .....	19
4. CSR dalam Perspektif Islam .....	25
5. Produk <i>Responsibility</i> .....	29
6. Penyaluran Zakat .....	32
7. Citra Perusahaan .....	33

C. Hipotesis .....	37
--------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	40
B. Populasi dan Sampel .....	40
C. Sumber Data .....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Definisi Operasional Variabel.....	44
F. Uji Instrumen Data .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas .....	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	48
G. Teknik Analisis Data .....	49

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Deskripsi Data .....	53
B. Hasil analisis Statistik .....	58
1. Pengujian instrument penelitian.....	58
a. Uji validitas .....	58
b. Uji reliabilitas .....	60
2. Uji Asumsi Klasik .....	61
a. Uji normalitas .....	61
b. Uji multikolinieritas .....	62
c. Heteroskedastisitas .....	63
3. Metode analisis data .....	65
a. Analisis regresi .....	65
b. Pengujian hipotesis pertama (uji T) .....	66
c. Pengujian hipotesis kedua (uji T) .....	67
d. Pengujian hipotesis ketiga (uji T) .....	68
e. Pengujian hipotesis keempat (uji F) .....	69
f. Koefisien determinasi .....	70
g. Uji Hipotesis .....	71
4. Pembahasan .....	72

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
-----------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi .....	65



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Terjemahan

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi

Lampiran 8 Gambaran umum Perusahaan

Curriculum Vitae

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal tersebut ditandai dengan munculnya bank-bank baru dalam dunia perbankan. Menurut bank Indonesia, Sampai dengan tahun 2012, jumlah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah mencapai 193 bank, terdiri dari 11 BUS, 24 UUS dan 158 BPRS. Sejalan dengan hal tersebut, jaringan kantor bank syariah telah mencapai 2.663 kantor dan 1.277 *office channeling* (OC).<sup>1</sup> Dengan semakin bertambahnya perbankan yang muncul memicu ketatnya persaingan antar bank, baik antar bank syariah maupun bank konvensional.

Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia, Bank Indonesia sebagai regulator telah merumuskan sebuah Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar meliputi aspek - aspek strategis, yaitu: pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat *inklusif* dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk

---

<sup>1</sup> “Greater Ways for Greater Indonesia Laporan Tahunan 2012”, [www.mandirisyahiah.co.id](http://www.mandirisyahiah.co.id), diakses pada 15 Maret 2014.

yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank.<sup>2</sup>

Menggambarkan citra perusahaan sebagai kesan secara keseluruhan dari pikiran masyarakat terhadap apa yang dilakukan perusahaan, hal ini berkaitan dengan atribut fisik dan perilaku berbagai dari perusahaan seperti nama bisnis, arsitektur, berbagai macam produk atau jasa, juga termasuk di dalamnya kegiatan CSR.

Citra perusahaan dan reputasi adalah kegiatan sosial yang dibangun melalui dua entitas yang berasal dari persepsi pelanggan.<sup>3</sup> Menurut Spector dalam Jatmiko ada 6 (enam) faktor utama untuk mengukur dimensi utama calon responden untuk mengekspresikan citra perusahaan antara lain: *dynamic, cooperative, business, character, successful, dan Withdrawn*.<sup>4</sup>

Oleh karena itu, Semakin meningkatnya persaingan bisnis perbankan syariah menuntut para pelaku usaha agar lebih profesional dalam meningkatkan kinerjanya baik dalam pelayanan, menyediakan produk terbaik sesuai ekspektasi konsumen maupun kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sadar untuk meningkatkan potensi

---

<sup>2</sup> Direktorat Perbankan Syariah Indonesia, *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*, (Jakarta, 2011), hlm. 25.

<sup>3</sup> Muhadjir dan Gita Fitri, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Nasabah Bank Dan Dampaknya Terhadap Corporate Image" *Journal The Winners*, Vol. 12 No. 2, (September 2011), hlm. 180.

<sup>4</sup> Indra Jatmiko, "Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Pada Bank X Bogor", *skripsi*, Program Sarjana Alih Manajemen, IPB, (2011), hlm.24.

masyarakat serta lingkungan tempat ia beroperasi, sehingga kesenjangan dalam masyarakat bisa diminimalisir demi menunjang eksistensinya.

Merujuk dalam PBI Nomor 11/33/PBI/2009 Pelaksanaan GCG bagi BUS dan UUS menerangkan bahwa Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah wajib menerapkan tata kelola bank yang baik dengan berdasarkan prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, profesional dan kewajaran dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sedangkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/14/PBI/2006 pasal 1 angka 6 menjelaskan bahwa suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparacy*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), dan kewajaran (*fairness*) adalah merupakan pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai upaya untuk memperkuat industri perbankan nasional sesuai dengan Arsitektur Perbankan Indonesia, maka dibutuhkan peningkatan kualitas pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam menjalankan kegiatan usahanya.<sup>5</sup>

Dari peraturan di atas, menjelaskan bahwa perbankan syariah wajib menerapkan prinsip *Good Corporate Governance* yang salah satunya adalah prinsip pertanggungjawaban. Prinsip pertanggungjawaban tersebut sejalan dengan Fungsi sosial lembaga keuangan syariah yaitu penerapan program CSR (*corporate social Responsibility*).

---

<sup>5</sup> "Peraturan Bank Indonesia", [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), diakses pada tanggal 27 November 2013.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR), muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat dan lingkungan alam. Perusahaan seharusnya juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar, sebab jika terjadi dampak negatif dari beroperasinya perusahaan tersebut dapat menimbulkan resistensi masyarakat atau gejolak masyarakat.

Adanya keselarasan antara keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan pemberian kontribusi secara langsung kepada nasabah, masyarakat dan lingkungannya merupakan mekanisme *check & balances* antara pihak perusahaan dengan pihak masyarakat. Dengan kata lain, CSR juga dipandang sebagai tolak ukur untuk reputasi suatu perusahaan. Seberapa jauh suatu CSR perusahaan akan berpengaruh pada reputasi perusahaan itu.<sup>6</sup> Mengenai citra perusahaan merupakan persepsi yang terbangun dari orang-orang perusahaan dan masyarakat luar perusahaan.

Penerapan CSR tidak lagi dipandang sebagai *cost*, melainkan investasi jangka panjang, karena pelaksanaan program CSR akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perbankan, akan tetapi kelangsungan eksistensi dimasa datang. Keuntungan yang dapat diraih dari program CSR antara lain dapat membentuk citra yang positif,

---

<sup>6</sup> Nanda Ayu Titofianti, "Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Unit Porong", *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*. (2011), hlm. 3.



mengurangi biaya, mengurangi resiko, membangun modal sosial, dan dapat meningkatkan akses *market share* lebih luas.<sup>7</sup>

Oleh karena itu, penentuan kesuksesan perusahaan baik swasta maupun pemerintah tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan bisnisnya dalam meraih keuntungan finansial, tetapi juga dalam pemenuhan sosial sehingga pelaksanaan bisnis yang bertanggung jawab semakin diperlukan oleh pihak sektor swasta maupun sektor pemerintah.<sup>8</sup>

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan salah satu bank syariah yang telah berkomitmen untuk menerapkan kebijakan CSR. BSM menyadari bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) merupakan hal penting dalam mendukung tumbuh kembangnya Bank. Bank menempatkan CSR sebagai bagian program jangka panjang perusahaan. Bank dalam upaya mencapai *sustainable business* senantiasa berusaha memberikan kinerja yang optimal untuk para pemegang saham namun juga memikirkan bagaimana memberikan kontribusi secara maksimal dalam aspek sosial dan lingkungan.

