

Implementasi CSR Sebagai Aktualisasi ZIS di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas)

Implementation Of CSR As Actualitation Of ZIS in The Badan Amil Zakat (Baznas)

Imamatin Listya Putri

Akuntansi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy, Sumberejo Banyuputih
Situbondo Jawa Timur, 68374, Indonesia

*
E-mail: haloibulistya@gmail.com

Naskah masuk: 09-11-2021

Naskah diperbaiki: 25-11-2021

Naskah diterima: 27-11-2021

ABSTRAK

Perkembangan CSR yang sangat pesat di Indonesia memberikan dampak positif bagi perusahaan, stakeholder maupun masyarakat. Jauh sebelum CSR ada umat Islam diwajibkan untuk berzakat. Zakat Infak dan sedekah memiliki kesamaan konsep dengan CSR yaitu untuk kegiatan sosial. Baznas menjadi objek dalam penelitian ini karena merupakan badan penyaluran zakat tingkat nasional. Proses penyaluran ZIS sebagai bentuk implementasi CSR perlu dikaji ulang alokasi Danya. Penelitian ini menjabarkan alokasi dan distribusi penyaluran ZIS pada BAZNAS dana CSR melalui ZIS pada bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, keagamaan, dan sosial. Proses penyaluran sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tepat sasaran.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, ZIS, Baznas*

ABSTRACT

The rapid development of CSR in Indonesia has a positive impact on companies and stakeholders. Legitimacy theory is the basis for implementing CSR in various companies. Long before CSR, Muslims were required to pay tithe. Zakat infaq and alms have the same concept with CSR, namely for social activities. Baznas is the object of this research because it is a national level zakat distribution agency. The process of distributing ZIS as a form of CSR implementation needs to be reviewed whether it is in accordance with the provisions. This study uses a qualitative approach with library research.. The results showed that Baznas distributed CSR funds through ZIS in the economic, education, health, religious, and social sectors. The distribution process is in accordance with applicable regulations and right on target.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, ZIS, Baznas*

Copyright © 2021 Program Studi Ekonomi Syariah, FEB Universitas Majalengka. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Persaingan usaha sering terjadi dalam dunia usaha karena hal tersebut memang menuntut suatu perusahaan untuk memikirkan strategi agar bisa tetap bertahan atau bahkan mampu menjadi perusahaan nomor satu. Strategi yang digunakan untuk era saat ini tidak hanya dengan banyaknya promosi agar perusahaan mampu bertahan namun dengan adanya kegiatan sosial maka para *stakeholder* akan dengan mudah mengingat dan memberikan tanggapan positif kepada perusahaan. *Corporate Social Responsibility* hadir sebagai suatu program yang mampu memberikan dampak besar terhadap eksistensi perusahaan dimana perusahaan akan bertanggung jawab atas lingkungan sekitar perusahaan sehingga *stakeholder* memberikan tanggapan positif akan hadirnya perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Oktaviani and Hardaningsih 2013) dimana menjelaskan bahwa bisnis yang bertanggung jawab secara sosial akan mempertimbangkan yang terbaik bagi masyarakat umum.

Corporate Social Responsibility hadir dengan tujuan agar tidak terjadi kesenjangan atau ketimpangan sosial antara perusahaan dan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* hadir dalam perusahaan dimana perusahaan diwajibkan untuk menyisihkan sebagian laba perusahaan untuk kegiatan sosial tersebut.

Konsep CSR mulai diperkenalkan pada tahun 1953 oleh Howard R. Bowen dimana sejak saat itu dijadikan literatur konsep CSR modern. Seiring berjalannya waktu konsep CSR mulai berkembang dan melahirkan konsep-konsep baru yang mendukung perlunya CSR dalam dunia bisnis dan perusahaan. Pada tahun 1963 Freeman membuat suatu konsep *stakeholder* dimana konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan tanpa dukungan dari beberapa pihak tidak akan bisa bertahan lama.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk nyata kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Bentuk kepedulian tersebut dapat melalui program pendidikan, lingkungan, kesehatan,

sarana ibadah ataupun bantuan bencana alam. Menurut (Pasaribu 2018) secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*stakeholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Jadi CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada hanya kepentingan perusahaan itu sendiri. CSR merujuk kepada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, komunitas masyarakat, investor, pemerintah dan pemasok serta kompetitornya sendiri.

Di Indonesia kegiatan CSR sudah diterapkan sejak tahun 1980 namun nama CSR baru populer pada tahun 1990. Banyak perusahaan sudah melaksanakan program CSR untuk menunjang bisnis perusahaan. Bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan berbagai macam baik dari kesehatan, pendidikan, lingkungan, sarana ibadah maupun bantuan untuk bencana alam. Penerapan CSR semakin meningkat setiap tahunnya. CSR masih menjadi isu sentral yang semakin populer. Bahkan ditempatkan pada posisi yang penting, karena itulah kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait merespons. Tidak sekadar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaatnya. Kegiatan CSR merupakan program yang sangat strategis dalam mewujudkan sinergi antara pemerintah, perusahaan serta masyarakat. Dengan CSR, pihak perusahaan diharapkan mengutamakan kepentingan masyarakat. Hal yang terpenting ada hubungan saling menguntungkan antara masyarakat dengan perusahaan. Perusahaan yang memberikan CSR harus mengutamakan kepentingan masyarakat, tempat di mana perusahaan itu beroperasi.

