Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

EFEKTIVITAS PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILTY* (CSR) TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Panorama Kota Bengkulu)

Viya Aneka Rera[1], Nurrahmah Putry[2], Romi Adetio Setiawan[3]
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu[1,2,3]
Email: viyaaneka@gmail.com[1], nurrahmahputry@mail.uinfasbengkulu.ac.id[2], romiadetio@mail.uinfasbengkulu.ac.id[3]

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panorama Kota Bengkulu dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan sampel 31 responden yang dipilih melalui purposive sampling, dilengkapi data primer berupa angket skala Likert dan data sekunder dari laporan CSR BSI. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, serta regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR yang dijalankan BSI, meliputi program pendidikan, pemberdayaan UMKM, fasilitas tempat ibadah, bantuan kesehatan, hingga kemitraan sosial di lingkungan lokal, terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat masyarakat. Tingkat efektivitas CSR setiap tahunnya berada pada kategori cukup efektif hingga efektif, yakni 88,94% pada tahun 2022, 90,2% pada tahun 2023, dan 90,18% pada tahun 2024 . Efektivitas tersebut didukung oleh relevansi program dengan kebutuhan masyarakat, penguatan citra BSI sebagai bank yang peduli, serta peningkatan kepercayaan publik terhadap layanan syariah.
Kata Kunci: Efektivitas, Corporate Social Responsibility (CSR), Minat Masyarakat, BSI

Abstract
This study aims to analyze the effectiveness of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panorama Bengkulu City in increasing public interest in becoming customers. This research employs a descriptive quantitative approach with a sample of 31 respondents selected through purposive sampling, supported by primary data obtained from Likert-scale questionnaires and secondary data from BSI's CSR reports. Data analysis includes validity tests, reliability tests, normality tests, linearity tests, and simple linear regression. The results indicate that the CSR programs implemented by BSI covering education support, MSME empowerment, worship facility development, health assistance, and community partnerships, have a positive impact on increasing public interest. The effectiveness level of CSR from 2022 to 2024 falls within the moderately effective to effective category, namely 88.94% in 2022, 90.2% in 2023, and 90.18% in 2024. This effectiveness is supported by the relevance of the programs to community needs, BSI's strengthened image as a socially

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

responsible bank, and enhanced public trust in Islamic financial services.

Keywords: *Effectiveness, Corporate Social Responsibility (CSR), Public Interest, BSI*

A. Pendahuluan

Banyak perusahaan saat ini yang ingin menjadi terbaik dimata nasabah ataupun pelanggan, hal ini karena tentu menjadi idaman semua perusahaan. Selain menjadi terbaik tentu juga membuat nasabah menjadi pelanggan setia dengan cara memberikan produk yang menarik dan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.[1]

Bank Syariah merupakan Bank yang didirikan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Berbeda dengan Bank Konvensional, Bank Syariah lebih mengutamakan bagi hasil sedangkan Bank Konvensional dengan adanya bunga. Bank Syariah (Perbankan Syariah) berupa gagasan yang ingin membebaskan diri dari mekanisme bunga.[2] Pembentukan Bank Islam mula-mula banyak menimbulkan keraguan. Hal tersebut muncul mengingat anggapan bahwa sistem perbankan bebas bunga adalah sesuatu yang mustahil dan tidak lazim sehingga timbul pula pertanyaan tentang bagaimana nantinya Bank Islam tersebut akan membiayai operasinya.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan hadis. Adapun bank yang dalam beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.[3] Strategi Pengembangan bank syariah diarahkan untuk menciptakan sistem perbankan syariah yang sehat dan dapat berperan sebagai lembaga intermediasi secara optimal.

Di era yang semakin global dan saling terhubung ini, perusahaan memikul tanggung jawab yang lebih besar, tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga untuk berperan aktif dalam memberikan solusi terhadap berbagai masalah sosial dan lingkungan.[4] Oleh karena itu, diperlukan konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang mencakup berbagai kegiatan sosial guna memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar serta meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul dari aktivitas bisnisnya. Selama periode Januari hingga Juli 2023, realisasi dana CSR oleh BSI mencapai Rp153 miliar. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk mengalokasikan sebagian dari hasil keuntungannya guna membantu negara dalam mengatasi kerusakan lingkungan

[1] Analisis Manajemen et al., "*Analisis Manajemen Pelayanan Bank Syariah Pada Masa New Normal (Studi Di Bank Syariah Indonesia Kc . Bengkulu Panorama*)" (2022): 1–15.