Dalam pelaksanaan kegiatan CSR Bank Syariah Mandiri menggunakan pendekatan keseimbangan *profit, people* dan *planet* yang lebih dikenal dengan *triple bottom lines*. Bank tidak hanya semata-mata mengejar kepentingan ekonomi (*profit*) namun juga aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). Bank berusaha mencapai keseimbangan "triple bottom lines" dalam pencapaian tujuannya sehingga mampu memberikan

---

<sup>7</sup> Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 191.

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 177.

nilai lebih kepada *Stakeholders*-nya yaitu nasabah, masyarakat dan lingkungan.<sup>9</sup>

Dalam menjalankan roda bisnis perbankan syariah, Bank juga telah menjalankan berbagai tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility/ CSR*) sebagai timbal balik dari proses bisnis yang dijalankan. Bentuk tanggung jawab tersebut, salah satunya adalah tanggung jawab sosial kepada pegawai (ketenagakerjaan), konsumen/ nasabah, masyarakat (*stakeholders* di luar nasabah) dan lingkungan sekitar.

BSM memiliki komitmen tinggi terhadap pelaksanaan CSR terkait tanggung jawab sosial terhadap konsumen/ nasabahnya meliputi *product responsibility* yakni pusat pengaduan nasabah (*customer service*), program *engagement* nasabah/ undian berhadiah serta tanggung jawab sosial kemasyarakatan dan lingkungan hidup, aktifitas sosial BSM tersebut meliputi program kemitraan (pemberian bantuan permodalan, sarana kerja dan sebagainya) dan lingkungan hidup (pendidikan dan pelatihan, keagamaan, dan peningkatan kesehatan masyarakat dan lingkungan). Selain itu, BSM juga menyalurkan dana zakat perusahaan (bank), karyawan Bank, nasabah dan umum kepada yang berhak dengan bersinergi bersama Laznas BSM. Penyalurannya dilakukan melalui program yang berdaya guna dan bermanfaat bagi masyarakat dengan

---

<sup>9</sup> “Greater Ways for Greater Indonesia”, [www.mandirisyariah.co.id](http://www.mandirisyariah.co.id), diakses pada 15 Maret 2014.

melibatkan pegawai BSM, LAZNAS BSM dan masyarakat sekitar, melalui program mitra umat, didik umat, dan simpati umat.<sup>10</sup>

Program CSR penting dilakukan guna mendapatkan nilai positif dari nasabah terhadap citra perusahaan. Namun, apakah program CSR yang sedang dijalankan efektif dapat membentuk citra yang positif? Oleh karena itu, penelitian mengenai penerapan CSR, produk responsibility dan penyaluran zakat pengaruhnya terhadap citra perbankan ini penting dilakukan karena bertujuan untuk mengetahui indikator yang membantu perusahaan dalam penentu, pembentukan dan memperkuat citra perusahaan melalui persepsi nasabah sehingga menjadi bahan masukan bagi pihak manajemen dalam peningkatan mutu pelaksanaan CSR. Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Penerapan CSR, Produk Responsibility dan Penyaluran Zakat terhadap Citra Perusahaan” (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah program CSR berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan?

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, hlm. 246.

2. Apakah produk responsibility berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan?
3. Apakah program penyaluran zakat berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan pengaruh program CSR terhadap citra perusahaan;
2. Untuk menjelaskan pengaruh produk responsibility terhadap citra perusahaan
3. Untuk menjelaskan pengaruh penyaluran zakat terhadap citra perusahaan.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Teoritis

penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang Akuntansi yang terkait pengaruh persepsi nasabah pada penerapan *Corporate Social Responsibility*, *product responsibility* dan penyaluran zakat terhadap Citra perusahaan.

#### 2. Manfaat Praktis

Memberikan evaluasi tentang kinerja lembaga keuangan dalam menghadapi kompetisi di dunia perbankan dan dapat dijadikan sumber

informasi dalam upaya mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan selain sebagai sarana meningkatkan Citra perusahaan Sehingga menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan program Sosial.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Hasil penelitian ini nantinya akan disajikan secara sistematis dengan tujuan untuk mempermudah para pembaca dalam menyimak isi dan poin penting dalam pembahasan. Untuk itu penyajian hasil penelitian akan disajikan dalam lima bab. Adapun urutannya sebagai berikut :

Bagian awal terdiri dari halaman judul skripsi, halaman nota, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, dan halaman daftar lampiran.

BAB I merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari empat bagian, yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian yang diikuti dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian mendasar, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II merupakan tinjauan pustaka yang terdiri dari tiga bagian, yaitu landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian sejenis, dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III adalah metode penelitian. Pada bab ini dibagi menjadi lima bagian, yaitu jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.

BAB IV menyajikan hasil analisis dari penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini disajikan hasil analisis terhadap penerapan CSR, produk responsibility, dan penyaluran zakat yang dilakukan Bank Syariah Mandiri (BSM).

BAB V adalah bagian terakhir dari penelitian ini yaitu bagian penutup. Bagian penutup ini meliputi dua bagian penting dari hasil penelitian, yaitu simpulan dan saran bagi penelitian selanjutnya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Besarnya pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), produk responsibility, penyaluran zakat terhadap citra perusahaan pada bank Syariah Mandiri Yogyakarta adalah 55,9%. Penerapan CSR, produk responsibility, dan penyaluran zakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai uji  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $40,515 > 2,70$ ).
2. Penerapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan karena nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,680 dengan nilai probability  $0,000 < 0,05$
3. Produk *responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini ditunjukkan karena nilai  $T_{hitung}$  sebesar 5,251 dengan nilai probability  $0,000 < 0,05$
4. Penyaluran zakat berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan karena nilai  $T_{hitung}$  sebesar 3,092 dengan nilai probability  $0,003 < 0,05$ .

**a. Saran**

Saran-saran yang dapat disampaikan berdasarkan penelitian ini adalah:

1. Aktifitas *Corporate social Responsibility* (CSR) yang diterapkan bank Syariah Mandiri Yogyakarta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Bank syariah Mandiri. Penerapan CSR Bank Syariah Mandiri hendaknya lebih di efektifkan agar dapat merespon nasabah dalam persepsi yang positif terhadap citra Perusahaan sehingga mendorong orang lain untuk menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh bank Syariah Mandiri.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel-variabel *independen* yang berhubungan dengan CSR yang dapat mempengaruhi Citra misalnya produk pembiayaan qardh.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbesar populasi sampel sehingga data yang diperoleh lebih menyeluruh.



## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an

#### Buku:

- Alma, Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Antonio, M. Syafi'I, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, cet ke-4, Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006.
- Budi Untung, Hendrik, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- Daud Ali, Mohamad dan Habibah Daud, *Lembaga-lembaga Islam di Indonesia*, Cet.1, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Hadi, Nor, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPF, 2011.
- Issa Beekun, Rafik, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, 2009.
- Keraf, Sonny, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008.

- Remy Sjahdeini , Sutan, *Perbankan Islam*, Cet ke-3, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Setiadi, Nuroho J, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Yohanes Lamarto, Indonesia: Erlangga, 1984.
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*, Edisi 2, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta, 2006.
- Suharto, Edi, *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri Memperkuat CSR*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sumitro, Warkum, *Asas-Asas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait*, Jakarta : Rajawali Pers, 2002.
- Supardi, *Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen* Yogyakarta: BPFE, 2008.

**Jurnal dan lain-lain:**

- Adhi Cahya, Bramantya, “Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Studi Pada Bank Di Indonesia Periode Tahun 2007-2008”, *Skripsi* Program sarjana Ekonomi UNDIP, 2010.
- Ayu.T, Nanda, “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Unit Porong”, *Jurnal* Universitas Negeri Semarang, 2011.