Dengan berjalannya waktu CSR di Indonesia mulai diperhatikan oleh pemerintah. Undang- Undang nomor 40 pasal 74 ayat 1 tahun 2007 tentang

perseroan terbatas yang berbunyi "*Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.*" Undang-undang ini tegas mewajibkan perusahaan perseroan untuk melaksanakan CSR dan akan ada sanksi jika tidak melaksanakan. Selain itu pemerintah menerbitkan PP No. 47 Tahun 2012 sebagai peraturan pelaksana dari Undang-undang nomor 40 Pasal 74 UU PT di atas. PP No. 47 Tahun 2012 yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ini hanya berisi sembilan pasal. Salah satu yang diatur adalah mekanisme pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perseroan. Pasal 4 ayat (1) PP No. 47 Tahun 2012 menyebutkan, "*Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.*" Selain itu pemerintah juga membuat Undang-undang nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyilipkan pasal 15 huruf b berbunyi "*Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.*" Dari undang-undang tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan harus melaksanakan program CSR demi terciptanya kehidupan yang selaras dan sejalan antara visi misi perusahaan dan lingkungan sekitar perusahaan.

Teori Legitimasi (Gray, Kouhy, and Lavers 1995) menjelaskan mengenai solusi potensial pada pembelajaran ekonomi. Dimana disebut sebagai kontrak sosial dan kontrak sosial tersebut dapat meningkatkan diversifikasi kegiatan internasional perusahaan. Hal tersebut menjadikan pedoman bahwa CSR disebut sebagai kontrak sosial dan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut (Hariyanto and Al-humaidy 2019) peran dan keberadaan CSR pada dasarnya memiliki keselarasan dengan

sistem dan nilai ajaran Islam. CSR identik dengan perusahaan atau institusi yang bergerak di bidang sosial. Sasaran utama CSR adalah masyarakat. Khususnya yang menyangkut dengan pengadaan ataupun perbaikan fasilitas kemasyarakatan. Apabila mengacu pada peran ini, jelas terdapat kesepahaman antara peran dan fungsi CSR dengan keberadaan syariat Islam, yang pada substansi ajarannya (maqâshid al-syarî'ah) adalah bertumpu pada hadirnya nilai kebaikan sosial atau maslahat.

Menurut (Azizah 2015) secara konsep antara zakat dengan CSR memiliki visi dan misi yang serupa. Berdasarkan dari pemahaman tersebut maka zakat yang dikeluarkan oleh perbankan syariah atau perusahaan syariah memiliki konsep yang sama yaitu dengan tujuan sosial untuk masyarakat.

Sebelum adanya konsep CSR, Zakat, infak dan sedekah (ZIS) sudah lebih ada karena Islam sudah mengatur sedemikian rupa untuk dimanfaatkan, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat at-Taubah ayat 60.

"Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana."

Menurut (Santoso 2013) Pelaksanaan zakat telah diwajibkan kepada semua orang muslim karena merupakan bagian dari rukun Islam, kewajiban tersebut berupa pengeluaran berupa sejumlah harta tertentu yang terselip dalam kekayaan yang dimiliki secara riil oleh setiap pribadi muslim yang diwajibkan Allah untuk disedekahkan kepada orang-orang yang berhak setelah mencapai nisab dan haul dengan satu tujuan sosial sebagai satu alternative solusi pengentasan kemiskinan umat, kewajiban tersebut memerlukan satu panduan sehingga mereka

yang berkeinginan untuk memberi zakat dapat memahami dengan benar teori dan praktisnya dalam melaksanakan kewajiban tersebut, selain zakat yang menjadi kewajiban untuk mengeluarkannya infak dan sedekah juga merupakan amalan yang sangat dianjurkan oleh Islam, dimana merupakan suatu bentuk perhatian pada mereka yang termasuk dalam musthadin.

Pemanfaatan ZIS harus dikelola dan disalurkan secara efektif sebagai suatu sisi ikhtiar pemberdayaan ekonomi umat, karena zakat, infak, dan sedekah merupakan modal dalam upaya peningkatan perekonomian dan kesejahteraan umat, khusus mengenai penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah dimana lembaga yang akan menyalurkannya membutuhkan suatu pedoman dalam menerapkannya hal ini disebabkan penyaluran dana ZIS yang berdasarkan pedoman yang ditetapkan atas dasar yang jelas maka penyaluran ZIS dapat mengenai sasaran yang tepat (Santoso 2013). Apabila penyaluran dana ZIS tepat sasaran maka akan dapat mengurangi tingkat kemiskinan atau keterpurukan dari segi ekonomi masyarakat sekitar serta mampu menjadikan masyarakat lebih produktif.

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pelaksanaan CSR melalui dana ZIS seperti (Setyorini 2017) melakukan penelitian pelaksanaan CSR di BMT Amal Mulia Semarang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa BMT Amal Mulia sudah melaksanakan kegiatan CSR namun kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat sehingga imbal balik dari masyarakat sekitar belum maksimal. Dana dari kegiatan tersebut berasal dari program Baitul Maal yang ada di BMT Amal Mulia Semarang.

Selain itu (Pramiana and Anisah 2018) melakukan penelitian mengenai implementasi CSR dengan menerapkan *Syariah Interprise Theory* (SET) dimana memberikan hasil bahwa BMT Masalahah telah melaksanakan program CSR sesuai dengan konsep SET dan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan dan keberlanjutan dari BMT di masyarakat. Dana

alokasi BMT berasal dari Baitul Maall BMT Masalahah.

