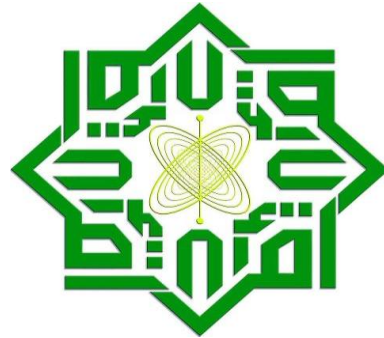


**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP CITRA BANK PADA PT. BANK RIAU KEPRI**

LAPORAN AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Komprehensif guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A. Md) Pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



Oleh :

HINDAMA AFADA

NIM : 01026203742

**PROGRAM STUDI D3
JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1434 H/2013**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **Pengaruh CSR terhadap Citra bank pada PT. Bank Riau Kepri.**

Bank yang menghendaki usahanya berlangsung dalam jangka panjang dan citra yang positif, maka harus mampu memberi jawaban terhadap kebutuhan masyarakat. Bukan hanya memberi keuntungan sebesar-besarnya, melainkan mampu melakukan tanggung jawab dalam arti luas yaitu CSR.

Adapun Rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah apa saja program CSR yang dilakukan oleh bank Riau Kepri dan bagaimana Pengaruh CSR tersebut terhadap citra bank Riau Kepri.

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan dan nasabah bank Riau Kepri, Sampel dalam penelitian ini 100 nasabah dan dan karyawan sebanyak 3 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa data kualitatif.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bank Riau Kepri mempunyai program-program CSR yang terdiri dari Program sosial dan kemasyarakatan, ada program Lingkungan hidup, program tenaga kerja dan keselamatan kerja, dan terakhir program perlindungan nasabah.

CSR mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap citra bank. Bank yang melakukan program-program CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan, membentuk kesan yang baik, mempunyai banyak nilai lebih dibanding perusahaan yang berorientasi pada keuntungan semata, dan mudah menyelesaikan masalah jika ada masalah kecil yang timbul dengan nasabah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang menciptakan langit dan bumi beserta segala isinya, dan rasa syukur tidak henti-hentinya penulis persembahkan kehadiranNya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan. Shalawat beriring salam penulis ucapkan kepada Junjungan Alam yaitu baginda Rasulullah SAW yang merupakan figur sentral umat manusia.

Berkat Rahmat dan Karunia Nya, penulis bisa menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA BANK PADA PT. BANK RIAU KEPRI”**. Ini merupakan hasil karya tulis yang disusun sebagai Laporan Akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

Dengan selesainya penyusunan Laporan Akhir ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moral maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang paling dalam kepada:

1. Buat Orang Tua Penulis, Abdul Mahir dan Yatimah, yang jasanya tidak bisa dibanding. Kata-kata apapun tak berarti dan tak bisa membalas apapun untuk Mama Papa. Semoga kita jadi keluarga yang bahagia selalu dunia akhirat.
2. Bapak Prof.Dr.H.M. Nazir MA, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Terima kasih karena telah menjadi rektor.

3. Bapak Akbarizan M.Ag, selaku dekan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III
4. Bapak Nurwahid M.Ag, selaku ketua Program D3 Perbankan Syariah dan Bapak Khairul Amri selaku Sekretaris Program D3 Perbankan Syariah yang telah banyak membantu penulis dalam urusan kuliah.
5. Ibu Zuraidah M. Ag selaku dosen pembimbing yang telah ikhlas mengeluarkan tenaga dan pikiran membantu dan membimbing penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih ya bu.
6. Bapak Zulkayandri, selaku Pembimbing Akademis.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
8. Untuk kakak dan adik-adik penulis, Asila Ulya, Fadlan Ashri, M. Nafis Arsyada, M. Riskillah, Arifa Dalilah, yang memberikan warna dihidup. Tanpa kalian pasti tak lengkap sebuah kebahagiaan.
9. Untuk Penghuni Kos Villa Putri Pratama 1, Dian Kusuma, Asha Dhamila. Delfi Anggara Mustika, Atikah, Asniati, kak Ima, kak Vepy, kak Rida dll tempat berbagi cerita di perantauan sekaligus tempat membuktikan sebuah persahabatan. Suka dan duka terus berganti semoga kenangan baik bertahan lama dan sebuah hubungan tak hanya bertahan saat didekat.
10. Untuk teman-teman perjuangan di kelas D3 perbankan syariah 2, yang melalui kehidupan kampus bersama-sama, bertemu dosen yang sangat disukai, dan beberapa yang tak disukai, menertawakan sesuatu yang tak lucu, berkumpul dan menghabiskan waktu dikelas. Sesuatu yang pasti dirindukan.

11. Untuk Karyawan Bank Riau Kepri yang telah memberikan informasi kepada penulis sehingga Laporan Akhir ini bisa selesai.
12. Terakhir adalah semua pihak yang membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung. Yang penulis sadari maupun yang tidak disadari.

Semoga kebaikan dan keihlasan yang telah mereka curahkan bisa menjadi amal saleh dan mendapat imbalan yang baik dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Akhir ini masih jauh mencapai kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif demi kesempurnaan Laporan Akhir ini. Semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya. Amin

Pekanbaru, Mei 2013

HINDAMA AFADA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Metode Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat PT. Bank Riau Kepri.....	12
B. Visi dan Misi PT Bank Riau Kepri	14
C. Ruang Lingkup Kegiatan PT. Bank Riau Kepri.....	15
D. Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru.....	23
BAB III TINJAUAN UMUM CSR DAN CITRA	
A. Pengertian Bank	26
B. Definisi CSR	27
C. Dasar Hukum CSR.....	27
D. Manfaat CSR.....	29

E. Pentingnya CSR	33
F. Bentuk-Bentuk CSR	34
G. Pro dan Kontra terhadap CSR.....	38
H. CSR dalam Perspektif Islam	47
I. Definisi Citra	47
J.Pentingnya Citra.....	51
K.Macam-Macam Citra	51
L. Hubungan CSR terhadap Citra	51
BAB IV PENGARUH CSR TERHADAP CITRAPT BANK RIAU KEPRI	
A. Program CSR Bank Riau Kepri	53
B. Pengaruh CSR terhadap Citra Bank pada PT. Bank Riau Kepri.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.0	Argumen pihak yang setuju CSR.....	39
Tabel 3.1	Argumen pihak yang menentang CSR.....	41
Tabel 4.0	Dana CSR 2010.....	59
Tabel 4.1	Dana CSR 2011.....	60
Tabel 4.2	Dana CSR 2012.....	61
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.4	Pendidikan Responden.....	74
Tabel 4.5	Penghasilan Responden.....	75
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap indikator <i>economic responsibility</i>	76
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap indikator <i>legal reponsibility</i>	77
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap indikator <i>ethical reponsibility</i>	80
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap indikator <i>philanthropic reponsibility</i>	82
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap indikator nilai.....	83
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap indikator <i>experience</i>	85
Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap indikator teknik dan fungsional	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri	24
Gambar 2.2	Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri.....	25
Gambar 3.0	Pengertian Bank	26
Gambar 3.1	Piramida CSR.....	36
Gambar 4.0	4 Pilar CSR Bank Riau Kepri.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 1998, terjadi krisis moneter di Indonesia. Krisis ini terjadi karena hutang swasta dan etika perusahaan khususnya perbankan yang buruk dan semena-mena, kurangnya pengawasan pemerintah, tidak adanya transparansi dalam menjalankan perusahaan, lemahnya perlindungan dan kepastian hukum sehingga perekonomian anjlok dan terjadi inflasi yang tinggi. Bisa dikatakan saat itu, tidak ada tata kelola perusahaan yang baik apalagi kepedulian sosial perusahaan kepada masyarakat.

Dewasa ini, Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi bincangan yang ramai dibicarakan. Kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan menunjukkan pencapaian yang makin baik. Hal ini didasari pada pemahaman bahwa sebuah organisasi (tidak hanya perusahaan) memiliki tanggung jawab dalam setiap aspek operasionalnya dan tidak hanya memperhitungkan persoalan finansial atau deviden semata.

Kepekaan dan kepedulian organisasi terutama yang dilakukan banyak perusahaan bahkan sudah diatur secara legal formal dalam berbagai bentuk, misalnya pengesahan undang-undang dan regulasi terkait serta pembentukan lembaga yang konsen terhadap penerapan CSR, bahkan ada ketentuan sanksi jika perusahaan tidak menerapkan CSR. Meskipun pada tataran operasional-praksis masih banyak celah yang perlu dikritisi, namun setidaknya konsen perusahaan dan

masyarakat akan pentingnya CSR menjadi upaya penting yang harus selalu ditingkatkan¹.

Trinidad & Tobacco Bureau of Standards mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas². *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen dunia usaha untuk berkontribusi terhadap karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup mereka³.

CSR ini bukanlah bagian dari bisnis utama perusahaan, namun dilakukan untuk memberi nilai tambah dan meningkatkan citra perusahaan. Kegiatan ini juga dilakukan sebagai bentuk politik etis dan balas budi perusahaan kepada masyarakat, meskipun mungkin saja perusahaan dalam menjalankan bisnisnya merugikan masyarakat.

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang

¹ Ahmad Faizin Karimi, *Think Different; Jejak Pikir Reflektif Seputar Intelektualitas, Humanitas, dan Religiusitas*, (Gresik: MUHI press, 2012), h. 140.

² Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), h. 10.

³ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility; From Charity to Sustainability*, (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2009), h.3.

strategi dan *sustainable*⁴ akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat⁵.

Kesadaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dalam mendongkrak reputasi dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang mendorong mereka menerapkan CSR secara sungguh-sungguh. CSR tidak lagi dipandang sebagai kewajiban sosial yang harus ditunaikan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR tidak dianggap sebagai bagian yang terpisah, melainkan menjadi bagian yang internal dari aktivitas perusahaan⁶.