- Eka Prasetya, Fanny, “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Lifebuoy Berbagi Sehat Terhadap Loyalitas Konsumen Dan Citra Perusahaan Unilever Indonesia (Studi Kasus Di Kota Bogor)”, *Skripsi* Program sarjana Manajemen IPB, 2010.
- Jatmiko, Indra, “Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Pada Bank X Bogor “, *Skripsi* Program Sarjana Alih Manajemen, IPB, 2011.
- Kusniadji, Suherman, Mengkomunikasikan Program Corporate Social Responsibility Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan, *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara, Tahun III/01/2011*, 2011.
- Majid, Paramita, “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Sultan Alauddin, Makassar”, *Skripsi* Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2012.
- Muhadjir dan Gita Fitri, “Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Nasabah Bank Dan Dampaknya Terhadap Corporate Image” *Journal The Winners*, Vol. 12 No. 2, 2011.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Rahmasari, Deviana, “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Citra Perbankan Dan Sikap Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Bantul), *Skripsi* Program Sarjana UNY, 2012.
- Ramadhani, Rizky, “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Dan Loyalitas Konsumen Pt Indosiar Visual Mandiri Tbk”, *Skripsi* Program Sarjana Alih Jenis Manajemen, IPB, 2011.
- Susiloadi, Priyanto, “Implementasi Corporate Social Responsibility untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan” *Spirit Publik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Vol 4. No. 2, 2008.
- Ulum, Bahrul, Zainul Arifin, dan Dahlan Fanani, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8 No.1, 2014.
- “Peraturan Bank”, [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), diakses pada tanggal 27 November 2013.

“Greater Ways for Greater Indonesia Laporan Tahunan 2012,  
[www.mandirisyah.com](http://www.mandirisyah.com), diakses pada 15 Maret 2015.

Yenti, Anofrida, “Pengaruh Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan PT. Semen Padang” (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lubuk Kilangan Padang), *Jurnal*, Universitas Negeri Padang, 2010.



## LAMPIRAN 1

### Terjemahan Al-Qur'an

HLM.	TERJEMAHAN
<b>BAB II</b>	
25	“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”
27	“... Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa , dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.”
28	“Dan mengapa kamu tidak mau berperang di jalan Allah dan (membela) orang-orang yang lemah baik laki-laki, wanita-wanita, maupun anak-anak...”
36	Barangsiapa yang datang dengan (membawa) kebaikan, Maka baginya (pahala) yang lebih baik daripada kebaikannya itu; dan barangsiapa yang datang dengan (membawa) kejahatan, Maka tidaklah diberi pembalasan kepada orang-orang yang Telahmengerjakan kejahatan itu, melainkan (seimbang) dengan apa yang dahulu mereka kerjakan”

## LAMPIRAN 2

Yth.

Bapak/ Ibu/ Sdr./ Sdri. Nasabah Bank Syariah Mandiri  
di Yogyakarta

Dengan hormat,

Bersama ini saya,

Nama : Ichda Khairunnisa

NIM : 09390030

Jurusan/ Fakultas : Keuangan Islam/Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Meminta kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr./ Sdri. Nasabah Bank Syariah Mandiri untuk mengisi kuesioner penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Penerapan CSR, produk reponsibility dan penyaluran zakat terhadap Citra perusahaan (Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)”**

Atas kesediaan bapak/ Ibu/ Sdr./ Sdri. Untuk mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih. Seluruh data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik serta tidak dipublikasikan secara umum. Untuk itu mohon dibaca baik-baik dan jawablah dengan jujur setiap pertanyaan dibawah ini.

Hormat Saya

Ichda Khairunnisa

## A. SCREENING

**Petunjuk: Berilah tanda silang (X) untuk menjawab pertanyaan di bawah ini**

1. Apakah anda mengetahui program CSR/ tanggung jawab sosial perusahaan di Bank Mandiri Syariah?
  - a. Ya
  - b. Tidak

## B. IDENTITAS RESPONDEN

**Petunjuk: Berilah tanda silang (X) untuk menjawab pertanyaan di bawah ini**

1. Jenis Kelamin:
  - a. laki-laki
  - b. perempuan
2. Berapa umur anda sekarang:
  - a. 17 tahun
  - b. 17-26 tahun
  - c. 27-36 tahun
  - d. 37-46 tahun
  - e. >46 tahun, sebutkan.....
3. Apa pekerjaan anda:
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Ibu Rumah Tangga
  - e. Wiraswasta
4. Apa pendidikan terakhir anda :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Diploma
  - e. lain-lain, sebutkan.....
5. Pendapatan total keluarga/bulan:
  - a. < Rp. 2.000.000
  - b. Rp. 2.000.000-3.000.000
  - c. Rp. 3.001.000-5.000.000
  - d. Rp. 5.001.000- 7.000.000
  - e. > Rp. 7000.000
6. Lokasi tempat tinggal:

- a. Yogyakarta selatan
  - b. Yogyakarta utara
  - c. Yogyakarta barat
  - d. Yogyakarta timur
  - e. Pusat kota
7. Berapa lama anda menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri:
- a. < 1 tahun
  - b. 1-2 tahun
  - c. 2-3 tahun
  - d. 4-5 tahun
  - e. > 5 tahun

**Petunjuk pengisian kuesioner:**

1. Mohon kuesioner ini diisi untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
2. Berilah tanda chek (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Dalam kuesioner ini terdapat 4 alternatif yang dapat responden pilih, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.
4. Peneliti sangat mengharapkan semua pertanyaan dapat dijawab dan tidak ada yang dilewatkan karena setiap pertanyaan saling berhubungan.
5. Terima kasih kepada Bapak/ Ibu/ Sdr./ Sdri karena partisipasinya guna menyukkseskan penelitian ini.

<b>predikat</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>
<b>STS</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>1</b>
<b>TS</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>2</b>
<b>S</b>	<b>Setuju</b>	<b>3</b>
<b>SS</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>4</b>



### 1. PENGUJIAN ASPEK PENERAPAN CSR

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1	Bank syariah mandiri ikut serta dalam memelihara meningkatkan pemberdayaan perekonomian masyarakat				
2	Memberikan bantuan dalam peningkatan kualitas pendidikan, yang diwujudkan dalam bentuk pemberian beasiswa kepada siswa dari keluarga kurang mampu adalah kegiatan yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh Bank Syariah Mandiri				
3	Berperan dalam pembangunan sarana ibadah dan kegiatan peribadatan adalah kegiatan yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh Bank Syariah Mandiri				
4	Berperan dalam pelestarian lingkungan, sarana dan prasarana lingkungan masyarakat adalah kegiatan sosial yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh Bank Syariah Mandiri				
5	Memberikan bantuan dalam bidang kesehatan seperti dalam bentuk bantuan kesehatan, donor darah, khitanan masal dan lain sebagainya adalah kegiatan sosial yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh Bank Syariah Mandiri				

**Anda diminta untuk memberikan penilaian pada lima program di bawah ini dalam skala 1-4. Mulai dari nilai 4 untuk program yang menurut Anda sangat SETUJU, sampai nilai 1 untuk program yang menurut Anda TIDAK SETUJU**

No	Pernyataan	Penilaian			
		4	3	2	1
6	<b>Bidang pengembangan ekonomi umat</b> yaitu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan kemandirian masyarakat dalam mencapai peningkatan kesejahteraan dalam jangka panjang. Program CSR bidang ini diwujudkan dalam pemberian bantuan permodalan, sarana kerja dan sebagainya.				
7	<b>Bidang pendidikan</b> yaitu kegiatan yang memberikan bantuan dalam peningkatan kualitas pendidikan berupa beasiswa, rehabilitasi sekolah, dan pengadaan fasilitas belajar.				
8	<b>Bidang Keagamaan</b> yaitu program pembangunan dan perbaikan sarana ibadah dan kegiatan peribadatan yang diwujudkan dalam bentuk santunan dhuafa, santunan Ramadhan, dan program-program lainnya.				
9	<b>Bidang Peningkatan Lingkungan</b> yaitu bidang pelestarian lingkungan dilaksanakan antara lain bantuan sarana bersih dan pembuatan MCK dan lain sebagainya.				
10	<b>Bidang Kesehatan</b> yaitu kegiatan yang memberikan bantuan kepada masyarakat dilakukan dalam bentuk bantuan kesehatan, donor darah, khitanan masal dan lain sebagainya.				