Sesuai dengan hasil penelitian (SANTOSO 2012) dapat disimpulkan bahwa Penerapan CSR pada Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Al Falah sudah sangat baik untuk lembaga keuangan setingkat koperasi. Hal ini terbukti dengan adanya unit usaha yang mengatur akan kegiatan CSR dan juga dengan berjalannya kegiatan-kegiatan atau program-program yang berhubungan dengan sosial kemasyarakatan sehingga dapat mengurangi sedikit beban ekonomi masyarakat disekitar lingkungan BMT Al Falah.

(Usria 2014) dalam penelitiannya menghasilkan bahwa adanya pelaksanaan kegiatan CSR di BMT Fastabiq Pati sejalan dengan prinsip Triple Boon Line (TBL) serta berdampak positif dalam meningkatkan kepercayaan anggota. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa ada kewajiban bagi pihak BMT meskipun dalam skala kecil harus menerapkan program CSR.

(Thova'i, Basri, and Huda 2016) dalam penelitiannya menunjukkan dana sosial BMT Alfa Dinar Kerjo Karanganyar bersumber dari para nasabah yang lalai dari tanggungjawabnya pada akad murabahah dan lainnya. Dana ini disebut dana garāmah karena dengan dana ini diharapkan nasabah lebih disiplin dalam melaksanakan kewajibannya, selain itu dana sosial ini juga bersumber dari dana sukarela masyarakat dalam bentuk iuran wajib anggota maupun sumbangan sukarela. Penerapan distribusi dana sosial oleh BMT Alfa Dinar Kerjo Karanganyar telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 17 Tahun 2000 tentang sanksi atas nasabah mampu yang menunda-nunda pembayaran. Dana denda (garāmah) ini tidak diambil dan dipergunakan oleh BMT Alfa Dinar Kerjo Karanganyar melainkan ditampung dalam suatu pos atau rekening yaitu dana sosial yang setiap bulannya akan dilimpahkan atau dihibahkan kepada lembaga amil zakat untuk dipergunakan membantu fakir miskin, anak yatim, para janda dan jompo.

Melihat dari beberapa penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk

melakukan riset di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 8 Tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) pada tingkat nasional. Lahirnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat semakin mengukuhkan peran BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Dalam UU tersebut, BAZNAS dinyatakan sebagai lembaga pemerintah nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Proses penyaluran ZIS serta dana sosial sebagai bentuk implementasi CSR perlu dikaji ulang apakah sesuai dengan ketentuan atau belum.

Disamping itu, karena program CSR yang dilakukan oleh BAZNAS ditujukan kepada masyarakat miskin (duaafa) maka CSR wajib dilaksanakan. Oleh sebab itu, CSR dalam bahasa agama adalah aktualisasi dari kewajiban muslim untuk mengeluarkan ZIS dari wajib sampai sunnah.

Maka dari itu sebagai salah satu lembaga keuangan syariah sekaligus lembaga nirlaba yang berdiri sekarang, BAZNAS menghimpun dan menyalurkan ZIS serta dana sosial kepada orang-orang yang lebih membutuhkan juga berupaya mensejahterakan kaum dhuafa yang menerima bantuan dana sosial sebagai bentuk CSR. Dan berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Implementasi CSR sebagai aktualisasi ZIS di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)"

Teori Legitimasi

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat, keberadaannya dapat diterima ataupun tidak, dapat dilihat aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan apakah telah sesuai dengan norma yang berlaku dan tidak merugikan masyarakat. Dengan demikian legitimasi masyarakat merupakan faktor

yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi tersebut yaitu melalui pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). (Wahyu and Apriwenni 2012)

Teori Legitimasi menurut (Gray, Kouhy, and Lavers 1995) adalah sebuah persepsi atau asumsi yang menerangkan suatu perilaku pada lingkungan sosial dan sesuai dengan sistem sosial. Penekanan legitimasi lebih dititikberatkan pada aspek kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat.

Teori Legitimasi (Gray, Kouhy, and Lavers 1995) menjelaskan mengenai solusi potensial pada pembelajaran ekonomi. Dimana disebut sebagai kontrak sosial dan kontrak sosial tersebut dapat meningkatkan diversifikasi kegiatan internasional perusahaan.

Definisi tersebut mengatakan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat.

Dasar pemikiran teori ini adalah perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah konsep yang mengungkapkan sebuah perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh stakeholder serta lingkungannya. Tanggung jawab tersebut mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, sehingga CSR memiliki hubungan yang erat dengan pembangunan berkelanjutan. (Ryandi Iswandika Murtanto Emma Sipayung 2014)

Ketentuan mengenai kegiatan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang menyatakan bahwa setiap perseroan atau penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya. Dengan demikian CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (1998), CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama dengan karyawan, komunitas setempat dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan bersama antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok untuk

melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan kehilangan legitimasinya sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Jadi pengungkapan informasi CSR merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Haniffa dan Cooke, 2005).

Menurut (Pasaribu 2018) secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*stakeholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*).

(Carroll 1979) mendefinisikan CSR sebagai gabungan dari berbagai aspek tanggungjawab perusahaan yang berbeda misalnya tanggung jawab ekonomi, aspek etik, hukum, dan kontribusi pada beberapa isu sosial yang terjadi. isu sosial tersebut dapat dikategorikan menjadi beberapa aspek yaitu:

1. Legal Aspect, yaitu untuk memenuhi aspek hukum, regulasi dan aturan yang mengatur dari pemerintah.
2. Social Investmen, yaitu untuk alasan pencitraan dimana tujuannya ada menunjukkan image yang positif.
3. Corporate strategy, yaitu CSR sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan.
4. Risk management strategy, yaitu sebagai tujuan untuk meredam serta menghindari adanya konflik sosial.