Perusahaan juga seharusnya melihat Corporate Social Responsibility bukan sebagai sentra biaya (cost center) melainkan sebagai sentra laba (profit center) di masa mendatang. Logikanya sederhana, jika Corporate Social Responsibility diabaikan kemudian terjadi insiden. Maka biaya yang dikeluarkan untuk biaya recovery bisa jadi lebih besar dibandingkan biaya yang ingin dihemat melalui peniadaan Corporate Social Responsibility itu sendiri. Hal ini belum termasuk pada resiko non-finansial yang berupa memburuknya citra perusahaan di mata publiknya.

Pelaksanaan CSR oleh sebuah perusahaan memberikan banyak manfaat diantaranya:⁷ (1) mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan; (2) layak mendapatkan *social licence to operate*; (3) mereduksi risiko bisnis perusahaan; (4) melebarkan akses sumber daya; (5) membentangkan akses

⁴ Sustainable: berkelanjutan

⁵ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, (Jakarta: Fascho Publishing, 2007), h. 66.

⁶ Yusuf CK. Arianto, *Rahasia Dapat Modal & Fasilitas dengan Cepat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 82.

⁷ *Ibid.*, h. 84.

menuju pasar; (6) mereduksi biaya; (7) memperbaiki hubungan dengan stakeholders; (8) memperbaiki hubungan dengan regulator; (9) meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; (10) peluang mendapatkan penghargaan.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah⁸. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat.

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Pada dasarnya lembaga keuangan adalah *intermediary* yaitu lembaga perantara antara pemilik dana dengan pemakai dana⁹. Sedangkan arti lain dari lembaga keuangan adalah sebagai perantara pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang kekurangan dan memerlukan dana (*lack of funds*)¹⁰.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 160

⁹ Imam Rusyamsi, *Asset Liability Management*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1997), h. 6.

¹⁰ Pratharma Raharja, *Uang dan Perbankan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 64.

masyarakat, tetapi juga bagi sektor keuangan atau finansial seperti lembaga keuangan bank atau bukan bank¹¹.

Kunci dari keberhasilan bank adalah bagaimana bank tersebut bisa merebut hati masyarakat sehingga peranannya sebagai perantara keuangan berjalan dengan baik. Salah satu hal yang bisa merebut hati masyarakat adalah adanya citra bank yang baik di mata masyarakat. Bagi nasabah, mengetahui tanggung jawab sosial suatu bank dapat membantu mengambil keputusan apakah bank tersebut dapat dipercaya dan bertanggung jawab atau tidak.

Begitu juga yang dirasakan oleh bank Riau Kepri, bank ini berjalan dengan moto *The spirit to Grow, Empathy and Action*. Operasional bank sangat bergantung dengan kepercayaan masyarakat. Bayangkan bagaimana kalau semua nasabah menarik dananya dari bank, bank akan bangkrut. Maka sangat penting bagi bank untuk mempertahankan citra baiknya sehingga tetap dipercaya dan bisa terus menjalankan usahanya untuk waktu yang lama.

Dengan melihat pentingnya masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA BANK PADA PT. BANK RIAU KEPRI.**

B. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya masalah yang diteliti serta terbatasnya kemampuan, waktu dan dana yang tersedia, maka dalam penulisan ini penulis membatasi

¹¹ Tony Djogo, *Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, <http://goodcsr.wordpress.com/about/artikel/>, terakhir diakses 19 Desember 2012.

masalah yang diteliti adalah tentang pengaruh CSR terhadap citra Bank pada PT. Bank Riau Kepri.

C. Rumusan Masalah

Agar penelitian lebih terarah maka perlu disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja Program CSR di Bank Riau Kepri?
2. Bagaimana Pengaruh CSR terhadap citra Bank pada PT. Bank Riau Kepri?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui apa saja program CSR di bank Riau Kepri
 - b. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap citra Bank pada PT. Bank Riau Kepri
2. Manfaat Penelitian
 - a. Sebagai bahan pembelajaran dan sebagai bahan informasi guna menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah
 - b. Sebagai bahan referensi jika bank ingin mengetahui apakah program-program *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi citra bank dan juga sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan program *Corporate Social Responsibility*

- c. Bagi institusi dan pihak lain yang berkepentingan, sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama ataupun penelitian lanjutan
- d. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program D3 Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA RIAU.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Riau Kepri Pekanbaru yang beralamat di Jl.Sudirman No. 377 Pekanbaru. Penulis memilih lokasi tersebut karena Bank Riau Kepri adalah salah satu lembaga keuangan yang sudah melaksanakan kegiatan CSR. Dan karena Bank tersebut sudah cukup lama berdiri serta mempunyai nasabah yang lumayan banyak.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan, dan nasabah bank Riau Kepri, sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah pengaruh CSR terhadap citra bank pada PT. Bank Riau Kepri.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang diteliti. Populasi sebagai kumpulan atau agregasi dari seluruh elemen-elemen

atau individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian¹².

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang ada. Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada dari populasi tersebut, apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)¹³.

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Bank Riau Kepri yang berjumlah 238 orang serta nasabah yang berjumlah 500.000 orang.

Berdasarkan berbagai pertimbangan keterbatasan waktu dan ruang gerak penulis, maka penulis mengambil sampel dari pimpinan dan karyawan sebanyak 3 orang (1,2%) dengan teknik purposif sampling, dan nasabah sebanyak 100 orang (0,02%) dengan teknik random sampling.

4. Sumber data

- a. Data primer, adalah data yang dikumpulkan penulis dari karyawan dan nasabah di tempat lokasi penelitian yaitu Bank Riau Kepri.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari peraturan-peraturan tertulis atau dokumen berkenaan dengan apa yang diteliti.

¹² Syamsul Hadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Cet. Ke-2, h. 45.

¹³ Sugiono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), Cet. ke-1, h. 91.

5. Metode pengumpulan data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu melakukan wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan Bank Riau Kepri guna melengkapi data yang diperlukan tentang CSR tersebut dan pengaruhnya terhadap citra bank.
- c. Angket yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada nasabah agar responden tersebut memberikan jawaban
- d. Studi Pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan membaca literatur-literatur buku

6. Analisis data

- a. Data-data yang terkumpul melalui observasi dan wawancara dianalisis dengan teknik analisa data kualitatif yaitu: data-data tersebut dikelompokkan ke dalam kategori tertentu berdasarkan persamaan jenis dari data-data tersebut kemudian antara sekian data dengan data yang lain dihubungkan atau dibandingkan

sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

- b. Data-data yang diperoleh melalui angket ditabulasikan kedalam tabel-tabel berpresentase sehingga diperoleh pemahaman yang utuh dari tabel tersebut.

7. Teknik Penulisan

Data yang telah terkumpul dan dianalisa kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan metode, yaitu:

- a. Metode deduktif adalah uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode induktif adalah suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah khusus, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Metode deskriptif adalah suatu uraian penulisan yang menggambarkan secara utuh dan apa adanya tanpa menambah atau mengurangi sedikitpun.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari pendahuluan, latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini terdiri dari sejarah berdirinya Bank Riau Kepri, struktur organisasi Bank Riau Kepri, Ruang Lingkup Usaha Bank Riau Kepri Cabang dan visi misi Bank Riau Kepri.

BAB III KAJIAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari pengertian Bank, definisi *Corporate Social Responsibility*, dasar hukum CSR, bentuk-bentuk CSR, Pro kontra daam CSR, konsep CSR dalam Islam, definisi citra, pentingnya citra, macam-macam citra, dan hubungan CSR terhadap citra.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari program CSR yang dilakukan Bank Riau Kepri dan Pengaruh CSR terhadap citra Bank pada PT. Bank Riau Kepri

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. Bank Riau Kepri

Bank Pembangunan Daerah Riau merupakan kelanjutan kegiatan usaha dari PT. Baperi (PT Bank Pembangunan Daerah Riau) yang didirikan berdasarkan akte notaris Syawal Sutan Diatas No. 1 tanggal 2 agustus 1961, dan izin Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor BUM 9-4-45 tanggal 15-08-1961. Namun dalam perjalanannya, PT. Baperi tidak dapat melaksanakan kegiatan usahanya sebagaimana syarat-syarat yang dikehendaki Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tersebut.

Selanjutnya dengan surat Keputusan Gubernur KDH. Tk. I Riau No.51/IV/1966 tanggal 01 April 1966 segala kegiatan PT. BAPERI dinyatakan berakhir, seluruh aktiva dan passiva PT. Baperi dilikuidasi dan kemudian didirikan Bank Pembangunan Daerah Riau yang baru, sesuai dengan Undang-Undang No. 13 tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. Terhitung tanggal 01 April 1966 secara resmi kegiatan Bank Pembangunan Daerah Riau dimulai dengan status sebagai Bank Milik Pemerintah Daerah Riau.

Dengan berbagai perubahan dan perkembangan kegiatan bank, sejak tahun 1975 status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau disesuaikan dengan Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Riau Nomor 10 Tahun 1975, yang kemudian diatur kembali dengan Peraturan Daerah Tingkat I Riau Nomor 18 tahun 1986 berdasarkan Undang-undang Nomor 13 Tahun 1962. Status pendirian

Bank Pembangunan Daerah Riau diatur dan disesuaikan dengan peraturan Daerah No. 14 tahun 1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Terakhir dengan Peraturan Provinsi Daerah Tingkat I Riau Nomor 5 tahun 1998 Tentang Perubahan Pertama Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat I Riau Nomor 14 Tahun 1992 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau.