[2] Setiawan, R. A. (2023). Impact of Islamic Jurisprudential on Traditional Financial Customs and Legal Integration in Indonesia. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, *13*(2), 195-209. https://doi.org/10.32350/jitc.132.13

[3] Setiawan, R. A. (2022). Risk and regulation of Islamic banks: The Indonesian experience. *Western Sydney University*.

[4] Setiawan, R. A., & Suwandaru, A. (2024). Risk of Islamic securities (SUKUK) and a proposed reforms for development: the Indonesian experience. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-20.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

yang berkelanjutan, dengan berlandaskan pada etika perusahaan dan Undang-Undang Dasar.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya. CSR memiliki empat komponen utama, yaitu tanggung jawab ekonomi, legal, etika, dan filantropis. Tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitar.[5]

Peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya merupakan kontribusi untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.[6] Fungsi sosial yang paling tampak diantaranya yaitu diwujudkan melalui aktivitas penghimpunan dana dan penyaluran zakat, infak, sedekah. Selain itu, fungsi sosial ini diharapkan akan memperlancar alokasi dan distribusi dana sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini berarti, bahwa dalam mengejar kehidupan didunia tidak dapat dilakukan dengan menghalalkan segala cara, tetapi harus dilakukan melalui gerakan amal saleh. Perbuatan amal saleh adalah perbuatan baik yang mendatangkan pahala baginya dan mendatangkan faedah bagi orang lain. Amal saleh dapat berupa tingkah laku dan perbuatan yang termasuk kedalam kategori ibadah maupun yang termasuk kedalam kategori muamalah.

Hal ini tentu memerlukan adanya dukungan dari elemen lain diluar klaster itu sendiri seperti CSR dari swasta maupun program sosial dari pemerintah. BSI KCP Panorama hadir melalui program sosialnya dalam rangka mendukung potensi dari sektor pertanian yang ada, agar kemudian dapat lebih efisien dalam penggunaan teknologi sebagai salah satu faktor pendukung keberhasilan panen dan kualitas produk pertanian yang berdaya saing dengan tujuan akhir yakni memenuhi kriteria produk pertanian.

Penelitian ini dibatasi pada kajian efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Adapun ruang lingkup penelitian difokuskan pada pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh BSI KCP Panorama serta pengaruhnya terhadap minat masyarakat di Kecamatan Singaran Pati, Kota Bengkulu, sehingga pembahasan tidak meluas ke aspek lain di luar variabel dan lokasi penelitian yang telah ditentukan.

Berdasarkan latar belakang penelitian, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh dan tingkat efektivitas program CSR yang dilaksanakan oleh BSI KCP Panorama terhadap minat masyarakat menjadi nasabah. Secara khusus, penelitian ini merumuskan masalah mengenai bagaimana pengaruh efektivitas program CSR terhadap minat masyarakat di Kecamatan Singaran Pati, Kota Bengkulu, serta bagaimana efektivitas program sosial CSR BSI KCP Panorama dalam mendorong minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

---

[5] Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, *34*(4), 39–48. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

[6] Adetio Setiawan, R. (2023). The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003393986

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif dipilih karena berfokus pada pengukuran data yang bersifat numerik untuk menguji hubungan antara variabel secara objektif dan terukur. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Data yang diperoleh diolah dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik guna menghasilkan kesimpulan yang bersifat empiris dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.[7]

Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai karakteristik objek yang diteliti. Pendekatan ini tidak hanya memaparkan data apa adanya, tetapi juga memberikan gambaran hubungan antara efektivitas program CSR dan minat masyarakat menjadi nasabah BSI. Melalui pendekatan deskriptif kuantitatif, peneliti berupaya menyajikan kondisi nyata di lapangan berdasarkan persepsi responden yang diperoleh melalui instrumen penelitian.[8]