Perkembangan Corporate Social Responsibility

1. Perkembangan Corporate Social Responsibility Dunia

Konsep CSR mulai diperkenalkan pada tahun 1953 oleh Howard R. Bowen dimana sejak saat itu dijadikan literatur konsep CSR modern. Seiring berjalannya waktu konsep CSR mulai berkembang dan melahirkan konsep-konsep baru yang

mendukung perlunya CSR dalam dunia bisnis dan perusahaan.

Pada tahun 1963 Freeman dan Reid membuat suatu konsep stakeholder dimana konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan tanpa dukungan dari beberapa pihak tidak akan bisa bertahan lama.

Pada tahun 1970an istilah Corporate Social Responsibility semakin populer pasca terbitnya buku John Elkington yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998) dimana dalam buku tersebut Elkington mengemas CSR menjadi 3 fokus yaitu profit, planet, dan people.

2. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Di Indonesia kegiatan CSR sudah diterapkan sejak tahun 1980 namun nama CSR baru populer pada tahun 1990. Banyak perusahaan sudah melaksanakan program CSR untuk menunjang bisnis perusahaan. Bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan berbagai macam baik dari kesehatan, pendidikan, lingkungan, sarana ibadah maupun bantuan untuk bencana alam.

Pemerintah mulai tertarik dengan konsep CSR dan pada tahun 2007. Undang-Undang nomor 40 pasal 74 ayat 1 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang berbunyi "*Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.*" Undang –undang ini tegas mewajibkan perusahaan perseroan untuk melaksanakan CSR dan akan ada sanksi jika tidak melaksanakan. Selain itu pemerintah menerbitkan PP No. 47 Tahun 2012 sebagai peraturan pelaksana dari Undang-undang nomor 40 Pasal 74 UU PT di atas. PP No. 47 Tahun 2012.

Pasal 4 ayat (1) PP No. 47 Tahun 2012 menyebutkan, "*Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali*

ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan."

Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab sosial dan moral dapat diimplementasikan dalam kegiatan bisnis perusahaan. Asumsinya, supaya tanggung jawab sosial dan moral itu benar-benar terlaksana. Implementasi tersebut agar dapat terlaksana maka perusahaan harus mengetahui kondisi internal tertentu yang memungkinkan terwujudnya tanggung jawab sosial dan moral tersebut. (Usria 2014)

Perencanaan *Corporate Social Responsibility* sangat penting karena untuk mewujudkan suatu program harus dibuat terlebih dahulu perencanaannya. Disamping itu perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif dapat dilaksanakan. Setidaknya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: menetapkan visi, menetapkan misi, menetapkan tujuan, kebijakan, merancang struktur organisasi, membagi wilayah, mengelola dana, rancangan implementasi, evaluasi dan pelaporan. (Alma and Priansa 2009)

Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS)

Menurut (Yusuf Qaradawi 1996) Zakat adalah ibadah yang diperuntukan memenuhi kebutuhan orang-orang yang membutuhkan (miskin). Sedangkan menurut Ash Shiddiqy (1999) zakat adalah pengambilan tertentu dari harta yang tertentu, menurut sifat-sifat yang tertentu untuk diberikan kepada golongan yang tertentu.

Zakat secara bahasa bermakna "mensucikan", "tumbuh", atau "berkembang". Menurut istilah syara, zakat bermakna mengeluarkan sejumlah harta tertentu untuk diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (mustahik) sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat Islam. Zakat merupakan rukun Islam yang kelima dan

pelaksanaannya wajib. Berdasarkan Undang-undang No.23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat pada pasal 1 menjelaskan bahwa:

- a. Pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.
- b. Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.
- c. Infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.
- d. Sedekah adalah harta atau nonharta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

Kewajiban berzakat sesuai dengan perintah Allah SWT berfirman dalam surat al-Baqarah ayat 267 :

"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."

Selain itu kewajiban berzakat juga dijelaskan dalam Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 43 :

"Dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah bersama dengan orang-orang yang ruku'."

Infak berasal dari kata anfaqa yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu, termasuk ke dalam pengertian ini, sedangkan menurut terminologi syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam

(Santoso,2013). Infaq merupakan harta (materi) yang disunnahkan untuk dikeluarkan dengan jumlah dan waktu yang tidak ditentukan. Penyalurannya tidak ditentukan penerimanya. (Sarip 2015)

Sedekah merupakan harta nonmaterial yang disunnahkan untuk dikerjakan misalnya senyum, menyingkirkan paku ditengah jalan dan lain sebagainya. Pengertian sedekah sebenarnya hamper sama dengan infak termasuk juga hukum dan ketentuannya tetapi infak berkaitan dengan materi sedangkan sedekah bersifat nonmateri dan menyangkut arti lebih luas (Sarip 2015).

Beberapa Al-Quran yang menerangkan tentang infak dan sedekah diantaranya sebagai berikut:

1. Surat Al-Baqarah: 195

"Dan Infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (dirimu sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."

2. Surat Al-Baqarah: 215

"Mereka bertanya kepadamu (Muhammad) tentang apa yang harus mereka infakkan. Katakanlah, 'Harta apa saja yang kamu infakkan hendaknya diperuntukkan bagi kedua orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin dan orang yang dalam perjalanan.' Dan kebaikan apa saja yang kamu kerjakan, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahui."