Selanjutnya Bank Pembangunan Daerah Riau disetujui berubah status dari Perusahaan Daerah (DP) menjadi Perseroan Terbatas (PT) sesuai hasil Keputusan RUPS tanggal 26 Juni 2002 yang dibuat oleh notaris Ferry Bakti, SH dengan Akte Nomor 33, yang kemudian ditetapkan dengan Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2002 tanggal 26 Agustus 2002 dan telah diundangkan dalam lembaran Daerah Provinsi Riau tahun 2002 Nomor 50. Perubahan Bentuk hukum tersebut telah dibuat dengan Akta Notaris Muhammad Dahad Umar, SH Notaris di Pekanbaru Nomor 36 tanggal 18 Januari 2003 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan HAM dengan surat keputusan Nomor:C-09851. HT.01.01.TH.2003 tanggal 5 Mei 2003. Perubahan Badan Hukum tersebut telah disahkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham(RUPS) tanggal 13 Juni 2003 yang dituangkan di dalam Akta Notaris No. 209 tanggal 13 Juni 2003 Notaris Yondri Darto, SH. Notaris di Batam, dan telah pula mendapat persetujuan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia nomor 5/30/KEP.DGS/2003 tanggal 22 juli 2003.

Pada tanggal 26 April 2010, di hadapan notaris Ferry Baki, SH. Bank Riau berubah nama menjadi Bank Riau Kepri dan telah mendapat pengesahan dari

Kementrian Hukum dan HAM pada Tanggal 22 Juli 2010, serta izin dari Bank Indonesia No.12/30/KEP.DGS/2003 tanggal 23 September 2010.

B. Visi dan Misi PT Bank Riau Kepri

Sejak awal berdirinya sebuah perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen/nasabah, bila kebutuhan dan keinginan konsumen/nasabah terpenuhi dan mereka merasa puas atas jasa yang diberikan otomatis perusahaan akan memperoleh keuntungan sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut PT. Bank Riau Kepri menetapkan Visi dan Misi sebagai berikut¹⁴:

a. Visi PT. Bank Riau Kepri

PT. Bank Riau Kepri mempunyai Visi yaitu: “Sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan terkemuka didaerah, memiliki manajemen yang profesional dan mendorong pertumbuhan perekonomian daerah sehingga dapat memberdayakan perekonomian rakyat”

b. Misi PT. Bank Riau Kepri

PT. Bank Riau Kepri mempunyai Misi yaitu: “Sebagai bank sehat, elit dan merakyat. Sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Sebagai pengelola dana pemerintah daerah. Sebagai sumber pendapatan daerah. Sebagai Pembina, pengembang dan pendamping usaha kecil dan menengah¹⁵”

Dengan spirit untuk terus tumbuh dan berkembang dan menjadi juara di daerah, Bank Riau Kepri sebagai bank kebanggaan masyarakat Riau dan

¹⁴ www.bankriaukepri.co.id, terakhir diakses 01 april 2013

¹⁵ *Ibid.*,

Kepulauan Riau, senantiasa menjadi mitra usaha untuk mendorong pertumbuhan perekonomian di daerahnya, terutama sebagai motor penggerak pertumbuhan perekonomian masyarakat di Riau dan Kepri. Untuk mewujudkan cita-cita ini, bank melakukan transformasi tahap dua yang dilakukan seluruh elemen di Bank Riau Kepri yang tertuang dalam roadmap to reach Bank Riau Kepri sebagai Regional Champion melalui tiga pilar, yakni: Ketahanan kelembagaan yang kuat, Kemampuan sebagai Agent of Regional Development, Kemampuan melayani kebutuhan masyarakat¹⁶.

C. Ruang Lingkup Kegiatan PT. Bank Riau Kepri

PT. Bank Riau Kepri merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan perbankan. Lembaga keuangan ini kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan kemudian menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit.

Adapun produk-produk yang dimiliki Bank Riau Kepri diantaranya:

1. Produk Konsumer

Adapun Produk Konsumer yang ada di bank Riau Kepri adalah sebagai berikut¹⁷:

a. Tabungan SINAR (Simpanan Amanah Riau)

Tabungan sinar merupakan tabungan Bank Riau Kepri yang diperuntukkan kepada lapisan masyarakat serta perorangan dengan fasilitas *on-line* di seluruh jaringan kantor Bank Riau Kepri, tabungan SINAR memberikan bunga tabungan yang sangat kompetitif yang

¹⁶ *Ibid.*,

¹⁷ Sumber: Dokumen Bank Riau Kepri

dihitung berdasarkan saldo harian dan diikuti sertakan dalam undian berhadiah yang dihitung enam bulan sekali dalam setahun sesuai dengan ketentuan Bank Riau Kepri.

b. Tabungan SIMPEDA (Simpanan Pemerintah Daerah)

Yaitu merupakan tabungan Bank Riau Kepri yang diperuntukkan kepada lapisan masyarakat serta perorangan dengan fasilitas *on-line* di seluruh jaringan kantor Bank Riau Kepri, tabungan SIMPEDA melayani transaksi tunai baik penyetoran maupun penarikan di PT. Bank Riau Kepri

c. Tabungan Belia

Tabungan bagi Pelajar dan Mahasiswa yang masih berstatus aktif atau masih dalam usia sekolah maksimal 28 tahun. Dengan setoran awal yang ringan hanya Rp 50.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp 20.000,- dan biaya administrasi bulanan yang ringan hanya Rp 2.500,-. Gratis biaya tarik tunai di jaringan ATM Bank Riau, Jaringan ATM bersama dan ATM Prima (ATM BCA) selain itu kartu ATM Tabungan dapat menjadi kartu pelajar atau kartu Mahasiswa untuk sekolah/universitas yang memiliki kerjasama khusus.

d. Tabungan Sinar pendidikan

Tabungan bagi masa depan pendidikan putera-puteri anda, selain berhadiah puluhan beasiswa pendidikan juga mendapatkan proteksi Asuransi Jiwa Tabungan Sinar Pendidikan dari AIA Indonesia. Jangka waktu kepesertaan yang fleksible 1-10 tahun di seluruh

jaringan cabang Bank Riau dan suku bunga tabungan tinggi yaitu 5% serta biaya administrasi yang ringan hanya Rp 3.000,- /bulan.

e. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Yaitu merupakan kredit yang diberikan perorangan untuk membeli bangunan, ruko, apartemen atau membangun sendiri, tujuan dari kredit kepemilikan rumah untuk mewujudkan rumah idaman dengan fasilitas kredit kepemilikan rumah yang selanjutnya disebut KPR.

f. Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)

Yaitu merupakan kredit yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan debitur yang bernilai konsumsif dalam rangka kepemilikan kendaraan bermotor 2 (dua) atau roda 4 (empat) dengan sistem pembayaran angsuran.

g. Kredit Modal Kerja bagi Developer atau Pengembang (KMK)

Skim Kredit untuk membantu developer / pengembang untuk mendapatkan tambahan modal kerja dalam rangka pelaksanaan pembangunan perumahan baik berupa pembangunan Konstruksi Rumah maupun berkaitan dengan Sarana dan Prasarana. KMK Developer dari Bank Riau proses cepat dengan persyaratan mudah, maksimum plafond kredit sebesar 80% dari kebutuhan modal kerja konstruksi bangunan dan jangka waktu kredit adalah 24 bulan namun dapat diperpanjang dengan suku bunga bersaing.

2. Produk Komersial

Untuk lebih menumbuhkan perekonomian daerah, Bank Riau Kepri telah menyiapkan beragam produk kredit produktif untuk menunjang kinerja para pembisnis dalam mengembangkan bidang usahanya yang meliputi¹⁸:

a. Kredit Niaga Prima

Yaitu merupakan pembiayaan yang diberikan Bank Riau Kepri untuk membantu badan usaha untuk memenuhi kebutuhannya terhadap aktiva lancar, objek yang dibiayai dalam kredit niaga prima diantaranya penyewaan toko, alat-alat bangunan pada toko bangunan, kebutuhan rumah makan dan restoran, perbengkelan dan lain-lain.

b. Kredit Bina Prima

Yaitu merupakan pembiayaan yang diberikan Bank Riau Kepri untuk membantu badan usaha dalam mendapatkan tambahan modal kerja dalam rangka pelaksanaan proyek berdasarkan kontrak kerja, objek yang dibiayai diantaranya pembangunan gedung, pembangunan jembatan, pengadaan barang dan lain-lain

c. Kredit Aneka Guna (KAG)

Yaitu merupakan kredit yang diberikan kepada pegawai dan pensiunan yang berpenghasilan tetap, kredit ini diberikan untuk biaya pengobatan, biaya rehabilitasi/renovasi rumah, kebutuhan lain yang bersifat konsumsif, dan lain-lain

¹⁸ *Ibid.*,

3. Produk Mikro & Kecil

Sedangkan Produk Mikro dan Kecil yang ada di bank Riau Kepri adalah sebagai berikut¹⁹:

a. KKP-E (kredit ketahanan Pangan dan Energi)

Adalah kredit investasi dan atau modal kerja yang diberikan kepada petani/peternak melalui kelompok tani atau koperasi dalam rangka mendukung pelaksanaan Program Ketahanan Pangan dan Program Pengembangan Tanaman Bahan Baku Bahan Bakar Nabati. KKP-E bermanfaat membantu petani/peternak di bidang permodalan untuk dapat menerapkan teknologi sehingga produktifitas dan pendapatan petani menjadi lebih baik serta meningkatkan ketahanan pangan.

b. KUMK SUP 005

Kredit Usaha Mikro dan Kecil SUP 005 (KUMK SUP 005) merupakan kredit modal dan investasi yang diberikan kepada usaha mikro kecil guna pembiayaan usaha produktif. Kredit yang diberikan tidak dikenakan biaya provisi dan biaya administrasi.