Penelitian ini dilaksanakan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Panorama yang berlokasi di Kecamatan Singaran Pati, Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa BSI KCP Panorama secara aktif melaksanakan program CSR yang menyentuh langsung masyarakat. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada tanggal 08 Agustus 2025 sampai dengan 08 September 2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Panorama Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu yang berjumlah 9.500 jiwa. Mengingat keterbatasan waktu dan tenaga, maka tidak seluruh populasi dijadikan responden. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.[9] Sampel penelitian berjumlah 31 responden yang merupakan nasabah aktif, pernah atau sedang mengikuti program CSR, berusia minimal 17 tahun, memiliki pengalaman menggunakan layanan BSI minimal enam bulan, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BSI KCP Panorama. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi BSI, laporan kegiatan CSR, serta literatur yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data utama menggunakan angket (kuesioner) dengan skala Likert lima tingkat untuk mengukur persepsi responden terhadap efektivitas program CSR dan minat menjadi nasabah. Penggunaan skala

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm. 8

[8] Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2017, hlm. 43.

[9] Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2018, hlm. 183.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

Likert bertujuan untuk memudahkan pengukuran sikap dan persepsi responden secara kuantitatif.[10]

Selain kuesioner, teknik observasi dan wawancara terstruktur juga digunakan sebagai data pendukung guna memperkuat hasil penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial, meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, serta analisis regresi linier. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh efektivitas program CSR terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia secara signifikan.[11]

C. Hasil dan Pembahasan

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia yang lahir dari proses penggabungan tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penggabungan ini dilaksanakan pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 Hijriah. Kehadiran BSI menjadi tonggak penting dalam penguatan industri keuangan syariah nasional seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis prinsip syariah.[12] Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri keuangan syariah, di mana perbankan syariah berperan sebagai fasilitator utama dalam ekosistem industri halal.[13]

Bank Syariah Indonesia memperoleh izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan melalui Surat Nomor SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 yang mengesahkan penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT BRIsyariah Tbk serta perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Struktur kepemilikan saham BSI terdiri atas PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 25%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,4%, DPLK BRI Saham Syariah sebesar 2%, dan publik sebesar 4%.[14]

1. Produk dan Operasional Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia menyediakan berbagai produk penghimpunan dana dan penyaluran dana yang disesuaikan dengan prinsip syariah. Produk tabungan yang ditawarkan antara lain tabungan Easy Wadiah, tabungan berencana, tabungan haji, tabungan bisnis, tabungan pelajar, tabungan junior, serta tabungan efek syariah. Selain itu, BSI juga menyediakan produk investasi seperti deposito rupiah dan valas, reksadana syariah, serta Cash Waqf Linked Sukuk Ritel. Keberagaman

[10] Likert, Rensis, "A Technique for the Measurement of Attitudes," *Archives of Psychology*, 1932.

[11] Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2020, hlm. 19.

[12] Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia*, Jakarta: OJK, 2020.

[13] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018.

[14] Bank Syariah Indonesia, *Laporan Tahunan BSI*, Jakarta: BSI, 2023.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

produk ini bertujuan untuk menjangkau seluruh segmen masyarakat dan meningkatkan inklusi keuangan syariah.[15]

Dalam penyaluran dana, BSI KCP Panorama menawarkan pembiayaan konsumtif seperti BSI Griya, BSI OTO, BSI Mitraguna Berkah, BSI Mitraguna Online, dan BSI Cicil Emas. Selain itu, tersedia pula pembiayaan modal kerja dan investasi bagi pelaku usaha mikro dan kecil, termasuk pembiayaan usaha mikro dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) syariah.[16]

2. Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR)

Efektivitas dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat pencapaian target yang telah ditetapkan oleh manajemen organisasi. Semakin tinggi tingkat pencapaian target, maka semakin tinggi pula tingkat efektivitas program yang dijalankan.[17] Pengukuran efektivitas program CSR pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan target dan realisasi minat calon nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Panorama selama periode 2022–2024.