## 2. PRODUK RESPONSIBILITY

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	TS	STS	
11	<i>Customer Care</i>	perlindungan konsumen melalui Produk pusat pengaduan atau keluhan nasabah ( <i>customer care</i> ) adalah produk perbankan yang aman dan bermanfaat bagi masyarakat				
12		Saluran Syariah mandiri call center 24 jam yang disediakan BSM memiliki respon yang cepat				
13		Mekanisme tindak lanjut terhadap pengaduan atau keluhan nasabah rumit				
14		Pengaduan atau keluhan nasabah diselesaikan secara bijak				
15	<i>Engagement Nasabah</i>	Perlindungan konsumen melalui kegiatan yang melibatkan konsumen dalam bentuk undian berhadiah seperti BSM Gelegar Hadiah (Undian Berhadiah), Sahabat BSM ( <i>Customer Get Customer</i> ), BSM Fantasi (Hadiah Langsung), dan lain-lain merupakan program yang bermanfaat bagi nasabah BSM				
16		Nasabah mendapat kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai program Undian Berhadiah				
17		Program undian berhadiah yang diadakan BSM pengadaannya sudah efektif				
18		Program Undian Berhadiah menawarkan persyaratan yang mudah untuk ikut serta				

### 3. PENYALURAN ZAKAT

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
19	Penyaluran zakat program mitra umat benar-benar berjalan dan disalurkan kepada yang berhak terbukti dengan adanya bantuan diberikan dalam bentuk pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan ekonomi, pinjaman modal usaha mikro.				
20	Penyaluran zakat BSM dalam program didik umat benar-benar berjalan dan disalurkan kepada yang berhak berupa mencerdaskan anak bangsa mulai dari SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi dengan bantuan beasiswa untuk siswa berprestasi				
21	Penyaluran zakat BSM dalam program simpati umat benar-benar berjalan dan disalurkan kepada yang berhak berupa BSM peduli masyarakat dengan partisipasi terhadap masyarakat luas dalam kesehatan dan bantuan bencana alam. Terbukti dari pelaksanaan donor darah, khitanan massal, bantuan kepada korban bencana dan program-program lainnya				
22	Program Penyaluran zakat yang dilakukan Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan nilai syariah				
23	Program penyaluran zakat pada Bank Syariah Mandiri tidak bersifat sementara				
24	Program penyaluran zakat pada Bank Syariah Mandiri memiliki kinerja yang baik				
25	Pada Bank Syariah Mandiri kinerja penyaluran zakatnya sudah efektif				
26	Program Penyaluran zakat pada Bank syariah Mandiri memiliki respon cepat tanggap terhadap masyarakat yang membutuhkan				

**4. PERSEPSI NASABAH TERHADAP CITRA BANK SYARIAH MANDIRI**

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
27	Bank Mandiri Syariah dapat dipercaya karena memiliki tanggung jawab sosial				
28	Bank Mandiri Syariah merupakan lembaga yang peduli pada nasabah dan masyarakat				
29	Bank Mandiri Syariah memiliki kinerja yang baik				
30	Bank Mandiri Syariah memiliki pelayanan yang memuaskan				
31	Bank Mandiri Syariah memberikan kesan yang baik dimata nasabah				
32	Bank Mandiri Syariah selalu berusaha memenuhi harapan dari nasabah				
33	Bank Mandiri Syariah memiliki tingkat keamanan yang baik				
34	Bank Mandiri Syariah memiliki logo dan warna yang membedakan dari perbankan lain				
35	Bank Mandiri Syariah memiliki respon yang cepat atas permintaan nasabah				
36	Bank Mandiri Syariah memiliki respon yang cepat atas keluhan Nasabah				

☺ ☺ ☺ **Terima kasih atas bantuan & kerjasama anda** ☺ ☺ ☺

## LAMPIRAN 4

### Hasil Analisis Deskriptif

#### Statistics

		Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendidikan	Lokasi Tinggal
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	41	41,0	41,0	41,0
	Perempuan	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18th	5	5,0	5,0	5,0
	18-26	85	85,0	85,0	90,0
	27-36	7	7,0	7,0	97,0
	>46th	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mahasiswa	65	65,0	65,0	65,0
	P.Negeri	4	4,0	4,0	69,0
	P.swasta	14	14,0	14,0	83,0
	wiraswasta	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	68	68,0	68,0	68,0
	Lain-lain	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	<2jt	38	38,0	38,0	38,0
	2-3jt	34	34,0	34,0	72,0
	3,001-5jt	16	16,0	16,0	88,0
	5,001-7jt	9	9,0	9,0	97,0
	>7jt	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Lokasi Tinggal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	KY.Selatan	13	13,0	13,0	13,0
	KY.Utara	22	22,0	22,0	35,0
	KY.Barat	11	11,0	11,0	46,0
	KY.Timur	25	25,0	25,0	71,0
	Pusat Kota	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### lama menjadi nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	< 1thn	13	13,0	13,0	13,0
	1-2th	52	52,0	52,0	65,0
	2-3th	23	23,0	23,0	88,0
	4-5 <sup>th</sup>	9	9,0	9,0	97,0
	>5 <sup>th</sup>	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

LAMPIRAN 5

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations Corporate Social Responsibility (X1)

Correlations		Total_X1
Item_X1_1	Pearson Correlation	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_2	Pearson Correlation	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_3	Pearson Correlation	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_4	Pearson Correlation	,570**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_5	Pearson Correlation	,565**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_6	Pearson Correlation	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_7	Pearson Correlation	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_8	Pearson Correlation	,660**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_9	Pearson Correlation	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X1_10	Pearson Correlation	,647**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Total_X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## Correlations Produk Responsibility (X2)

Correlations		Total_X2
Item_X2_1	Pearson Correlation	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_2	Pearson Correlation	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_3	Pearson Correlation	,588**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_4	Pearson Correlation	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_5	Pearson Correlation	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_6	Pearson Correlation	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_7	Pearson Correlation	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X2_8	Pearson Correlation	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Total_X2	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations Penyaluran Zakat (X3)

Correlations		Total_X3
Item_X3_1	Pearson Correlation	,804**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_2	Pearson Correlation	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_3	Pearson Correlation	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_4	Pearson Correlation	,616**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_5	Pearson Correlation	,599**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_6	Pearson Correlation	,758
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_7	Pearson Correlation	,806
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_X3_8	Pearson Correlation	,742
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Total_X3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations Citra Perbankan (Y)

Correlations		Total_Y
Item_Y_1	Pearson Correlation	,839
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_2	Pearson Correlation	,889
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_3	Pearson Correlation	,873
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_4	Pearson Correlation	,784
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_5	Pearson Correlation	,665
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_6	Pearson Correlation	,599
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_7	Pearson Correlation	,815
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_8	Pearson Correlation	,735
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_9	Pearson Correlation	,794
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Item_Y_10	Pearson Correlation	,789
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	100
Total_Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL UJI RELIABILITAS