c. Kredit BPD Peduli

Kredit yang diberikan kepada masyarakat yang tergabung dalam kelompok Usaha Kecil Berbasis Kerakyatan (UKBK) dimana kelompok tersebut telah dibina dengan metodologi BPD Peduli oleh Pihak Bank dan atau Pihak lain yang telah bekerjasama dengan bank. Kredit BPD Peduli bermanfaat membantu usaha mikro maksimum

¹⁹ *Ibid.*,

plafond Rp 5.000.000,- per anggota kelompok dan tidak dikenakan biaya prrovisi dan biaya administrasi.

d. Kredit tanpa anggunan (KRETA)

Merupakan kredit yang diberikan kepada masyarakat pelaku ekonomi yang bersifat produktif baik untuk modal kerja maupun investasi untuk pengembangan usaha di sektor perdagangan, pertanian, perindustrian, jasa dan sektor produktif lainnya.

e. Kredit Pengusaha Kecil (KPK)

Kredit yang diberikan kepada pengusaha kecil secara perorangan, perusahaan dan koperasi dengan tujuan untuk usaha produktif, baik untuk modal kerja maupun investasi. Syarat dan proses mudah, plafon yang diberikan diatas Rp 50.000.000,- sampai dengan Rp 500.000.000,- dan nasabah dapat mengajukan permohonan sekaligus untuk jenis kredit modal kerja dan investasi.

f. Kredit Pengusaha Mikro(KPM)

Kredit yang diberikan kepada pengusaha Mikro dan Kecil produktif, baik untuk kebutuhan modal kerja maupun investasi untuk mengembangkan usaha dengan proses yang mudah, membantu masyarakat untuk mendapatkan sekaligus kredit modal kerja dan investasi dengan plafon maksimal Rp 50.000.000

g. Kedai Bank Riau

Merupakan salah satu jaringan kantor yang menjadi sarana dari Bank Riau untuk pengusaha mendapatkan Kredit Modal Kerja dan Investasi yang diberikan kepada pengusaha mikro dan kecil yang difokuskan pada domisili usaha yang berada di kecamatan dimana Kedai Bank Riau berdomisili guna pembiayaan usaha produktif.

4. Poduk Syari'ah

Bank Riau telah mengembangkan perbankan Syariah. Di masa yang akan datang dibuka cabang-cabang baru sehingga dapat melayani kebutuhan perbankan Syariah yang berkualitas dengan berbagai produk sebagai berikut²⁰:

- a. Deposito IB, investasi yang aman dan barokah
- b. Giro IB, solusi mudah transaksi bisnis anda
- c. Pembiayaan IB Pengusaha kecil
- d. Pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor
- e. Pembiayaan IB niaga prima
- f. Tabungan IB, Simpanan Amanah Riau (Sinar)
- g. Pembiayaan IB, Pemilikan Rumah
- h. Gadai emas IB (Rahn)
- i. Pembiayaan IB, Karya Prima
- j. IB Dhuha Tabungan Haji dan Umrah
- k. Pembiayaan Aneka guna

²⁰ *Ibid.*,

5. Deposito

Yaitu simpanan yang penarikannya dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Simpanan deposito pada PT. Bank Riau Kepri terdiri dari beberapa periode yaitu 1,3,6,12,24 bulan. Deposito di PT. Bank Riau Kepri terdiri dari 2 jenis yaitu²¹:

a. ARO (*Automatic Roll Over*)

Yaitu deposito jenis ini bila jangka waktu sudah jatuh tempo perpanjangan langsung diperpanjang oleh pihak bank tanpa adanya pemberitahuan kepada nasabah.

b. Non ARO (*Non Automatic Roll Over*) (salah)

Yaitu deposito jenis ini jangka waktu perpanjangan diberitahukan kepada nasabah yang bersangkutan bila jangka waktu sudah jatuh tempo.

6. ATM (*Automatic Teller Machine*)

Dengan menggunakan ATM maka nasabah tidak perlu antri dalam melakukan transaksi dalam pengambilan uang tunai, adapun jaringan Bank Riau Kepri adalah Jaringan ATM Prima/BCA, Jaringan ATM Bersama, Jaringan ATM MEPS (bankcard) Malaysia, dan sebagainya²².

7. Jasa-jasa Bank Riau

Jasa-Jasa lain yang ada di Bank Riau Kepri adalah sebagai berikut²³:

a. Kiriman uang

b. Inkaso

²¹ *Ibid.*,

²² *Ibid.*,

²³ *Ibid.*,

- c. Kliring
- d. Pembayaran telepon
- e. Pembayaran pensiun
- f. Jaminan Bank/Garansi Bank

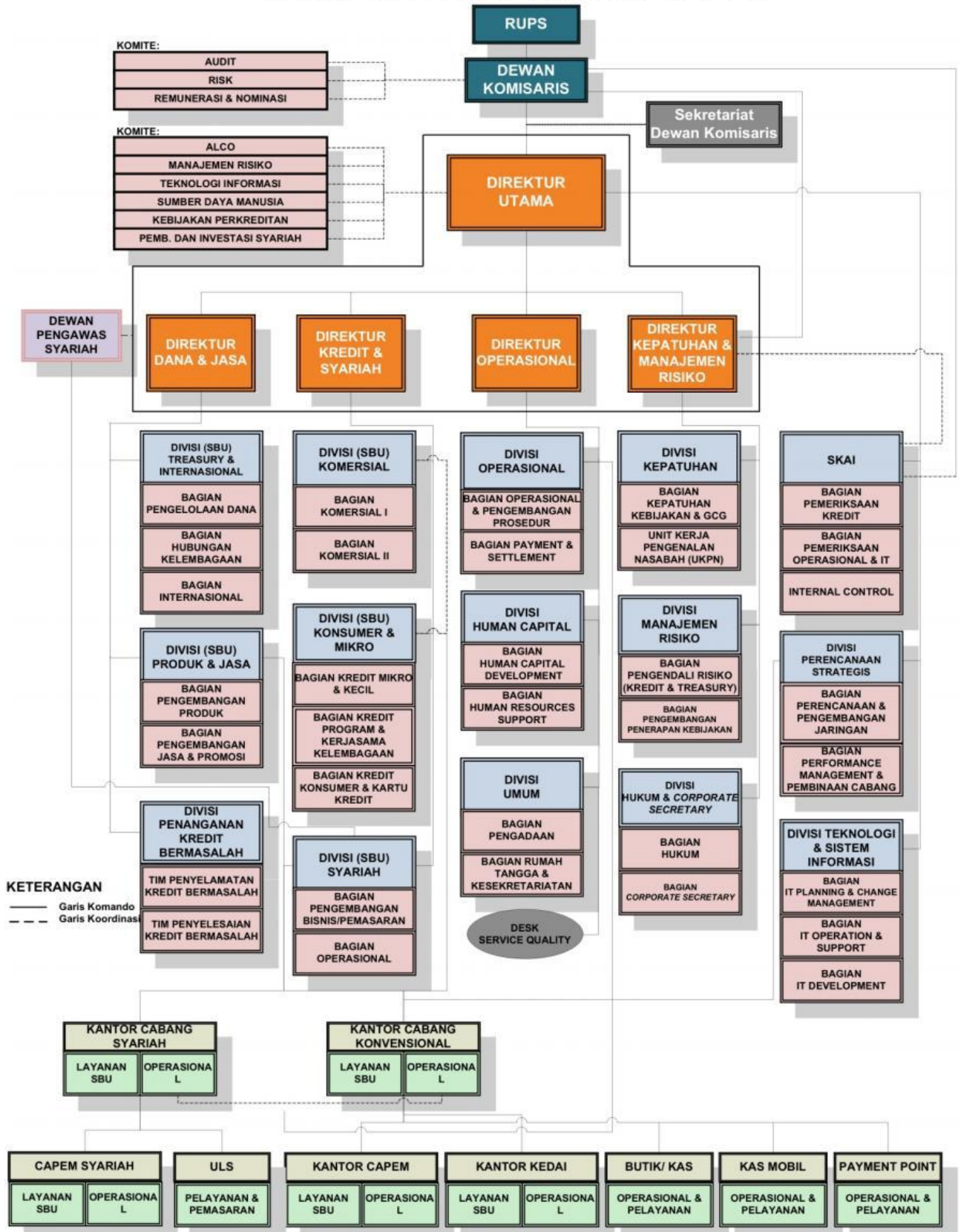
D. Struktur Organisasi PT. Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru

Struktur Organisasi pada PT Bank Riau Kepri disusun sesuai dengan ketentuan-ketentuan sesuai fungsi, kewajiban dan tanggung jawab dari masing-masing bagian pada setiap bidang atau seksi yang ditempati.