Berdasarkan data yang diperoleh, pada tahun 2022 target calon nasabah sebesar 850 dengan realisasi 758 nasabah, pada tahun 2023 target meningkat menjadi 980 dengan realisasi 884 nasabah, dan pada tahun 2024 target sebesar 1.100 dengan realisasi 992 nasabah. Meskipun realisasi belum sepenuhnya mencapai target, data tersebut menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat dari tahun ke tahun.

Perhitungan tingkat efektivitas menggunakan rumus Richard Steers menunjukkan bahwa pada tahun 2022 efektivitas mencapai 88,94% dengan kategori cukup efektif, tahun 2023 mencapai 90,2% dengan kategori efektif, dan tahun 2024 sebesar 90,18% yang juga termasuk kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh BSI KCP Panorama secara umum telah berjalan efektif dalam meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Efektivitas Program *Corporate Social Responsibilty* (CSR)

Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.779**	.531**	.633**	.627**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000
	N	31	31	31	31	31	31
P2	Pearson Correlation	.779**	1	.623**	.623**	.547**	.831**

[15] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2019.
[16] Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2018.
[17] Steers, Richard M., *Organizational Effectiveness*, New York: McGraw-Hill, 1985.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	31	31	31	31	31	31
P3	Pearson Correlation	.531**	.623**	1	.740**	.604**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000
	N	31	31	31	31	31	31
P4	Pearson Correlation	.633**	.623**	.740**	1	.771**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	31	31	31	31	31	31
P5	Pearson Correlation	.627**	.547**	.604**	.771**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	31	31	31	31	31	31
TOTAL	Pearson Correlation	.829**	.831**	.832**	.897**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31	31

Sumber: Data hasil kuesioner yang menggunakan spss

Berdasarkan dari hasil output di atas menjelaskan pengujian validitas dengan menggunakan metode korelasi pearson hasil dari korelasi jika nilai signifikasi < 0,05 maka *item* valid, jika nilai signifikasi > 0,05 maka tidak valid. Nilai signifikasi P1, P2, P3, P4, dan P5, < 0,05 maka semua *item* dinyatakan valid.

Pengujian validitas pada penelitian ini tidak hanya menggunakan metode korelasi pearson, akan tetapi peneliti juga menggunakan metode *corrected item-total correlations*. Pengujian ini *item* yang dinyatakan valid dengan membandingan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung > dari r tabel maka *item* dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung kurang dari r tabel maka *item* dinyatakan tidak valid. Ketentuannya r hitung pada penelitian ini 0,300 dengan tingkat taraf kesalahan 10%.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Efektivitas Program *Corporate Social Responsibilty* (CSR)

Item-Total Statistics

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	39.2581	21.131	.791	.789
P2	39.1935	20.961	.792	.786
P3	39.1290	20.449	.788	.780
P4	39.1290	20.049	.868	.770
P5	39.2581	20.198	.804	.776
TOTAL	21.7742	6.314	1.000	.900

Sumber: Data hasil kuesioner yang menggunakan spss

Dari hasil pengujian r hitung > r tabel maka item P1, P2, P3, P4, P5 dinyatakan valid semua.

Uji Reabilitas Variabel Efektivitas Program *Corporate Social Responsibilty* (CSR)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

Hasil uji reliabilitas variabel efektivitas program *corporate social responsibilty* (CSR) mendapatkan hasil *cronbach's alpha* 0,816, artinya untuk uji variabel variabel efektivitas program *corporate social responsibilty* (CSR) reliabilitasnya baik atau reliabel.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.951**	.641**	.783**	.509**	.066	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.726	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31
P2	Pearson Correlation	.951**	1	.667**	.808**	.462**	.102	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.009	.585	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31
P3	Pearson Correlation	.641**	.667**	1	.734**	.477**	-.116	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.007	.533	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