### Reliability Corporate Social Responsibility (X1)

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_X1_1	30,67	10,769	,688	,859
Item_X1_2	30,56	10,794	,702	,858
Item_X1_3	30,59	10,749	,746	,855
Item_X1_4	30,70	11,465	,448	,878
Item_X1_5	30,59	11,618	,452	,877
Item_X1_6	30,71	11,339	,609	,865
Item_X1_7	30,67	11,052	,691	,859
Item_X1_8	30,73	11,310	,567	,868
Item_X1_9	30,86	11,091	,599	,866
Item_X1_10	30,73	11,290	,548	,870

### Reliability Produk Responsibility (X2)

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0

Total	100	100,0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_X2_1	23,00	12,949	,740	,882
Item_X2_2	23,11	12,200	,759	,878
Item_X2_3	23,79	12,774	,418	,921
Item_X2_4	23,11	12,584	,848	,874
Item_X2_5	23,18	12,715	,739	,881
Item_X2_6	23,28	11,678	,772	,877
Item_X2_7	23,23	12,381	,723	,882
Item_X2_8	23,15	12,816	,656	,888

### Reliability Penyaluran Zakat (X3)

#### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_X3_1	24,13	7,044	,726	,856
Item_X3_2	24,11	7,351	,694	,860
Item_X3_3	24,06	7,027	,776	,851
Item_X3_4	23,82	7,644	,484	,882

Item_X3_5	23,93	7,642	,458	,886
Item_X3_6	24,16	7,449	,679	,862
Item_X3_7	24,06	7,208	,737	,856
Item_X3_8	24,16	7,348	,651	,864

## Reliability Citra Perbankan (Y)

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_Y_1	30,95	13,098	,790	,916
Item_Y_2	30,92	12,983	,856	,913
Item_Y_3	30,89	13,069	,835	,914
Item_Y_4	30,82	13,624	,728	,920
Item_Y_5	30,92	13,973	,580	,928
Item_Y_6	31,09	14,345	,507	,931
Item_Y_7	31,07	13,399	,764	,918
Item_Y_8	31,18	13,745	,666	,923
Item_Y_9	31,06	13,693	,743	,919
Item_Y_10	31,06	13,714	,736	,919

## LAMPIRAN 6

### HASIL UJI ASUMSI KLASIK

#### UJI NORMALITAS

##### NPar Tests

###### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,70755997
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,038
Kolmogorov-Smirnov Z		,565
Asymp. Sig. (2-tailed)		,907

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### UJI MULTIKOLINEARITAS

##### Regression

###### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Citra Perbankan

b. All requested variables entered.

###### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 <sup>a</sup>	,559	,545	2,750

a. Predictors: (Constant), Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	918,883	3	306,294	40,515	,000 <sup>b</sup>
	Residual	725,757	96	7,560		
	Total	1.644,640	99			

a. Dependent Variable: Citra Perbankan

b. Predictors: (Constant), Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,499	3,000		1,166	,246	
	Corporate Social Responsibility	,319	,087	,289	3,680	,000	,746
	Produk Responsibility	,415	,079	,409	5,251	,000	,758
	Penyaluran Zakat	,328	,106	,247	3,092	,003	,719

a. Dependent Variable: Citra Perbankan

## UJI HETEROKEDASTISITAS

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: RES\_2

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,213 <sup>a</sup>	,045	,016	1,53689

a. Predictors: (Constant), Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,786	3	3,595	1,522	,214 <sup>b</sup>
	Residual	226,756	96	2,362		
	Total	237,542	99			

a. Dependent Variable: RES\_2

b. Predictors: (Constant), Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,382	1,677		2,613	,010
	Corporate Social Responsibility	,020	,049	,048	,415	,679
	Produk Responsibility	-,077	,044	-,199	-1,735	,086
	Penyaluran Zakat	-,030	,059	-,059	-,504	,616

a. Dependent Variable: RES\_2



## LAMPIRAN 7

### HASIL ANALISIS REGRESI

#### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Citra Perbankan

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 <sup>a</sup>	,559	,545	2,750

a. Predictors: (Constant), Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	918,883	3	306,294	40,515	,000 <sup>b</sup>
	Residual	725,757	96	7,560		
	Total	1.644,640	99			

a. Dependent Variable: Citra Perbankan

b. Predictors: (Constant), Penyaluran Zakat, Produk Responsibility, Corporate Social Responsibility

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,499	3,000		1,166	,246
	Corporate Social Responsibility	,319	,087	,289	3,680	,000
	Produk Responsibility	,415	,079	,409	5,251	,000
	Penyaluran Zakat	,328	,106	,247	3,092	,003

a. Dependent Variable: Citra Perbankan

## LAMPIRAN 7

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### Sejarah perusahaan

Krisis multi-dimensi yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 membawa hikmah tersendiri bagi tonggak sejarah sistem perbankan syariah di Indonesia. Disaat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Disisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secara global, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (*merger*) 4 (empat) bank pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, menjadi satu, satu bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB). PT BSB merupakan salah satu bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Sebagai tindak lanjut dari pemikiran pengembangan sistem ekonomi syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB bertransformasi dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank

Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

PT Bank Syariah Mandiri kini memiliki 669 outlet terdiri dari 125 Kantor Cabang, 406 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 38 Kantor Kas, 15 Konter Layanan Syariah, dan 85 Payment Point. BSM dilengkapi layanan berbasis e-channel seperti BSM Mobile Banking GPRS dan BSM Netbanking serta fasilitas ATM yang terkoneksi dengan bank induk.

### **Visi dan Misi**

Visi adalah suatu tujuan atau sasaran yang ingin dicapai. Visi dari Bank Syariah Mandiri adalah “Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha”. Maksud dari visi tersebut adalah Bank Syariah Mandiri (BSM) berusaha untuk dapat menjadi salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang dapat dipercaya oleh semua lapisan masyarakat sebagai mitra atau rekan yang dapat membantu mereka untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha-usahanya tanpa membedakan agama, budaya, latar belakang, sejarah, maupun hal lainnya, sehingga dapat menjadikan

masyarakat di Indonesia hidup sejahtera dan makmur. Sedangkan misi adalah cara untuk mencapai visi itu sendiri. Sehingga untuk menjadi Bank Syariah terpercaya pilihan mitra usaha, Bank Syariah Mandiri memiliki misi berikut ini:

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
2. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
3. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
4. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
5. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

### **Organisasi dan Manajemen**

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan baru yang disepakati bersama untuk dijadikan pedoman oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut Bank Syariah Mandiri *Shared Values*. BSM *Shared Values* disingkat "ETHIC". Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. *Excellence*

Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan, meningkatkan keahlian sesuai dengan tugas

yang diberikan dan sesuai dengan tuntutan profesi bankir, serta berkomitmen pada kesempurnaan.

2. *Teamwork*

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi dengan cara mewujudkan iklim lalu lintas pesan yang lancar dan sehat, menghargai pendapat dan kontribusi orang lain, serta memiliki orientasi pada hasil dan nilai tambah bagi *stakeholders*.

3. *Humanity*

Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius dan meluruskan niat untuk mendapatkan ridha Allah.

