

ABSTRAK

Muhammad Isbad Addainuri, 2020, Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al- Maghfirah Di Desa Larangan Badung Pamekasan, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Iain Madura, Pembimbing: Fahrurrozi, M.E.I

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), Reputasi Perusahaan

UD Al-maghfirah ini merupakan Usaha Dagang yang bergerak dibidang perdagangan dan pendistribusian yang berlokasi di Desa Larangan Badung Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan. UD Al-maghfirah didirikan tahun 1994 dan awal berjaya pada tahun 2005. UD Al-maghfirah meskipun lokasinya berada di desa tetapi tidak kalah saing dengan Usaha-usaha Dagang atau bahkan dengan Swalayan dan toko distributor yang ada di kota. Hal ini di buktikan dengan konsumen yang berdatangan dan juga transaksi yang setiap hari dihasilkan. Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu *pertama*, peneliti ingin mengetahui apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung. *Kedua*, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Reputasi Perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tehnik analisis data menggunakan regresi linear sederhana, dan dengan bantuan alat analisis SPSS 20. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di dusun Badung Tengah dan Sumber Papan II. Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tehnik *Cluster random sampling*. Pengambilan sampel ditentukan dengan rumus *the finite population correction (tipc)* dengan jumlah responden sebanyak 77 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket).

Hasil uji Signifikansi secara Individual (Uji t) diperoleh t_{hitung} sebesar $12,543 > t_{tabel} 1,664$ dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$ menyatakan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan dengan perolehan persentase 67,7% Sedangkan 32,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.