P4	Pearson Correlation	.783**	.808**	.734**	1	.650**	-.045	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.808	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31
P5	Pearson Correlation	.509**	.462**	.477**	.650**	1	-.058	.684**
	Sig. (2-tailed)	.003	.009	.007	.000		.756	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31
P6	Pearson Correlation	.066	.102	-.116	-.045	-.058	1	.154
	Sig. (2-tailed)	.726	.585	.533	.808	.756		.409
	N	31	31	31	31	31	31	31
TOTAL	Pearson Correlation	.912**	.920**	.801**	.907**	.684**	.154	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.409	
	N	31	31	31	31	31	31	31

Berdasarkan dari hasil output di atas menjelaskan pengujian validitas dengan menggunakan metode korelasi pearson hasil dari korelasi jika nilai signifikasi < 0,05 maka *item* valid, jika nilai signifikasi > 0,05 maka tidak valid. Nilai signifikasi P1, P2, P3, P4, dan P5, < 0,05 maka *item* dinyatakan valid, Pada variabel minat masyarakat menjadi nasabah lima *item* dinyatakan valid sementara satu *item* tidak valid.

Pengujian validitas pada penelitian ini tidak hanya menggunakan metode korelasi pearson, akan tetapi peneliti juga menggunakan metode *corrected item-total correlations*. Pengujian ini *item* yang dinyatakan valid dengan membandingankan r hitung dengan r tabel. Jika r hitung > dari r tabel maka *item* dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung kurang dari r tabel maka *item* dinyatakan tidak valid. Ketentuannya r hitung pada penelitian ini 0,300 dengan tingkat taraf kesalahan 10%.

Tabel 4.6
Uji Validitas Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	50.6774	16.092	.887	.731
P2	50.6452	16.503	.899	.738
P3	50.7097	16.680	.748	.747
P4	50.6129	16.578	.883	.740

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

P5	50.4194	17.918	.626	.770
TOTAL	27.5806	5.118	1.000	.849

Sumber: Data hasil kuesioner yang menggunakan spss

Berdasarkan hasil uji validitas,item P6 pada variabel minat masyarakat menjadi nasabah merupakan nilai korelasi item-total sebesar 0,072 (di bawah ambang batas 0,30) dan signifikansi di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa item tersebut tidak konsisten dengan konstruk variabel minat.Oleh karena itu, item P6 dikeluarkan dari analisis lebih lanjut.

Uji Reabilitas Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.790	7

Hasil uji reliabilitas variabel minat masyarakat menjadi nasabah mendapatkan hasil *cronbach's alpha* 0,790, artinya untuk uji variabel minat masyarakat menjadi nasabah reliabilitasnya diterima atau reliabel

4. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,165 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,340 (>0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel efektivitas program CSR dan minat masyarakat menjadi nasabah.[18]

5. Uji Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,651 lebih besar dari t tabel sebesar 1,699 dengan nilai signifikansi 0,001 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas program CSR berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Panorama.

Hasil uji F juga menunjukkan nilai F hitung sebesar 13,328 lebih besar dari F tabel sebesar 4,18 dengan nilai signifikansi 0,001. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan efektivitas program CSR berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah.[19]

6. Analisis Deskriptif Responden

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebesar 84,4%, sedangkan responden laki-laki sebesar 15,6%. Berdasarkan usia, responden berusia 17–26 tahun mendominasi dengan persentase sebesar 75%, sementara responden berusia 27–40 tahun sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda memiliki ketertarikan yang lebih tinggi terhadap program CSR dan produk Bank Syariah Indonesia.[20]

1. Efektivitas *CSR* dalam Mempengaruhi Minat Calon Nasabah Perbankan Syariah

[18] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2018.
[19] Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Semarang: UNDIP, 2020.
[20] Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, *Marketing Management*, Pearson Education, 2016.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

Berdasarkan temuan penelitian dari hasil perhitungan tingkat efektivitas diatas, Pada realisasi minat calon nasabah pada tahun 2022 ditargetkan 850 nasabah dan yang terealisasikan sebesar 756, jumlah tersebut dinyatakan memenuhi syarat dan ketentuan yang diterapkan di Bank BSI Kc. Panorama, kemudian ditahun 2023 Bank BSI Syariah Kc. Panorama menargetkan sebesar 980 nasabah, namun yang terealisasikan sebesar 884, dan ditahun 2024 Bank BSI Kc. Panorama menargetkan sebesar 1.100 nasabah, dan yang terealisasikan ditahun ini sebesar 992, maka efektivitas *Corporate Social Responsibility* dalam mempengaruhi minat calon nasabah Bank BSI Kc. Panorama yaitu tahun 2022 sebesar 88,94%, tahun 2023 sebesar 90,2% dan tahun 2024 sebesar 90,18%. Dari hasil perhitungan tingkat efektivitas, maka termasuk kedalam kategori cukup dan efektif kedalam kategori efektif, karena berada pada rasio 80% - 100%.