4. *Integrity*

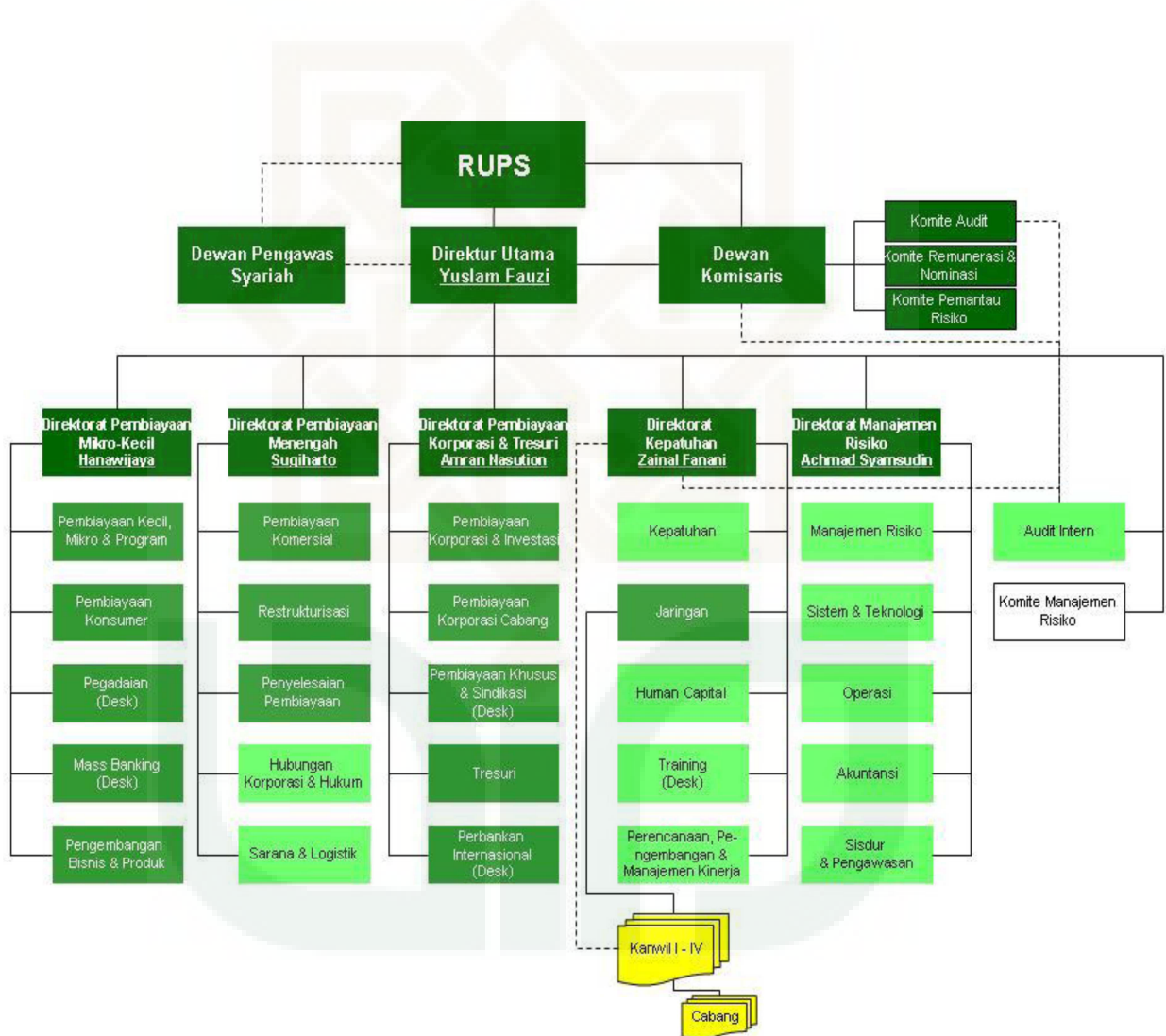
Menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji dengan cara menerima tugas dan kewajiban sebagai amanah dan menjalankannya dengan penuh tanggung jawab sesuai ketentuan dan tuntutan perusahaan.

5. *Customer Focus*

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan dengan cara proaktif dalam menggali dan mengimplementasikan ide-ide baru untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lebih cepat dibandingkan kompetitor.

Nilai-nilai tersebut diupayakan untuk selalu ditanamkan dalam organisasi Bank Syariah Mandiri. Adapun struktur organisasi dari Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

### Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri



## **Penerapan CSR di BSM**

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang telah berkomitmen untuk menerapkan kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Melalui pendekatan *triple bottom lines* yang meliputi kinerja ekonomi (*economic indicators*), kinerja lingkungan (*environmental indicators*), dan kinerja sosial (*social indicators*), diharapkan keberadaan BSM tidak hanya bermanfaat bagi para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang lebih luas yaitu nasabah/konsumen, masyarakat dan lingkungan. Dengan kata lain, BSM berusaha untuk memaksimalkan laba perusahaan (*profit*) selaras dengan tujuan untuk memberikan kemanfaatan yang sebesar-besarnya bagi masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). BSM meyakini bahwa dengan pendekatan yang menyeluruh ini akan mendukung tercapainya tujuan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*), yaitu kegiatan pembangunan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kepentingan generasi mendatang.

Komitmen CSR terdapat dalam Misi BSM yang keempat adalah mengembangkan nilai-nilai syariah universal yakni *shared values* “ETHIC” sebagai *Value-Driven Company* yang secara terus menerus diimplementasikan dalam lingkungan kerja. *Humanity* sebagai bagian dari *shared values* memiliki salah satu *core behavior* yaitu *Social*



*Responsibility*: memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan sosial tanpa mengabaikan tujuan perusahaan.

### **Sumber Dana CSR**

Sebagai bentuk komitmen Perusahaan terhadap kegiatan-kegiatan sosial tersebut, Bank menyediakan anggaran yang wajar dan memadai untuk mendukung program-program CSR yang secara konsisten terus meningkat. Pelaksanaan program CSR memiliki 3 (tiga) sumber dana, yakni Dana Kebajikan dan Dana Zakat.

a. Dana Kebajikan

Sumber dana kebajikan berasal dari pendapatan non-halal, denda dan dana sosial lainnya. Saldo akhir tahun 2012 dana CSR yang bersumber dari dana kebajikan mencapai Rp1.774.379.852,- atau 72,99% dari saldo tahun 2011 sebesar Rp2.431.072.583.<sup>1</sup>

b. Dana Zakat

Dana Zakat bersumber dari zakat perusahaan (BSM) disalurkan melalui Lembaga Amil Zakat Nasional Bangun Sejahtera Mitra (LAZNAS BSM).

### **Program CSR di BSM**

BSM memiliki komitmen tinggi terhadap pelaksanaan CSR terkait sosial kemasyarakatan dan lingkungan hidup. Bank meyakini bahwa kinerja Perusahaan harus memiliki dampak positif terhadap peningkatan

---

<sup>1</sup>“Greater Ways for Greater Indonesia”, [www.mandirisyariah.co.id](http://www.mandirisyariah.co.id) hlm. 248. Diakses pada 15 Maret 2014.

kesejahteraan masyarakat. Peningkatan kesejahteraan masyarakat pada akhirnya akan mendukung pengembangan bisnis Bank secara berkelanjutan. Untuk mewujudkan hal tersebut, Bank melakukan berbagai aktifitas sosial dan lingkungan antara lain sebagai berikut:

a. Program kemitraan

Pelaksanaan CSR bidang pengembangan ekonomi umat bertujuan untuk menciptakan kemandirian masyarakat dalam mencapai peningkatan kesejahteraan dalam jangka panjang. Program CSR bidang ini diwujudkan dalam pemberian bantuan permodalan, sarana kerja dan sebagainya.

b. Program Bina Lingkungan

Bank, selama tahun 2012, telah melakukan program bina lingkungan sebagai berikut:

1) Bidang Pendidikan dan Pelatihan

Program difokuskan pada peningkatan kualitas pendidikan, yang diwujudkan dalam bentuk pemberian beasiswa kepada siswa dari keluarga kurang mampu. Kegiatan dilaksanakan secara menyeluruh baik di lingkungan Kantor Pusat Bank di Jakarta maupun kantor cabang di seluruh pelosok negeri. Adapun perincian penyaluran dana untuk kegiatan sosial yang diberikan oleh bank adalah sebagai berikut:

No	kegiatan	Jumlah Penerima	Nominal (Rp)
1	Bantuan beasiswa SD, SMP, dan SMU	4.000 Orang	6.702.158.585

<b>2</b>	Bantuan beasiswa Mahasiswa Program PPSDMS	1 Lembaga	360.000.000
<b>3</b>	Bantuan beasiswa Mahasiswa Lainnya	445 Orang	576.200.000
<b>4</b>	Bantuan santunan pendidikan	750 Orang	338.422.943
<b>5</b>	Sarana Sarana dan Prasarana pendidikan	44 Lembaga	876.725.200
<b>6</b>	Bantuan Pendidikan Lembaga dan Yayasan	30 Lembaga	396.167.500
<b>Total</b>			<b>9.249.674.228</b>

## 2) Keagamaan

Program CSR untuk bidang sosial/budaya/keagamaan diwujudkan dalam bentuk santunan dhuafa, santunan Ramadhan, dan program-program lainnya.