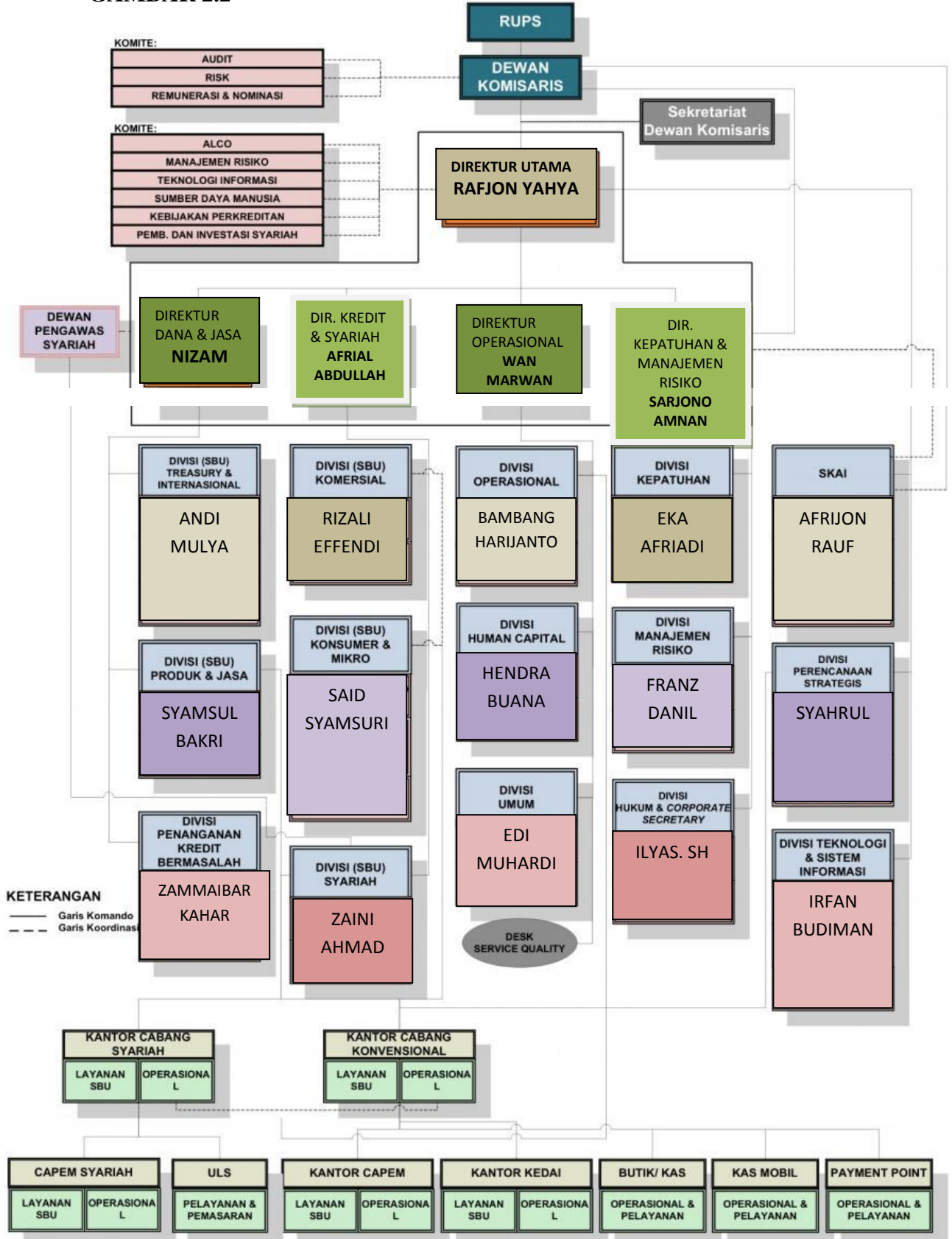
Struktur organisasi pada PT. Bank Riau Kepri dibuat dengan menggunakan struktur Organisasi yang berbentuk lini dan staf, pada struktur organisasi ini kekuasaan dan tanggung jawab mengalir dalam suatu garis lurus dari bagian puncak ke bagian bawah.

Untuk lebih jelasnya, struktur organisasi bank Riau Kepri dapat dilihat pada gambar 2.1 dibawah ini.

GAMBAR 2.1 STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK RIAU KEPRI



GAMBAR 2.2 STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK RIAU KEPRI



BAB III

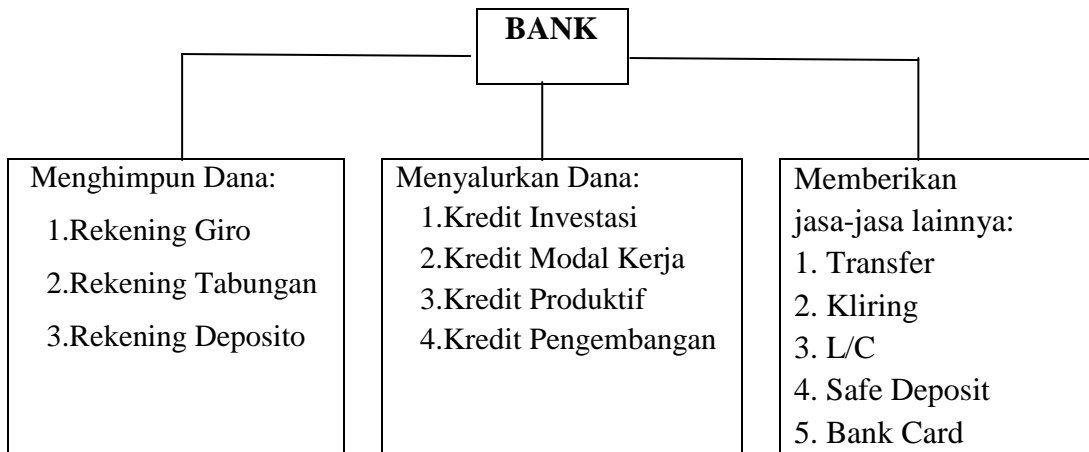
TINJAUAN UMUM CSR DAN CITRA

A. Pengertian Bank

Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan *dalam* Kasmir bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak²⁴.

Sedangkan Kasmir mengatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya²⁵. Dibawah ini adalah mekanisme penyaluran dana bank

Gambar 3.0



Penyaluran dana bank (Kasmir, 2003)

²⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h.21

²⁵ *Ibid.*, h. 22

B. Definisi CSR

Revolusi industri pada dekade 19-an, telah mengakibatkan adanya ledakan industri. Di era itu, korporat memandang dirinya sebagai organisasi yang mengeruk keuntungan semata. Kontribusi terhadap komunitas hanya sebatas penyediaan lapangan kerja dan pajak. Padahal komunitas menghendaki lebih dari itu, akibatnya kegiatan ekonomi yang dilakukan korporat telah membawa kerusakan lingkungan yang pemulihan dibebankan kepada pemerintah. Seiring perkembangan teori manajemen, periode 1970-an korporat mulai menyadari pentingnya keberadaan lingkungan eksternal dan internal. Komunitas tidak dianggap sebagai konsumen semata melainkan mitra (*partnership*).²⁶

Sekarang banyak perusahaan yang rela mengorbankan uang, tenaga, waktu, dan mencari kesempatan untuk berbuat baik kepada masyarakat, ini menggambarkan bahwa perusahaan tersebut telah menjadi pelaku usaha yang baik dan bertanggung jawab secara sosial, yang tidak hanya memikirkan keuntungan semata tapi juga kesejahteraan masyarakat sekitar yang dikenal dengan CSR.

Perkembangan CSR sekarang ini tidak terlepas dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Di penghujung tahun 1980-an tepatnya pada tahun 1987, The World Commission on Environment and Development yang lebih dikenal dengan The Brundtland Commission mengeluarkan laporan yang dipublikasikan oleh Oxford University Press berjudul “*Our Common Future*”. Salah satu poin penting dalam laporan tersebut adalah diperkenalkannya konsep

²⁶ Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), h. 19.

pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), yang didefinisikan oleh The Brundtland Commission sebagai berikut.²⁷

“ *Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.*” (“ Pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka.”)

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.²⁸

Trinidads & Tobacco Bureau of Standards mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Sedangkan *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan,

²⁷ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility from charity to sustainability*, (Jakarta: Saleba empat, 2009), h.27.

²⁸ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h.1.

keluarga karyawan tersebut, masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.²⁹

C. Dasar Hukum CSR

Adapun dasar hukum perusahaan melakukan CSR adalah sebagai berikut:

- a. UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN Peraturan Menteri Negara BUMN No: Per-05/MBU/2007, menerangkan mengenai aturan Program Kemitraan (PK), sebagaimana dalam Pasal 1 ayat 6 membahas mengenai bantuan terhadap peningkatan usaha kecil, dan Program Bina Lingkungan (BL) diatur dalam Pasal 1 ayat 7, dimana ruang lingkup BL diatur dalam Pasal 11 ayat (2) huruf e, meliputi bantuan terhadap korban bencana alam, pendidikan atau pelatihan, peningkatan kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, bantuan sarana ibadah, dan bantuan pelestarian alam
- b. Peraturan yang mengikat Perseroan Terbatas (PT), yaitu Undang-undang No.40 Tahun 2007. Dalam pasal 74 ayat 1 diatur mengenai kewajiban Tanggungjawab sosial dan lingkungan bagi perseroan yang menangani bidang atau berkaitan dengan SDA, ayat 2 mengenai perhitungan biaya dan asas kepatutan serta kewajaran, ayat 3 mengenai sanksi, dan ayat 4 mengenai aturan lanjutan.
- c. Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

²⁹ *Ibid.*, h.10.

d. ISO 26000 tentang standar dan panduan Social Responsibility

Berbeda dari bentuk ISO yang lain, seperti ISO 9001: 2000 dan 14001: 2004. ISO 26000 hanya sekedar standar dan panduan, tidak menggunakan mekanisme sertifikasi hanya sebagai *guidance*. ISO 26000 mencakup beberapa aspek berikut:

- a) ISO 26000 menyediakan panduan mengenai tanggung jawab sosial kepada semua bentuk organisasi tanpa memperhatikan ukuran dan lokasi untuk: Mengidentifikasi prinsip dan isu; Menyatukan, melaksanakan dan memajukan praktek tanggung jawab sosial; Mengidentifikasi dan pendekatan/pelibatan dengan para pemangku kepentingan; Mengkomunikasikan komitmen dan performa serta kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan.
- b) ISO 26000 mendorong organisasi untuk melaksanakan aktivitas lebih sekedar dari apa yang diwajibkan.
- c) ISO 26000 menyempurnakan/melengkapi Instrumen dan inisiatif lain yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial
- d) Mempromosikan terminologi umum dalam lingkupan tanggung jawab sosial dan semakin memperluas pengetahuan mengenai tanggung jawab sosial.
- e) Konsisten dan tidak berkonflik dengan traktat internasional dan standarisasi ISO lainnya serta tidak bermaksud mengurangi otoritas pemerintah dalam menjalankan tanggung jawab sosial oleh suatu organisasi.