2. Bentuk pelaksanaan CSR Terhadap Minat Masyakat Menjadi Nasabah Bank BSI KCP Panorama Kota Bengkulu

1) BSI menjalankan program CSR terstruktur dengan beberapa pilar (sahabat finansial, sosial, spiritual) yang meliputi pendidikan (beasiswa),fasilitas tempat ibadah, dll.
2) Di level cabang/kerja wilayah (KCP Bengkulu Panorama) terlihat kegiatan nyata: kunjungan kerja sama/kemitraan dengan lembaga lokal (mis. TVRI Bengkulu), dan penyaluran bantuan fasilitas sekolah (meja-kursi) yang dilaporkan pada media lokal. Contoh tanggal laporan kegiatan kemitraan: 24 Juli 2025 (kunjungan KC BSI Bengkulu Panorama ke TVRI Bengkulu) dan penyaluran meja-kursi yang diliput media September 2025.

3. Rekomendasi agar CSR makin efektif menaikkan minat menjadi nasabah Bank Bsi.

1) Integrasikan *call-to-action* di setiap kegiatan: pos pendaftaran mobile banking/booth buka rekening, *flyer* promo produk syariah yang relevan, dan petugas front-liner yang siap proses pembukaan.
2) Program pemberdayaan berkelanjutan untuk UMKM peserta yang memperoleh hasil positif cenderung loyal menjadi nasabah.
3) Pengukuran pasca-kegiatan: formulir singkat di tempat untuk tracking immediate intent.
4) Kolaborasi dengan pemangku lokal (sekolah, pasar Panorama, TV lokal) untuk menjangkau segmentasi yang tepat (pedagang pasar, pelajar/ortu, UMKM).
5) Hasil (kisah sukses penerima CSR) di kanal lokal agar meningkatkan trust dan bukti sosial.

CSR BSI meningkatkan minat masyarakat bergabung, tapi efektivitasnya bergantung pada cara program dijalankan, keterkaitan langsung dengan kebutuhan lokal (UMKM, pendidikan, dakwah), dan komunikasi/monitoring hasilnya. Berikut penjelasan terstruktur, bukti pendukung, metrik yang dipakai, dan rekomendasi praktis untuk meningkatkan konversi CSR Nasabah.

4. Mengapa CSR bisa meningkatkan minat menjadi nasabah Bank Bsi.

1) Membangun kepercayaan dan reputasi kegiatan sosial (masjid, beasiswa,)memperkuat citra BSI sebagai institusi yang peduli dan “selaras

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

nilai" masyarakat muslim, sehingga orang lebih nyaman memilih bank syariah itu.

2) Meningkatkan brand lewat keterlibatan lokal program yang dilakukan bersama organisasi lokal (mis. Muhammadiyah di Bengkulu) memperluas jangkauan komunikasi BSI dan membuat masyarakat tahu layanan BSI ada di wilayah mereka. Kerja sama semacam ini terlihat di berita lokal.
3) Nilai adopsi produk bila CSR menyasar UMKM (pelatihan, sentra UMKM, pembiayaan), penerima manfaat cenderung memakai produk bank yang membantu usahanya (rekening usaha, pembiayaan murabahah, layanan kas). Studi/skripsi lokal menunjukkan peran nyata BSI Panorama dalam pemberdayaan UMKM dan persepsi pedagang.
4) Literasi keuangan & edukasi syariah menurunkan hambatan masuk program literasi dan beasiswa memperkenalkan konsep produk syariah sehingga calon nasabah lebih paham dan percaya. Dokumen CSR BSI menyebut literasi dan program pendidikan sebagai pilar.