<b>No</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Jumlah Penerima</b>	<b>Nominal (Rp)</b>
<b>1</b>	Bantuan kegiatan Ramadhan	19.041 Orang	2.336.514.650
<b>2</b>	Bantuan Qurban menjangkau pelosok	50 Lembaga	607.582.085
<b>Total</b>			<b>2.944.095.735</b>

## 3) Sarana Umum

Program CSR untuk sarana umum diwujudkan dalam bentuk bantuan pembangunan dan renovasi masjid dan madarasah, bantuan sarana umum dan program-program lainnya.

## 4) Peningkatan Kesehatan Masyarakat dan Lingkungan

Kegiatan bidang kesehatan masyarakat dilakukan dalam bentuk bantuan kesehatan, donor darah, khitanan masal dan lain sebagainya. Sedangkan bidang pelestarian lingkungan

dilaksanakan antara lain bantuan sarana bersih dan pembuatan MCK. Kegiatan dilaksanakan baik oleh Kantor Pusat Bank di Jakarta maupun Kantor Cabang yang tersebar di berbagai daerah.

No	Kegiatan	Jumlah penerima	Nomina (Rp)
1	Bantuan kesehatan perorangan	1.250 Orang	912.794.460
2	Bantuan operasi katarak	3 Lembaga	29.818.000
3	Bantuan operasi bibir sumbing	3 Lembaga	77.000.000
4	Bantuan ambulance	100 Orang	567.449.229
5	Bantuan korban bencana alam	1.937 Orang	462.095.000
6	Donor darah	1.000 Orang	68.083.200
7	Dokter keluarga sehat	3.600 Orang	393.697.400
8	Warung balita sehat	660 Orang	66.220.000
9	Kesehatan keliling (Baksos)	1.725 Orang	339.390.800
10	Santunan anak yatim dhuafa	3.360 Orang	1.185.216.900
11	Khitanan masal	700 Orang	310.958.800
<b>Total</b>			<b>4.412.723.789</b>

### **Sinergi Bersama LAZNAS**

Bank menyalurkan dana zakat perusahaan (Bank), karyawan Bank, nasabah dan umum kepada yang berhak dengan bersinergi bersama Laznas BSM. Penyalurannya dilakukan melalui program yang berdaya guna dan bermanfaat bagi masyarakat dengan melibatkan pegawai BSM, LAZNAS BSM dan masyarakat sekitar.

Kegiatan CSR melalui kerjasama dengan LAZNAS BSM dilaksanakan dalam program antara lain:

### 1. Mitra Umat

1) Usaha Mikro: Pembinaan, pengembangan dan pemberdayaan ekonomi umat melalui bantuan modal, pelatihan dan pendampingan usaha secara perorangan.

2) Masyarakat Mikro: Pembinaan, pengembangan dan pemberdayaan ekonomi umat melalui bantuan modal, pelatihan dan pendampingan usaha yang ditujukan untuk LKMS.

Pada tahun 2009 bantuan diberikan dalam bentuk pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ekonomi, meliputi budidaya jamur, budi daya kelinci dan pinjaman modal usaha mikro. Penerima bantuan program Mitra Umat dalam tahun 2009 adalah sebanyak 916 orang. Sampai saat ini pengembangan dan perbaikan atas program ini terus dilakukan.

### 2. Didik Umat

Memberikan bantuan pendidikan (beasiswa) kepada mereka yang membutuhkan dan mengupayakan tetap berlangsungnya kegiatan belajar mengajar. Bantuan juga termasuk sarana dan prasarana belajar.

Sasaran dari program ini adalah pemberdayaan pendidikan mulai dari tingkat SD, SMP, SMU/K dan perguruan tinggi. Pada tahun 2009, LAZNAS BSM telah memberikan bantuan pendidikan kepada 1.166 siswa dari berbagai tingkatan.

### 3. Simpati Umat

1) Kesehatan: Berupa bantuan kepada pihak yang membutuhkan di bidang kesehatan termasuk sarana dan prasarananya. Berbagai program yang dimiliki BSM merupakan program yang menyentuh langsung kepedulian terhadap masyarakat. Program-program yang dilakukan BSM di bidang perbaikan kesehatan antara lain: pelaksanaan donor darah, operasi bibir sumbing untuk anak yatim, khitanan massal dan program-program lainnya.

2) Kebencanaan dan lingkungan hidup: Bantuan untuk mengantisipasi kondisi darurat serta aktif mengurangi dampak akibat terjadinya bencana sosial. Aktif ikut memperbaiki atau meningkatkan kualitas lingkungan hidup secara luas.

Upaya memulihkan kerusakan hutan dan lahan dilaksanakan dengan merehabilitasi kembali hutan rusak dan lahan kritis DAS melalui kegiatan menanam, baik secara keproyekan (Reboisasi/ Gerhan) maupun gerakan menanam secara massal oleh masyarakat luas sebagai bentuk kesadaran dan kepedulian terhadap upaya pemulihan kerusakan sumber daya hutan. Melalui program BSM Peduli Penghijauan, BSM melakukan gerakan penanaman pohon.

### **CSR Terkait Tanggung Jawab Terhadap Konsumen**

Bank senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan layanan terbaik. Bank tidak hanya menjual produk perbankan yang aman dan bermanfaat

bagi masyarakat namun juga memberikan perlindungan maksimal kepada konsumen (*product responsibility*). Bentuk komitmen perusahaan terhadap perlindungan

konsumen atas produk Bank, mencakup antara lain: Jaminan Perlindungan Simpanan Nasabah, Pusat Pengaduan Konsumen (*Customer Care*), Program *Engagement* Konsumen, dan Program Peningkatan Layanan.

### **1. Kebijakan Jaminan Perlindungan Simpanan Nasabah**

Kepercayaan masyarakat terhadap industry perbankan merupakan salah satu kunci untuk memelihara stabilitas pada sistem perbankan. Kepercayaan tersebut lahir apabila ada kepastian hukum dalam pengaturan, pengawasan Bank dan penjaminan simpanan nasabah Bank. Sebagaimana ketentuan dalam Undang-Undang No. 24 tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), BSM memberikan jaminan perlindungan atas uang yang disimpan oleh nasabah melalui Lembaga Penjamin Simpanan.

### **2. Pusat Pengaduan Nasabah (*Customer Care*)**

Bank telah membentuk pusat pengaduan konsumen. Pusat pengaduan konsumen ini dapat diakses oleh konsumen melalui beberapa saluran antara lain:

- a. Syariah Mandiri *Call Center* yang beroperasi 24 jam melalui Panggilan (021) 5299 7755.
- b. *Email*: [callbsm@syariahmandiri.co.id](mailto:callbsm@syariahmandiri.co.id).
- c. *Customer service* yang berada cabang-cabang terdekat.