3. Surat At-Taubah: 35

"(ingatlah) pada hari ketika emas dan perak dipanaskan dalam neraka Jahannam, lalu dengan itu disetrika dahi, lambung dan punggung mereka (seraya dikatakan) kepada mereka, 'inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah (akibat dari) apa yang kamu simpan itu.'"

2. METODE

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena memiliki sifat induktif dengan mengambil objek spesifik yaitu besaran dana CSR dari dana ZIS, bentuk implementasinya di BAZNAS yang kemudian akan penulis uraikan dalam pembahasan, penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sebagian orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, John W and Creswell 2018). Sifat alamiah dari penelitian kualitatif adalah induktif, fokus pada makna individu dan menterjemahkan kompleksitas suatu persoalan. Selain itu penelitian ini sarat akan nilai karena penulis berinteraksi secara langsung dan melakukan interpretasi terhadap sumber data.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk melihat realitas yang tidak sekedar sebuah hasil, akan tetapi juga proses dan realitas-realitas lain yang melingkupi proses itu. Pendekatan ini penulis pilih karena sifat penelitian kualitatif yang tidak mencari generalisasi akan tetapi mencari kebenaran yang spesifik pada konteks tertentu. Kebenaran yang diharapkan melalui penelitian adalah *me-review* dengan teori dan konsep, bukan kebenaran *nomothetic* yang bisa diukur dengan angka atau distatistikkan.

Ada dua jenis penelitian dalam pendekatan kualitatif, yakni penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapang (*field research*) (Zed 2004). Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan, maka metodologi penelitian ini menekankan pada pustaka sebagai suatu objek studi. Penelitian terhadap kepustakaan menekankan pada esensi yang terkandung dalam suatu buku, tetapi bukan berarti meneliti bukunya. Studi kepustakaan dilakukan dengan penelaahan gagasan para pakar, konsepsi yang telah ada, aturan (*rule*) yang mengikat objek ilmu beserta profesinya (Ahmad n.d.) (Zed 2004) menyebutkan empat ciri bagi riset kepustakaan. Pertama, peneliti berhadapan

langsung dengan teks (*nash*) atau data angka dan bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan. Kedua, data pustaka bersifat siap pakai dan sudah tersedia di perpustakaan. Ketiga, umumnya data pustakan merupakan sumber sekunder, bukan data orisinil dari tangan pertama dilapangan. Keempat, kondisi data pustaka bersifat statik, tetap, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Data tersebut merupakan data „mati“, tidak akan pernah berubah karena tersimpan dalam rekaman tertulis. Riset kepustakaan dalam bidang ekonomi pada hakikatnya sama dengan bidang ilmu sosial lainnya, yang meliputi: objek teori dan konsep yang telah ada, pemikiran para pakar, aspek regulasi, aspek praktik yang ada dan aspek kebahasaan (Subiyanto 1993)

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang terkait dengan penelitian dapat berupa literatur, jurnal, artikel dan atau makalah ilmiah. Hal tersebut didasarkan menurut pernyataan (Borden n.d.), yakni data kualitatif terdiri dari rekaman tertulis dari perilaku yang diobservasi yang dapat ditulis secara kualitatif. Kemudian diperjelas lagi bahwa data kualitatif tersebut nilainya dilihat secara kualitatif. Adapun sumber yang peneliti gunakan adalah literatur ilmiah, jurnal, artikel yang berkaitan dengan implementasi kegiatan CSR yang telah dilakukan melalui zakat, infak dan sedekah yang sudah ditentukan oleh BAZNAS.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah literature review. Diungkapkan dalam (Borden n.d.) bahwa *literature review* adalah proses menempatkan, mendapatkan, membaca dan mengevaluasi literatur penelitian. Alasan peneliti menggunakan survey literatur adalah sesuai dengan yang disampaikan (Borden n.d.), yaitu :

1. Menjawab dan menunjukkan pertanyaan penelitian (rumusan masalah)
2. Memahami teori yang terkait dengan penelitian
3. Mengeksplorasi pertanyaan penelitian lebih mendalam
4. Memudahkan untuk merancang desain penelitian (metode penelitian)
5. Menjaga keterkinian kondisi (realitas) dan teori yang terkait dengan

Penelitian Selain sebagai sumber data terdapat tiga fungsi literatur dalam penelitian kualitatif menurut (Creswell, John W and Creswell 1994) Fungsi tersebut, yaitu :

- a. Peneliti dapat memasukkan tinjauan pustaka pada pendahuluan, dalam hal ini literatur berfungsi menjelaskan latar belakang penelitian secara teoritis atas masalah penelitian seperti siapa saja yang telah menulis masalah ini, siapa saja yang telah menelitinya dan siapa saja yang telah menunjukkan upaya-upaya penelitian ke arah itu.
- b. Peneliti dapat menempatkan literatur sebagai tinjauan pustaka di bagian terpisah seperti pada penelitian atau jurnal yang berorientasi kuantitatif.
- c. Peneliti menyertakan literatur di bagian khusus di akhir penelitian untuk membandingkan dan membedakan hasil atau kategori yang muncul dalam penelitian dengan hasil atau kategori yang terdapat dalam literatur. Adapun dalam penelitian ini literatur digunakan selain sebagai sumber data juga sebagai pendahuluan bagi peneliti untuk menjelaskan latar belakang penelitian dan membantu mengarahkan penelitian pada tujuan penelitian.