- f) Prinsip ketaatan pada hukum/ *legal compliance*, prinsip penghormatan terhadap instrumen internasional, prinsip akuntabilitas, prinsip transparansi, prinsip pembangunan keberlanjutan, prinsip *ethical conduct*, prinsip penghormatan hak asasi manusia, prinsip pendekatan dengan pencegahan dan prinsip penghormatan terhadap keanekaragaman.
- e. Peraturan Terbaru adalah Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Setidaknya ada tujuh hal termuat dalam PP ini. *Pertama*, mengenai CSR itu sendiri. Berlakunya PP ini menjadikan setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal itu tertuang dalam Pasal 2 PP 43/2012. Pada Pasal 3 ayat (1) menyatakan CSR menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. *Kedua*, aturan PP ini menyatakan seperti Pasal 3 ayat (2) kewajiban CSR dilakukan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan. *Ketiga*, CSR dilaksanakan oleh direksi perseroan berdasarkan rencana kerja tahunan setelah disetujui dewan komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Hal itu dilakukan sesuai dengan anggaran dasar perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan. Demikian Pasal 4 ayat (1) dan pada ayat (2) rencana kerja tahunan memuat rencana kerja kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk CSR.

Keempat, penyusunan dan penetapan rencana kerja tahunan perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, diharuskan untuk memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Realisasi anggaran guna CSR diperhitungkan sebagai biaya perseroan. *Kelima*, pelaporan kegiatan CSR, seperti Pasal 6, dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Kemudian dipertanggungjawabkan pada RUPS.

Keenam, seperti termuat dalam Pasal 7 menyatakan perseroan yang tidak melakukan kegiatan CSR dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Yaitu segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan terkait. Sebaliknya,

Isu *Ketujuh* dalam PP ini, terutama Pasal 9 mengamanatkan agar perseroan yang telah melaksanakan CSR dapat diberi penghargaan³⁰.

D. Manfaat CSR

Sebenarnya apa yang diharapkan dari pelaksanaan CSR? Selain memberdayakan masyarakat, dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan, Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak mesra, bisa dipastikan ada masalah. Manfaat CSR bagi perusahaan antara lain³¹:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.

³⁰ Leo Wisnu Supapto, “CSR ditegaskan menjadi Beban Perseroan” www.hukumonline.com, terakhir diakses tanggal 20 juni 2013

³¹ *Ibid.*, h. 6.

- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

E. Pentingnya CSR

Ada beberapa hal yang mendorong perlunya keterlibatan perusahaan dalam program CSR antara lain:³²

- a. Kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin berubah. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat agar tetap bisa *survive*, maka perbankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, melainkan harus peka terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat yang selalu berubah.
- b. Terbatasnya sumber daya alam

Dengan adanya sumber daya alam yang sangat terbatas, maka usaha perbankan juga harus menggunakan SDA seefisien mungkin.

 - a. Menciptakan lingkungan sosial yang lebih baik

CSR yang diimplementasikan bank akan memberikan kesejahteraan masyarakat yang lebih merata dan memberikan lingkungan sosial yang seimbang.

³² Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 129-132

- b. Mengimbangi antara tanggung jawab dan kekuasaan.

Bisnis sangat mempengaruhi lingkungan, konsumen, kondisi masyarakat, kehidupan moral dan budaya masyarakat. Maka kekuasaan besar ini harus diimbangi dengan program tanggung jawab sosial bisa dikendalikan.

- c. Keuntungan jangka panjang

Keterlibatan sosial merupakan nilai yang sangat positif bagi perkembangan dan kelangsungan jangka panjang. Karena bank yang bersangkutan akan mendapatkan citra positif di mata masyarakat. Tidak bisa disangkal lagi, bahwa bisnis akan tetap bertahan jika kepentingan semua pihak dapat diperhatikan dan terpenuhi.

F. Bentuk-Bentuk CSR

Carroll (1979) menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat katagori, yaitu *economic responsibilities*, *ethical responsibilities*, *legal responsibilities*, dan *discretionary responsibilities*. Adapun pengertian dari masing-masing kategori tanggung jawab sosial tersebut adalah sebagai berikut³³.

1. *Economic responsibilities*. Tanggung jawab sosial utama perusahaann adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri atas aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
2. *Legal responsibilities*. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku dimana hukum dan peraturan

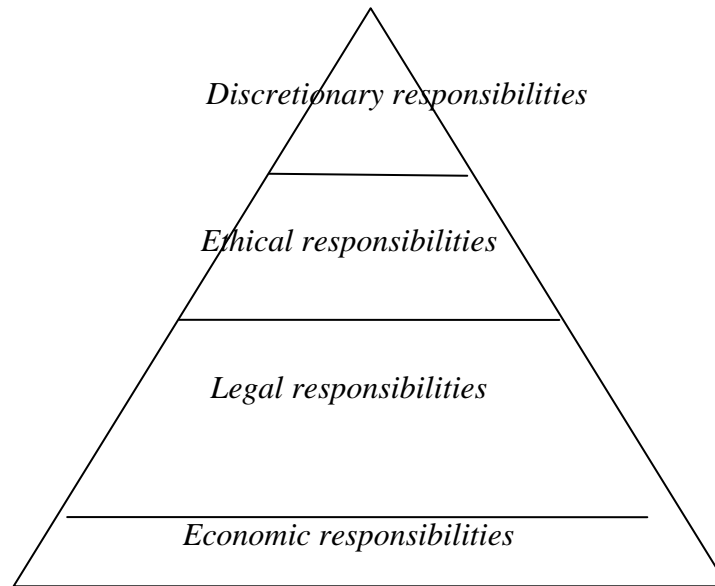
³³ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility from charity to sustainability*,(Jakarta: Salemba empat, 2009), h.21.

tersebut pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif. Sebagai contoh, ketaatan perusahaan dalam membayar pajak, mentaati undang-undang tenaga kerja, dan sebagainya merupakan tanggung jawab hukum perusahaan.

3. *Ethical responsibilities*. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein (1989: 584-585), etika bisnis menunjukkan refleksi secara moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan (organisasi) untuk menilai sebuah isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak, serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.
4. *Discretionary responsibilities*. Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat Filantropis.

Terkait dengan keempat bentuk-bentuk CSR diatas, dapat digambarkan hirarki sebagai berikut ini, Gambar 3.1

Piramida CSR



Sumber : Archie B. Carrol.

Piramida diatas ini menunjukkan secara jelas, bahwa yang menjadi dasar pada CSR adalah tanggung jawab ekonomi, karena suatu perusahaan tujuan utamanya adalah untuk memperoleh profit/ keuntungan. Karena kalau sudah ada keuntungan yang didapat, barulah perusahaan bisa melakukan CSR yang lain. Yang setingkat diatas tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab legal, yang artinya perusahaan dalam melakukan segala kegiatannya harus sesuai dengan hukum yang berlaku, tidak boleh melanggar hukum

Diatas tanggung jawab hukum ada tanggung jawab etik, peraturan-peraturan yang tidak tertulis yang berlaku di masyarakat, yang mengedepankan nilai, kepercayaan, adat istiadat masyarakat sekitar. Yang paling tinggi adalah kewajiban Filantropis yaitu perusahaan beritikad baik kepada masyarakat untuk mensejahterakan melalui program-program yang telah dibuat.

Pada dasarnya bentuk tanggung jawab usaha bisnis dapat beraneka ragam dari yang bersifat *charity* sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan komunitas (*community development*). *Community Development* adalah kegiatan pembangunan komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses komunitas guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, lingkungan dan kualitas kehidupan yang lebih baik³⁴.

Maka ada 3 bentuk CSR dari sudut pandang pelaku usaha³⁵:

a. *Public relations*

Yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga akan tertanam *image* komunitas bahwa perusahaan tersebut hanya melakukan kegiatan sosial, biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk.

b. *Strategi defensif*

Usaha yang dilakukan guna untuk menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam pada perusahaan tersebut. Jadi usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan negatif dengan mengubah hal yang baru yang bersifat positif

c. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan baik yang merupakan visi perusahaan.

³⁴ Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2007), h. 234.

³⁵ *Ibid.*, h. 210-212

F. Pro dan Kontra terhadap CSR

Walaupun banyak yang mendukung pelaksanaan CSR ini ada juga kelompok yang kontra dan tidak setuju CSR ini dilakukan sehingga menimbulkan kontroversi.

1. Kelompok yang mendukung CSR

Kelompok ini berkeyakinan bahwa ekspektasi masyarakat terhadap bisnis sudah berubah. Perusahaan koperasi saat ini dipandang bukan lagi merupakan suatu entitas independen yang hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham. Mereka juga memiliki tanggung jawab yang lebih luas dimana masyarakat secara luas telah turut membentuk hukum undang-undang yang mengatur perilaku bisnis perusahaan korporasi, serta masyarakatlah yang mendukung keberadaan perusahaan korporasi dengan menjadi pembeli barang dan jasa yang dihasilkan. Selain itu, para pendukung CSR berkeyakinan bahwa perusahaan korporasi bukan semata-mata hanya merupakan institusi ekonomi, masyarakat secara luas menerima dengan baik bahkan mendukung seandainya pelaku bisnis terlibat dalam permasalahan sosial³⁶.

Dan tabel dibawah ini adalah argumen-argumen pihak yang setuju terhadap CSR³⁷.

³⁶ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility from charity to sustainability*, (Jakarta: Salemba empat, 2009), h. 36.