### **3. Program *Engagement* Nasabah**

Kegiatan-kegiatan lain yang melibatkan konsumen sebagai upaya peningkatan kualitas layanan antara lain:

- a. BSM Gelegar Hadiah (Undian Berhadiah).
- b. Sahabat BSM (*Customer Get Customer*).
- c. BSM Fantasi (Hadiah Langsung).
- d. Ceria Akhir Tahun (Hadiah Langsung).
- e. *Business Gathering* dengan nasabah

### **4. Mekanisme Penyelesaian Keluhan Nasabah**

Melalui pusat pengaduan, Bank memberikan respon yang cepat atas pengaduan yang masuk dan penyelesaian secara bijak.

- a. Bank telah membentuk bagian *Service Quality Management* (SQM) yang berada di bawah *Operation Division* yang fokus untuk menangani dan menindaklanjuti pengaduan/ keluhan nasabah. Pengaduan nasabah dapat disampaikan melalui cabang dengan melakukan pengisian formulir permintaan/pengaduan nasabah yang diatur tersendiri dalam peraturan internal Bank atau nasabah dapat juga menyampaikan pengaduannya melalui *Call Center* Bank.
- b. Mekanisme tindak lanjut terhadap pengaduan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah menyampaikan pengaduan melalui Cabang atau *Call Center*;



- 2) Penerima pengaduan menginput pengaduan yang disampaikan nasabah kedalam sistem CMS (*Complaint Management System*);
- 3) Data yang tercatat di CMS akan dimonitor dan ditindaklanjuti oleh unit *Customer Care* yang ada di bagian SQM;
- 4) Informasi/jawaban yang diterima dari unit kerja terkait akan diteruskan kepada penerima pengaduan;
- 5) Penerima pengaduan akan meneruskan
- 6) informasi/jawaban atas pengaduan kepada nasabah;
- 7) Penerima pengaduan akan merubah status pengaduan di CMS menjadi "Selesai".

Adapun tingkat penyelesaian pengaduan nasabah selama 2012 adalah sebagai berikut:

Triwulan (2012)	Jumlah Pengaduan		% tingkat Penyelesaian
	Penerimaan	Penyelesaian	
<b>TW1</b>	502	502	100
<b>TW2</b>	357	357	100
<b>TW3</b>	395	395	100
<b>TW4</b>	450	425	94.44
<b>Jumlah</b>	1704	1679	





4	4	2	3	3	3	3	4	26	4	4	4	4	4	3	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	2	4	4	4	4	4	30	3	3	3	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	37
4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	2	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	37	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	3	4	4	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	2	2	22	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	3	3	3	3	25	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
3	3	3	3	2	2	3	3	22	4	4	4	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	2	3	3	3	3	3	25	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	36
3	3	2	3	2	2	3	3	21	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	2	4	4	4	3	3	28	3	3	3	4	4	3	3	3	26	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	2	3	3	3	3	3	23	3	3	3	4	4	3	3	3	26	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	36
3	3	2	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	35
4	4	2	4	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
3	2	2	3	3	2	3	3	21	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	2	3	3	3	3	3	23	4	4	4	4	4	3	3	3	29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37

3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	3	4	4	30	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	2	2	3	3	22	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
3	3	3	3	3	3	2	4	24	3	3	3	4	3	3	3	3	25	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	36
4	4	4	4	4	4	3	3	30	3	3	4	4	3	3	3	3	26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	3	3	3	3	3	2	4	24	4	4	4	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	3	4	4	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	2	4	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
3	2	2	3	3	2	3	3	21	3	3	3	4	4	3	3	3	26	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36
4	3	2	3	3	2	3	3	23	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	2	3	3	3	3	3	23	4	4	4	3	3	4	4	4	30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	2	2	3	3	2	3	3	21	3	3	3	4	4	3	3	3	26	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
4	3	2	3	3	2	3	3	23	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
3	3	2	3	3	3	3	3	23	4	4	3	4	4	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	2	3	3	3	3	4	26	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	3	3	3	3	3	3	3	25	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
3	2	2	3	3	2	3	3	21	2	3	3	2	2	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	27
2	2	2	3	3	2	3	2	19	2	3	3	2	2	3	3	2	20	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	27

### LAMPIRAN 3

#### DAFTAR SELURUH JAWABAN RESPONDEN ATAS KUESIONER

Respndn	P/L	usia	Pekerjaan	Pendidikan	Penghasilan	L.Tinggal	Lama mjd nasabah	Corporate Social Responsibility (X1)										jml		
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	1	2	1	3	1	5	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
2	1	2	1	3	1	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	1	2	1	3	1	5	1	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	36
4	2	2	1	3	1	5	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	1	2	1	3	1	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	2	2	1	3	1	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	29
7	2	2	1	3	1	5	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	33
8	2	2	1	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	29
9	2	1	1	3	1	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	36
10	2	5	5	3	5	3	5	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	32
11	1	5	5	5	5	3	5	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34
12	1	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	35
13	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
14	2	3	3	5	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	35
15	2	3	3	5	2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
16	1	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	37
17	2	1	1	3	3	5	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28
18	1	1	1	3	2	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	37
19	2	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	35
20	1	2	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	37

21	1	2	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	1	2	3	5	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	33
23	1	2	3	5	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
24	2	2	5	5	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	1	2	5	5	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	34
26	1	2	1	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	36
27	2	2	1	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
28	2	2	1	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	2	2	1	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	2	2	1	3	1	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
31	2	2	1	3	1	5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	28
32	1	2	1	3	2	5	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
33	2	2	1	3	2	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	1	2	1	3	2	5	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
35	1	2	1	3	2	5	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
36	2	2	1	3	2	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	36
37	2	2	1	3	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
38	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
39	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
40	2	2	1	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
41	1	2	1	3	1	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
42	1	2	1	3	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
43	1	2	1	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
44	2	2	1	3	1	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	35
45	2	2	1	3	1	2	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
46	1	2	1	3	1	4	1	4	4	4	4	3	3	4	3	4	37
47	1	1	1	3	2	4	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	33





75	2	2	3	5	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	2	2	3	5	1	1	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
77	2	2	5	5	1	1	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
78	2	2	5	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	2	2	5	5	4	1	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
80	1	2	5	5	4	1	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
81	1	2	5	5	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	2	2	5	5	3	1	2	4	4	3	2	2	3	4	2	2	4	30
83	1	2	5	5	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
84	2	2	1	3	1	1	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
85	1	2	1	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
86	2	2	1	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	2	2	1	3	1	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
88	2	2	1	3	1	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	2	2	1	3	1	5	2	3	4	4	2	3	4	3	3	2	3	31
90	2	2	1	3	1	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
91	2	3	2	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	33
92	2	3	2	5	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	34
93	2	2	2	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	2	2	2	5	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	36
95	2	2	1	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	35
96	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
97	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
98	2	2	1	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	36
99	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	28
100	2	3	5	3	2	1	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	4	27

## CURICULUM VITAE

Nama : Ichda Khairunnisa  
Tempat/Tgl. Lahir : Cirebon, 22 april 1990  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat Asal : Dusun II, RT 002 RW 005, Desa Jagapura Wetan, Kec. Gegesik, Kab. Cirebon Jawa Barat  
Alamat Yogyakarta : Ledok Gowok, RT 15 Rw 06, Catur tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta  
Telp/HP : 089658246225  
Email : [ichdakhairunnisa@yahoo.com](mailto:ichdakhairunnisa@yahoo.com)

### Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN 1 Jagapura Lor
2. MTs Sunan Pandanaran, Yogyakarta
3. MA Sunan Pandanaran, Yogyakarta
4. Uin Sunan Kalijaga

### Riwayat Pendidikan Non Formal

1. PP Sunan Pandanaran, Sleman, Yogyakarta
2. PP Diponegoro, Depok, Maguwoharjo

Yogyakarta, 18 September 2014

Ichda Khairunnisa