Teknik Penelusuran Data

Teknik penelusuran data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah

analisis isi (*content analysis*). Menurut (Borden n.d.) *content analysis* adalah teknik penelitian dengan menganalisis rekaman maupun ucapan tertulis. Hal serupa dikemukakan oleh (Babbie 2005), bahwa *content analysis* adalah studi tentang komunikasi manusia yang terekam, seperti buku, majalah, halaman web, puisi, koran, lagu, lukisan, pidato, surat, e-mail, buletin internet, hukum dan lembaga.

Penulis menggunakan literatur-literatur terkait untuk memahami implementasi kegiatan CSR yang telah dilakukan melalui zakat, infak dan sedekah yang sudah ditentukan oleh BAZNAS. Penulis memilih data kualitatif berupa literatur ilmiah, jurnal, artikel, dokumen dan atau materi visual yang berkaitan dengan CSR dan ZIS untuk menjawab pertanyaan penelitian. Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan (Creswell, John W and Creswell 1994) bahwa dalam penelitian kualitatif prosedur pengumpulan data pada dasarnya dilakukan dengan observasi, interview, dokumen dan gambar visual. *Content analysis* tersebut dilakukan dengan cara mereduksi isi total dari komunikasi (seperti mereduksi kata) ke dalam kategori spesifik yang merepresentasikan ketertarikan peneliti (Singleton and Bruce n.d.).

6. PEMBAHASAN

Implementasi Penyaluran dana Zakat CSR

Keputusan ketua BAZNAS nomor 64 tahun 2019 tentang pedoman pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat di lingkungan BAZNAS. Didistribusikan pada bidang:

- a. Pendidikan
Pendistribusian Zakat pada bidang pendidikan dapat diberikan dalam bentuk biaya pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung, serta ditujukan untuk membiayai kebutuhan pembiayaan mustahik pada jangka pendek.
- b. Kesehatan
Pendistribusian Zakat pada bidang kesehatan dapat diberikan dalam

- bentuk bantuan kuratif dan rehabilitatif.
- c. Kemanusiaan
Pendistribusian Zakat pada bidang kemanusiaan dapat diberikan dalam bentuk penanganan korban bencana alam, korban kecelakaan, korban penganiayaan, dan korban tragedi kemanusiaan lainnya.
 - d. Dakwah dan advokasi
Pendayagunaan Zakat pada bidang dapat diberikan dalam bentuk kegiatan pembinaan masyarakat muslim, pengembangan kebijakan publik dan kajian strategis, serta pembelaan hak dan advokasi Mustahik.

Selain dengan beberapa aspek dana akan disalurkan, Penerapan CSR pada Penyaluran Zakat dilaksanakan dengan tahapan:

1. Rencana Kerja
 - a) Perencana kerja pendistribusian yang dilakukan dengan cara:
 - a. Melakukan analisis sosial permasalahan kebutuhan Mustahik;
 - b. Menyusun perencanaan program, rencana kerja tahunan Penyaluran Zakat;
 - c. Menyusun rencana pencapaian indikator kinerja kunci penyaluran Zakat; dan
 - d. Menyusun rencana kegiatan Penyaluran Zakat.
 - b) Perencanaan Pendistribusian dituangkan dalam dokumen Perencanaan Pendistribusian Zakat pada Pengelola Zakat.
 - c) Perencanaan Kerja Pendayagunaan yang dilakukan dengan cara:
 1. Melakukan analisis sosial;
 2. Melakukan analisis tujuan;
 3. Melakukan analisis pemangku kepentingan;
 4. Melakukan analisis strategi

5. Menyusun matriks rencana program
 6. Menyusun matriks rencana kerja
 7. Menyusun matriks rencana program
 8. Menyusun rencana pencapaian indikator kinerja kunci Pendayagunaan Zakat;
 9. Menyusun rencana kegiatan Penyaluran zakat
2. Rencana Anggaran
Perencanaan Anggaran Pendistribusian dan Pendayagunaan zakat dilakukan dengan:
 - a. Perencanaan anggaran kegiatan Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat disusun berdasarkan Rencana Kerja dan Anggaran Tahun (RKAT) yang telah ditetapkan oleh Ketua Baznas
 - b. Pembahasan perencanaan anggaran kegiatan Pendistribusian dan Pendayagunaan dilakukan pada bulan Oktober s.d Desember untuk tahun anggaran berikutnya.
 - c. Alokasi anggaran Pendistribusian dan Pendayagunaan meliputi: dana operasional BAZNAS, UPZ, penyaluran Mustahik non-amiloleh Baznas dan UPZ, penyaluran Sabilillah untuk fungsi koordinasi dan operasional khusus; saldo akhir dana penyaluran.
 - d. Komposisi alokasi anggaran pendistribusian dan pendayagunaan disusun oleh direktur yang membidangi fungsi pendistribusian dan pendayagunaan.
 - e. Dalam menyusun alokasi anggaran pendistribusian dan pendayagunaan, direktur yang membidangi fungsi

pendistribusian dan pendayagunaan berkonsultasi dengan komite pendistribusian dan pendayagunaan.

Bagian terakhir adalah pelaksanaan dalam bentuk penyaluran dana ZIS dan Penetapan jenis bantuan dalam pendistribusian, dilakukan dengan cara:

- a. Diberikan secara langsung kepada Mustahik sebagai bantuan penyaluran langsung
- b. Dikelola oleh BAZNAS untuk kepentingan Mustahik sebagai bantuan penyaluran tidak langsung

A. Aktualisasi dana ZIS pada CSR di Baznas

Aspek penyaluran zakat bertujuan untuk pembangunan zakat nasional. penyaluran zakat merupakan upaya peningkatan kualitas kehidupan para mustahik. Program-program penyaluran zakat akan memengaruhi persepsi dan kepercayaan publik mengenai pengelolaan zakat, apakah tepat sasaran atau tidak. Pengelolaan zakat sangat dipengaruhi oleh kinerja penyaluran zakat yang dilakukan oleh lembaga zakat resmi, baik BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) maupun LAZ (Lembaga Amil Zakat).