³⁷ *Ibid.*, h. 38

Tabel 3.0
Argumen yang setuju CSR

<p>Ekspektasi Publik Opini publik saat ini mengandung aktivitas bisnis yang mengejar tujuan-tujuan ekonomi dan juga berbagai sosial.</p> <p>Laba jangka Panjang Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial cenderung memiliki laba jangka panjang yang lebih aman.</p> <p>Kewajiban Etis Pelaku bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial karena tindakan-tindakan yang bertanggung jawab merupakan suatu hal yang benar untuk dilakukan.</p> <p>Kesan Publik (Public Image) Pelaku bisnis dapat menciptakan kesan publik yang baik bila mereka memiliki tujuan-tujuan sosial</p> <p>Menciptakan Lingkungan yang lebih baik Keterlibatan perusahaan besar dapat membantu pemecahan masalah-masalah sosial yang rumit</p> <p>Menyeimbangkan antara tanggung jawab dan kekuasaan Perusahaan besar memiliki kekuasaan yang amat besar sehingga tanggung jawab yang besar dalam jumlah sepadan perlu dimiliki oleh perusahaan sebagai penyeimbang atas kekuasaan yang sangat besar tersebut</p> <p>Kepentingan Pemegang Saham Tanggung jawab sosial akan meningkatkan harga saham perusahaan dalam jangka panjang</p> <p>Kepemilikan terhadap Sumber Daya Perusahaan korporasi memiliki sumber daya yang mendukung proyek-proyek publik dan proyek amal yang membutuhkan bantuan perusahaan.</p> <p>Mencegah lebih baik daripada mengobati Para pelaku bisnis harus mewaspadai masalah sosial yang ditimbulkan dari operasi perusahaan sebelum praktik operasi perusahaan dikoreksi secara besar-besaran oleh publik yang dapat menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi perusahaan</p> <p>Mencegah Regulasi Tambahan dari Pemerintah Dengan bertanggung jawab secara sosial, pelaku bisnis dapat mengharapkan adanya regulasi dari pemerintah dalam jumlah yang lebih sedikit</p>
--

Sumber : Stephen dan Robbins dan Mery Coulter, 2003, Management, edisi ke-7, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, halaman 114.

2. Kelompok yang Menentang CSR.

Kritik terhadap pelaksanaan kegiatan CSR pada dasarnya dapat dikelompokkan kedalam dua ketegori, yaitu sebagai berikut³⁸.

- CSR dapat menghambat operasi sistem pasar bebas (*free market*)
- Pelaksanaan CSR sering kali hanya bersifat sinis (*cynical*) bahkan mementingkan kepentingan perusahaan sendiri (*selfish*).

Fridman hanya membenarkan pelaksanaan CSR bila alokasi sumber daya perusahaan yang dilakukan untuk program CSR memberikan kontribusi bagi optimalisaai laba perusahaan yang sama dengan aktivitas alokasi sumber daya perusahaan untuk kegiatan lainnya. Bila alokasi sumber daya yang dilakukan perusahaan tidak memberikan kontribusi yang sebanding dengan dengan alokasi suber daya untuk aktivitas lain yang bisa memberikan kontribusi yang sebanding dengan alokasi sumber daya untuk aktivitas lain yang bisa memberikan kontribusi terhadap maksimalisasi laba perusahaan, maka dalam hal ini manajer perusahaan telah melakukan tindakan yang bertentangan dengan kepentingan pemegang saham³⁹.

CSR dianggap hanya bersifat sinis dan selfish, kelompok ini mengkritik pelaksanaan CSR oleh berbagai perusahaan korporasi di dunia yang hanya bertujuan untuk meningkatkan reputasi mereka di mata publik

³⁸ *Ibid.*, h. 39.

³⁹ *Ibid.*, h. 39

maupun pemerintah dan bukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas⁴⁰.

Dibawah ini adalah tabel yang berisi argumen-argumen kelompok yang menentang CSR.

Tabel 3.1

Argumen yang menentang CSR

<p>Ketidakjelasan Tujuan Mengejar tujuan sosial akan mengakibatkan ketidakjelasan pencapaian tujuan utama perusahaan yakni produktivitas secara ekonomi (<i>economic productivity</i>)</p> <p>Beban Biaya Berbagai pelaksanaan program CSR merupakan beban biaya yang harus ditanggung perusahaan.</p> <p>Perusahaan Memiliki Kekurangan Keahlian dalam Mengelola CSR Pemimpin Perusahaan pada umumnya memiliki keahlian yang kurang untuk menangani berbagai permasalahan sosial.</p>

Sumber : Stephen dan Robbins dan Mery Coulter, 2003, Management, edisi ke-7, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, halaman 114.

H. CSR dalam perspektif Islam

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah mahluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan

⁴⁰*Ibid.*, h. 39.

melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.⁴¹

Pelaksanaan CSR dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang⁴². Allah Berfirman : “....supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu...” (QS. Al hasyr: 7).

Praktik CSR dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami. Operasional perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktik korupsi (*fight against corruption*) dan memberi jaminan layanan maksimal sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpercaya bagi setiap produknya (*provision and development of safe and reliable products*). Hal ini yang secara tegas tercantum dalam Al-Quran. Allah SWT berfirman: “.... Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya,....” (QS. al-A’raf ayat 85).

⁴¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 160.

⁴² Yusanto, Ismail dan Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*. (Bogor: Al-Azhar Press 2009), h. 165-169.

Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, Islam juga memerintahkan praktik CSR pada lingkungan. Lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam. Prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Karena Allah SWT menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif (lihat QS. Al Qamar: 49) dan dalam kondisi yang seimbang (QS. Al hadid:7). Sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah SWT. Dari prinsip ini maka konsekuensinya adalah jika manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah SWT, maka alam secara keseluruhan akan mengalami penderitaan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia. Allah SWT berfirman: *“telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar.”* (QS. Ar Rum:41)

CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*)⁴³.

⁴³ Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 37

Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu⁴⁴:

a. *Al- adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang terapkan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam al- Quran Surat Huud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ

"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." 16

⁴⁴ *Opcit.*, h. 39

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

b. Al-Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT dalam al-Quran Surat al-Baqarah ayat 195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik “.

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

c. Manfaat

Konsep *ihsan* yang telah dijelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya perbankan juga telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Bank sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philanthropy* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan, dll

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan⁴⁵.

Bank yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur

⁴⁵ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 99.

kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak. pembayaran karyawan, dll. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

Al- Quran Surat An-Nisa ayat 58 telah menjelaskan sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat ”

I. Definisi Citra

Citra adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu⁴⁶. Sedangkan persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Citra dalam bahasa Inggris “*image*” adalah sejumlah kepercayaan, ide, atau nilai dari seseorang terhadap suatu objek, merupakan konstruksi mental seseorang yang diperolehnya dari hasil pergaulan atau pengalaman seseorang, atau merupakan interpretasi, reaksi, persepsi atau perasaan dari seseorang terhadap apa saja yang berhubungan dengannya.

Untuk lebih jelas tentang citra, beberapa ahli telah mengemukakan definisi dari citra. Webster (1993) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau

⁴⁶ Nuroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h. 179 .

konsep tentang sesuatu. Kotler (1995) mendefinisikan citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran- gambaran, dan kesan- kesan yang dipunyai seseorang pada suatu obyek⁴⁷.

Menurut Bill Canton citra adalah, “*Image is the impression, the feeling, the conception which the public has of company, a consciously created impression of an object, person or organization*”⁴⁸. Sedangkan Menurut Katz” Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas⁴⁹”. Sementara Menurut Jalaluddin Rahmat : “citra adalah gambaran subjektif mengenai realitas, yang dapat membantu seseorang dalam menyesuaikan diri dengan realitas kongkret dalam pengalaman seseorang⁵⁰”.

Dari penjelasan di atas, nampak bahwa citra itu ada, tapi tidak nyata atau tidak dapat digambarkan secara fisik, karena citra hanya ada dalam pikiran. Walaupun demikian, citra bisa diukur, ataupun dirubah⁵¹. Citra dapat diukur dengan beberapa indikator antara lain nilai, kesan (pengalaman) dan keyakinan akan kualita teknik dan fungsional.

J. Pentingnya Citra

Kita sering mendengar citra yang baik dan citra yang buruk diucapkan di dalam masyarakat. Citra yang baik dalam sebuah bank merupakan aset yang sangat berharga, karena operasional bank sangat bergantung kepada masyarakat

⁴⁷ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 331.

⁴⁸ *Ibid.*, h. 331

⁴⁹ *Ibid.*, h. 331

⁵⁰ *Ibid.*, h. 331

⁵¹ *Ibid.*, h. 332

sekitar, kalau masyarakat sudah mempunyai citra yang buruk terhadap suatu bank, maka bank akan sulit untuk bertahan.

Gronsoon (1990) mengidentifikasikan bahwa terdapat empat peran citra bagi suatu organisasi⁵². *Pertama*, citra mempunyai dampak terhadap pengharapan perusahaan. Citra yang positif lebih memudahkan bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan membuat orang - orang lebih mudah mengerti dengan komunikasi dari mulut ke mulut. Sedangkan citra yang negatif mempunyai dampak dengan arah sebaliknya.

Kedua, Citra sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Kualitas teknik dan kualitas fungsional dilihat melalui saringan ini. Jika citra baik, maka citra menjadi pelindung. Tetapi perlindungan akan efektif jika hanya terjadi kesalahan – kesalahan kecil pada kualitas teknis dan fungsional, artinya image masih dapat menjadi pelindung dari kesalahan tersebut. Jika kesalahan sering terjadi, maka citra akan berubah menjadi citra yang negatif.

Ketiga, citra adalah fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen / nasabah. Ketika konsumen / nasabah membangun harapan dan realitas pengalaman dalam bentuk kualitas pelayanan teknis dan fungsional, kualitas pelayanan yang dirasakan menghasilkan perubahan citra. Jika kualitas pelayanan yang dirasakan memenuhi atau melebihi citra, citra akan mendapat penguatan dan meningkat. Jika kinerja dibawah citra, maka pengaruhnya berlawanan.