5. Faktor yang menentukan seberapa besar efeknya (kapan CSR benar-benar mengonversi)

1) Relevansi program: CSR yang hanya bersifat filantropi tanpa kaitan ke layanan bank sedikit dampak pengambilan produk. Program yang terintegrasi (UMKM dan akses pembiayaan) lebih efektif.
2) Komunikasi & branding: apakah penerima bantuan diberi penjelasan tentang produk BSI yang relevan (cara buka rekening, keunggulan syariah)? Banyak program yang belum maksimal mengaitkan penerima ke layanan formal. (temuan umum pada penelitian CSR perbankan
3) Kemudahan proses buka rekening/akses produk yang cepat saat momen CSR meningkatkan konversi (*booth* pendaftaran di acara CSR).
4) Kemitraan organisasi keagamaan/komunitas (Muhammadiyah) meningkatkan legitimasi dan rujukan.

6. Bukti lokal untuk BSI KCP Panorama (Bengkulu)

1) BSI secara korporat menerapkan pilar CSR (ekonomi, pendidikan, kesehatan, dakwah), dan ada dokumentasi implementasi yang juga menyebut cabang-cabang termasuk Panorama Bengkulu. Ini memberi dasar struktural program CSR di lokasi.
2) Berita lokal terbaru menunjukkan BSI menjalin kerja sama formal dengan PWM Muhammadiyah Bengkulu bentuk sinergi yang sangat mungkin mendorong adopsi produk oleh lembaga pendidikan dan jemaahnya.

Ada beberapa skripsi dan studi lapangan yang menilai peran BSI (termasuk KCP Panorama) pada UMKM dan persepsi masyarakat ini menunjukkan ada perhatian akademik terhadap pengaruh program BSI di kota Bengkulu. Hasil studi biasanya menunjukkan hubungan positif bila program terintegrasi.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh efektivitas Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap minat calon nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panorama Kota Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh BSI memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

masyarakat untuk menjadi nasabah. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa efektivitas CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah, yang menandakan bahwa semakin efektif pelaksanaan program sosial yang dilakukan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah BSI. Selain itu, tingkat efektivitas CSR yang diukur berdasarkan perbandingan antara target dan realisasi minat calon nasabah menunjukkan hasil yang tergolong cukup efektif hingga efektif. Pada tahun 2022 tingkat efektivitas mencapai 88,94%, kemudian meningkat pada tahun 2023 sebesar 90,2%, dan tetap berada pada kategori efektif pada tahun 2024 sebesar 90,18%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pelaksanaan program CSR BSI KCP Panorama telah berjalan secara konsisten dan berkelanjutan, serta mampu memberikan dampak positif dalam membangun kepercayaan dan ketertarikan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 2 Januari 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2157-2170

DAFTAR PUSTAKA

Adetio Setiawan, R. (2023). *The future of Islamic banking and finance in Indonesia: Performance, risk and regulation* (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003393986

Analisis Manajemen, et al. (2022). Analisis manajemen pelayanan bank syariah pada masa new normal (studi di Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu Panorama). *Jurnal Analisis Manajemen*, 1–15.

Antonio, M. S. (2018). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ascarya. (2018). *Akad dan produk bank syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Bank Syariah Indonesia. (2023). *Laporan tahunan Bank Syariah Indonesia*. Jakarta: BSI.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G

Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kasmir. (2019). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*.

Nazir, M. (2017). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Roadmap perbankan syariah Indonesia*. Jakarta: OJK.

Setiawan, R. A. (2022). *Risk and regulation of Islamic banks: The Indonesian experience*. Western Sydney University.

Setiawan, R. A. (2023). Impact of Islamic jurisprudential on traditional financial customs and legal integration in Indonesia. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 13(2), 195–209. https://doi.org/10.32350/jitc.132.13

Setiawan, R. A., & Suwandaru, A. (2024). Risk of Islamic securities (sukuk) and proposed reforms for development: The Indonesian experience. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1–20.

Steers, R. M. (1985). *Organizational effectiveness*. New York: McGraw-Hill.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.