Sebagai otoritas zakat yang diberikan mandat pengelolaan zakat nasional, pendekatan BAZNAS dalam mendistribusikan dan mendayagunakan zakat dilakukan melalui lima saluran, yaitu melalui lembaga program BAZNAS, melalui mekanisme penyaluran langsung via layanan publik, melalui kolaborasi dengan BAZNAS daerah, kolaborasi dengan LAZ termasuk LAZ ormas Islam, dan bekerjasama dengan mitra strategis lainnya, seperti Yayasan. LSM dan lembaga-lembaga yang fokus pada pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat.

Sebagai contoh, pada saluran pertama, BAZNAS telah mengembangkan sebelas lembaga program di bawah koordinasi Direktorat Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS, dimana masing-

masing lembaga program memiliki mandat khusus. Kesebelas lembaga program tersebut adalah LAB (Layanan Aktif BAZNAS), BTB (BAZNAS Tanggap Bencana), LBB (Lembaga Beasiswa BAZNAS), SCB (Sekolah Cendikia BAZNAS), MCB (Mualaf Center BAZNAS), RSBI (Rumah Sehat BAZNAS Indonesia), ZCD (Zakat Community Development), BMFi (BAZNAS Microfinance), LPEM (Lembaga Pemberdayaan Ekonomi Mustahik), LPPM (Lembaga Pemberdayaan Peternak Mustahik), dan Puskas (Pusat Kajian Strategis) yang didesain khusus untuk memberi masukan kebijakan berdasarkan kajian strategis yang dilakukan.

Dana CSR baznas pada dana ZIS telah disalurkan kepada mustahik, melalui Bidang Ekonomi, Pendidikan, Kesehatan, Keagamaan, dan bidang Sosial. Dan setiap tahun naik sangat signifikan. Dengan dimikian Baznas mendapatkan penghargaan TOP CSR award 2021, dilihat pada annual report pada baznas yang peyalurannya efektif dengan total dana naik setiap tahunnya. dapat dilihat pada tabel berikut pada tiga tahun terakhir baznas:

Tabel 1.

Penyaluran dana BAZNAS

Tahun	Bidang Penyaluran	Total
2020	Bidang Ekonomi	251,633,679,207
	Bidang Pendidikan	
	Bidang Kesehatan	
	Bidang Keagamaan	
	Bidang Sosial	
2019	Bidang Ekonomi	196,898,478,131.00
	Bidang Pendidikan	
	Bidang Kesehatan	
	Bidang Keagamaan	
	Bidang Sosial	
2018	Bidang Ekonomi	175,811,470,895.00
	Bidang	

	Pendidikan	
	Bidang Kesehatan	
	Bidang Keagamaan	
	Bidang Sosial	

Sumber: Laporan Keuangan

Dengan adanya penyaluran dana pada setiap bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, keagamaan dan bidang sosial, sejalan dengan efektifnya dana yang akan disalurkan, BAZNAS mendapatkan penghargaan sebagai top CSR Award 2021. Selain itu dalam praktiknya, CSR Baznas bekerjasama dengan beberapa stakeholder, diantaranya dengan kementerian/lembaga dan pemerintah provinsi maupun kabupaten/kota. Sinergi dengan Direktorat Jenderal Penanganan Fakir Miskin Kemensos misalnya, telah melahirkan Sistem Database Mustahik Nasional, karena BAZNAS mendapat akses terhadap 104 juta fakir miskin yang ada di bawah penanganan Kemensos. Demikian pula sinergi dengan Ditjen Dukcapil Kemendagri dalam penguatan database muzakki nasional sehingga diharapkan upaya optimalisasi zakat dapat berjalan lancar.

7. KESIMPULAN

BAZNAS menyalurkan dana CSR melalui ZIS pada bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, keagamaan, dan sosial. Penerapan CSR pada Penyaluran Zakat dilaksanakan tahap rencana kerja yaitu pendistribusian secara langsung maupun tidak langsung dan pendayagunaan bagi mustahik. Dengan adanya penyaluran dana pada setiap bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, keagamaan dan bidang sosial, sejalan dengan efektifnya dana yang akan disalurkan, BAZNAS mendapatkan penghargaan sebagai top CSR Award 2021.

BAZNAS telah mengembangkan sebelas lembaga program di bawah koordinasi Direktorat Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS, dimana masing-masing lembaga program memiliki mandat khusus. Kesebelas lembaga program tersebut adalah LAB (Layanan Aktif BAZNAS),

BTB (BAZNAS Tanggap Bencana), LBB (Lembaga Beasiswa BAZNAS), SCB (Sekolah Cendikia BAZNAS), MCB (Mualaf Center BAZNAS), RSBI (Rumah Sehat BAZNAS Indonesia), ZCD (Zakat Community Development), BMFi (BAZNAS Microfinance), LPEM (Lembaga Pemberdayaan Ekonomi Mustahik), LPPM (Lembaga Pemberdayaan Peternak Mustahik), dan Puskas (Pusat Kajian Strategis) yang didesain khusus untuk memberi masukan kebijakan berdasarkan kajian strategis yang dilakukan, selain itu BAZNAS bersinergi dengan lembaga-lembaga di bawah naungan pemerintah.

