

ABSTRAK

Nurul Qomariyah, 2021, *Implementasi Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan Tambak Udang (Studi Kasus Di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Shalehoddin, Lc., M.M.

Kata kunci: Implementasi, *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, Reputasi Perusahaan

Setiap usaha atau perusahaan dibangun oleh seseorang untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Operasional suatu perusahaan harus memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosial masyarakat berupa kegiatan yang bersifat sosial. Dalam Islam, tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan disebut dengan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*. Implementasi dari *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* akan melahirkan persepsi masyarakat terhadap perusahaan, persepsi masyarakat terhadap perusahaan sangat penting dan bisa mempengaruhi reputasi perusahaan. Perusahaan tambak udang yang ada di Desa Legung Barat Kecamatan Batang-Batang Kabupaten Sumenep menerapkan sistem *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dalam operasionalnya. Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua fokus penelitian yang menjadi pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* pada perusahaan tambak udang; *kedua*, bagaimana respon masyarakat terhadap implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* pada perusahaan tambak udang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah pemilik dan pengelola tambak udang, karyawan dan masyarakat sekitar pemilik tambak udang. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamat dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* dalam perusahaan tambak udang yaitu dilaksanakan terhadap konsumen, masyarakat dan lingkungan sesuai dengan unsur-unsur yang harus dipenuhi dalam pengimplementasiannya yaitu *al-adl* (keadilan); *al-ihsan* (berbuat baik); manfaat dan amanah. *Kedua*, respon masyarakat terhadap implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* pada perusahaan tambak udang banyak yang merespon dengan baik terhadap keberadaan dan aktivitas yang dilaksanakan oleh perusahaan tambak udang, akan tetapi ada sebagian kecil yang merespon negatif terhadap aktivitas perusahaan tambak udang sehingga dengan respon-respon tersebut dapat membawa nama perusahaan atau yang disebut dengan reputasi perusahaan di kalangan masyarakat.