8. SARAN

Baznas dapat menjadi role model bagi BAZ maupun LAZ maupun BMT di Indonesia agar optimal dalam penyaluran dana ZIS. Untuk penelitian selanjutnya agar diteruskan berupa penelitian kualitatif maupun kuantitatif tentang strategi CSR yang baik dalam penyaluran ZIS dan seberapa efektif penyaluran ZIS di Indonesia.

9. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Djalaluddin. "PERSPEKTIF ISLAM TENTANG KEPEMILIKAN NEGARA ATAS TAMBANG DI INDONESIA | Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya." <http://digilibfeb.ub.ac.id/opac/detail-opac?id=12343> (November 25, 2021).
- Alma, H B, and D J Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah: Penuntun Perkuliahan Bagi Para Mahasiswa, Pencerahan Bagi Para Pedagang, Pengembangan Marketing Syariah/Spiritual Marketing Bagi Para Pengusaha*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=FP7pZwEACAAJ>.
- Azizah, Indah Purbasari Encik Muhammad Fauzan. 2015. "Alokasi ,Distribusi Zakat Dan Dana Tanggung Jawab Sosial Di Perbankan Syariah." *Masalah-Masalah Hukum* 44(2): 140.
- Babbie, Earl R. 2005. "The Basics of Social Research." : 519.
- Borden, Kenneth. S and Bruce B. Abbot. *Research Design and Methods: A Process Approach - Google Books*. https://www.google.co.id/books/edition/Research_Design_and_Methods_A_Process

- Ap/8VdvNQEACAAJ?hl=id (November 25, 2021).
- Carroll, Archie B. 1979. "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance." *Corporate Social Responsibility* (April): 37–45.
- Creswell, John W and Creswell, David. 1994. "Research Design: Qualitative Quantitative and Mixed Mehds Approaches." https://books.google.co.in/books?id=B_d9AAAAIAAJ (November 25, 2021).
- . 2018. *Research Design - Google Books*. https://www.google.co.id/books/edition/Research_Design/B_d9AAAAIAAJ?hl=id&gbpv=1&bsq=creswell,+john.+2010+research+design&dq=creswell,+john.+2010+research+design&printsec=frontcover (November 25, 2021).
- Gray, Rob, Reza Kouhy, and Simon Lavers. 1995. "Corporate Social and Environmental Reporting A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8(2): 47–77.
- Hariyanto, Erie, and Moh Ali Al-humaidy. 2019. "PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN ZAKAT PERUSAHAAN PERBANKAN SYARIAH DI MADURA Erie Hariyanto*, Moh. Ali Al-Humaidy** *." 49(3): 688–709.
- Oktaviani, Rachmawati Meita, and Pancawati Hardaningsih. 2013. "Fenomenologi : Audit Sosial Dalam Implementasi Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Mencapai Green Economic (Studi Kasus Pada Pt Apac Inti Corpora Bawen Semarang)." *Smenas Fekon: Optimisme Ekonomi Indonesia*: 106–26.
- Pasaribu, Aria Masdiana. 2018. "Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Konsep Balance Scorecard (Studi Kasus Cv . Sephine Eta Carinae)." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 8(1): 93–102.
- Pramiana, Omi, and Nur Anisah. 2018. "Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Prespektif Syariah Enterprise Theory." *Eksis* 13(2): 1–14. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/issue/view>.
- Ryandi Iswandika Murtanto Emma Sipayung. 2014. "PENGARUH KINERJA KEUANGAN, CORPORATE GOVERNANCE, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY." XV(1): 12–25.
- SANTOSO. 2012. "KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PENERAPANNYA PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus Terhadap Praktik Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Al Falah)." Santoso, Ivan Rahmat. 2013. "Analisis Implementasi Penyaluran Dana Zis (Zakat, Infak Dan Sedekah) Di Bmt Bina Dhuafa Beringharjo." *Jurnal Akuntansi* 18(1): 59–70.
- Sarip, Muslim. 2015. Bandung: Pustaka Setia *Akuntansi Keuangan Syariah*.
- Setyorini, Tri. 2017. "Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial) Di BMT Amal Mulia Di Suruh Kabupaten Semarang. Skripsi IAIN Semarang."
- Singleton, Royce A, and C Bruce. *Straits*. 2005. *Approaches to Social Research*. New York: Oxford University Press.
- Subiyanto, Ibnu. 1993. *Ebook – Metodologi Penelitian | Sir.Herdiansyah*. <https://sirherdiansyah.wordpress.com/2013/04/01/ebook-metodologi-penelitian/> (November 25, 2021).
- Thova'i, R, M M Basri, and N Huda. 2016. "Distribusi Dana Sosial Pada Baitul MAL WA TAMWIL (BMT) Alfadinar Kerjo Karanganyar." <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/43652>.
- Usria, Fita. 2014. "Implementasi Dan Peran Csr Terhadap Kepercayaan Anggota Bmt Fastabiq Pati." *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus* 7(2): 291–314.
- Wahyu, Ika, and Prima Apriwenni. 2012. "Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2009." *Institut Bisnis Dan Informatika Indonesia* 1(1).
- Yusuf Qaradawi. 1996. "Hukum Zakat - Google Books." *Litera Antarnusa*. https://www.google.co.id/books/edition/Hukum_zakat/2OovOAAACAAJ?hl=id (November 24, 2021).
- Zed, Mestika. 2004. "Metode Penelitian Kepustakaan."