⁵² *Ibid.*, h. 333

Keempat, citra mempunyai pengaruh pada internal perusahaan (manajemen). Jika citra jelas dan positif, secara internal menceritakan nilai - nilai yang jelas dan akan menguatkan sikap positif terhadap organisasi. Sedangkan citra yang negatif juga akan berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan yang berhubungan dengan konsumen / nasabah dan kualitas.

K. Macam-Macam Citra

Ada beberapa macam citra yang dikenal dalam aktivitas antara perusahaan dengan masyarakat menurut Frank Jefkins diantaranya⁵³

- a. *Mirror Image* (Citra Bayangan). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi (biasanya adalah pemimpinnya) mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi semua orang menyukai.
- b. *Current Image* (Citra yang Berlaku). Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak- pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh

⁵³ Rosady Ruslan, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 78

banyak-sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.

- c. *Multiple Image* (Citra Majemuk). Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi.
- d. *Corporate Image* (Citra Perusahaan). Yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e. *Wish Image* (Citra Yang Diharapkan). Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.

L. Hubungan CSR terhadap Citra

Bank tentu ingin citranya bagus dimata nasabahnya, oleh karena itu bank harus mengupayakan tindakan nyata salah satunya melalui kegiatan CSR. Program CSR yang berkualitas dan bersungguh-sungguh maka nasabah akan mendapat pengalaman yang baik sehingga citra bank tersebut juga menjadi baik.

Keraf (1998) menyebutkan bahwa keuntungan jangka panjang dari tanggung jawab dan keterlibatan social akan tercipta suatu citra positif di mata masyarakat, karena tercipta iklim sosial politik yang kondusif bagi kelangsungan

bisnis perusahaan tersebut⁵⁴. Beekum juga mengungkapkan bahwa CSR dapat membentuk citra yang positif terhadap perusahaan. Citra akan membentuk kepercayaan yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. CSR sangat penting bagi perusahaan karena akan menentukan keberhasilan jangka panjang karena CSR dapat meraih citra umum yang positif⁵⁵.

Begitu pula keuntungan yang diperoleh perusahaan dari CSR adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat masa depan perusahaan melalui pencitraan yang baik di mata publik serta memberi dampak penyelesaian masalah sosial dalam komunitas⁵⁶.

⁵⁴ Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 132.

⁵⁵ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 406.

⁵⁶ *Op.cit.*, h. 133

BAB IV

PENGARUH CSR TERHADAP CITRA PT BANK RIAU KEPRI

A. Program CSR Bank Riau Kepri

Dalam menjalankan roda perekonomian, bank memiliki kewajiban selain hanya mendapatkan keuntungan. Bank memiliki tanggung jawab berupa kewajiban terhadap permasalahan sosial dan lingkungan sekitar (yang selanjutnya disebut dengan Corporate Social Responsibility/CSR) yang merupakan suatu etika di dalam bisnis. Program CSR memberikan manfaat bukan saja kepada bank, tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Tanggung jawab perusahaan itu diwujudkan dalam bentuk kepedulian bank yang menyediakan dana operasionalnya bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional.

Pokok inti program CSR Bank Riau Kepri adalah Good Will atau keinginan baik yang merupakan tanggung jawab dari perusahaan, pengurus, dan pegawainya untuk melakukan pengembangan sosial kemasyarakatan dan kelestarian lingkungan guna mendukung Program Pemerintah.

1. Sejarah CSR di Bank Riau Kepri

Bank Riau Kepri mulai berdiri tahun 1966, sejak lama sebelum konsep CSR populer Bank Riau Kepri telah sering melakukan kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan, mulai dari bantuan-bantuan pendirian mesjid, buka bersama, bantuan bencana alam, bantuan besiswa dll,

kegiatan itu dilakukan hanya berdasarkan kerelaan dan belum begitu berkembang.

Kemudian muncul Undang-Undang tahun 2007 yang mengatur tentang CSR, bank Riau Kepri sadar bahwa masyarakat berperan penting dalam keberlangsungan usahanya, tapi antara tahun 2007-2010 masih hanya terdapat perbincangan-perbincangan seputar CSR, pada tahun 2011 lah CSR mulai dikonsepsikan dan dibuat berita acara di hadapan Notaris Fery Bankti, sepanjang tahun 2011 program CSR mulai dijalankan walaupun ada beberapa program yang masih belum berjalan dengan baik⁵⁷.

2. Landasan Hukum CSR Bank Riau Kepri

- a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas Pasal 74 ayat (1) “..... perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan..... dst”
- b. Akta Notaris No.45 tanggal 30 Mei 2011 yang dibuat di hadapan Notaris Fery Bankti, SH tentang Berita Acara Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan Terbatas “PT. Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri” disingkat “PT. Bank Riau Kepri“ yang menetapkan dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Bank Riau Kepri.

⁵⁷ Arbi, (Pegawai Corporate dan Secretary bank Riau kepri), *wawancara* tanggal 24 mei 2013

- c. Akta Notaris No.71 tanggal 14 November 2011 yang dibuat di hadapan Notaris Yondri Darto, SH tentang Risalah Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan Terbatas “PT. Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri” disingkat “PT. Bank Riau Kepri” yang menetapkan menyetujui dan mengesahkan kebijakan penggunaan dana CSR PT. Bank Riau Kepri.

3. Visi dan Misi CSR bank Riau Kepri

Adapun Visi dan Misi bank Riau Kepri adalah sebagai berikut⁵⁸:

○ Visi

Sebagai program kerja yang mampu menjalankan Amanah perusahaan dalam tugas dan tanggungjawab mengelola program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan mendukung terciptanya masyarakat yang peduli terhadap lingkungan, sosial dan ekonomi yang berkelanjutan, perlindungan nasabah, serta ketenaga kerjaan.

○ Misi

Melalui program CSR misinya adalah berperan aktif dalam :

1. Meningkatkan kemampuan Lembaga Keuangan Mikro, Pelaku Usaha Kecil dan Menengah agar menjadi tangguh dan mandiri;
2. Memberdayakan, memperbaiki, mengembangkan dan meningkatkan kondisi sosial masyarakat;
3. Membangun sikap peduli terhadap lingkungan dan kelestarian alam;
4. Menggencarkan program melindungi nasabah;

⁵⁸ Sumber: Dokumen Bank Riau Kepri

5. Menggiatkan program Keselamatan Kerja, Kesehatan dan Persamaan Gender Ketenaga Kerjaan.

4. Strategi dan Kebijakan

Secara internal, program CSR dimaksudkan untuk mendorong budaya kerja perusahaan yang lebih bertanggung jawab dalam melaksanakan aktivitas bisnis, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk mencapai tujuan perusahaan. Secara eksternal, program CSR diharapkan dapat membentuk dan menciptakan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan menciptakan dan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus dalam bidang sosial, ekonomi dan lingkungan yang lebih sejahtera dan mandiri.

5. Prinsip Pengelolaan

Dalam melakukan aktifitasnya, Bank Riau Kepri menerapkan 3 prinsip pengelolaan, yaitu⁵⁹:

- 1) *Accountability* yaitu pencapaian sasaran baik kejelasan fungsi, pelaksanaan hingga pertanggungjawaban di dalam pengelolaan dana maupun manfaat dari program Corporate social responsibility agar dapat terlaksana dengan baik
- 2) *Transparancy* yaitu segala proses pengambilan keputusan dalam mengemukakan ketentuan dan informasi baik tata cara, evaluasi,

⁵⁹ *Ibid.*,

dan penetapan sasaran terbuka bagi pemegang saham dan seluruh stakeholder.

- 3) Responsibility yaitu kesesuaian dalam tanggung jawab pengelolaan program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap peraturan yang berlaku

6. Permasalahan dan Kendala

Program Bantuan Kemasyarakatan (Corporate Social Responsibility/CSR) ini terdiri dari dua program, yakni: Program Kemitraan yang disebut Program Mitra Bank Riau Kepri, dan Program Bina Lingkungan yang disebut dengan Program Bank Riau Peduli. Kedua program ini mengambil semangat dan ruh dari Keputusan Menteri BUMN No.Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, serta Peraturan Menteri Negara BUMN No.Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Masih adanya persepsi bahwa Program Bantuan Kemasyarakatan (Corporate Social Responsibility/CSR) ini adalah program dana bergulir, maka ada beberapa program kerja eksternal yang tidak bisa diakomodir. Kurangnya pemahaman tentang arti sebenarnya Program Bantuan Kemasyarakatan (Corporate Social Responsibility/CSR) inilah yang

menjadi kendala pelaksanaan Program Bantuan Kemasyarakatan (Corporate Social Responsibility/CSR) di Bank Riau Kepri⁶⁰.

7. Pilar CSR Bank Riau Kepri

Bank Riau kepri menetapkan 4 pilar arah kebijakan CSR yaitu⁶¹:

- 1) Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan(yang terdiri dari 2 program)
 - a. Program mitra bank Riau Kepri
 - b. Program bank Riau Kepri Peduli
- 2) Lingkungan Hidup
- 3) Ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja
- 4) Tanggungjawab/ perlindungan kepada nasabah.

Gambar 4.0

4 Pilar CSR Bank Riau kepri



⁶⁰ www.bankriaukepri.co.id, terakhir diakses tanggal 02 Mei 2013

⁶¹ *Ibid.*,

8. Realisasi dana Program CSR Bank Riau kepri

Sepanjang tahun 2010, Bank Riau Kepri telah melakukan kegiatan CSR dengan total jumlah dana sebesar Rp. 1.521.458.690 (satu milyar lima ratus dua puluh satu juta empat ratus lima puluh delapan ribu enam ratus Sembilan puluh rupiah).

Pada tahun ini bank Riau Kepri mulai mengonseptkan program-program CSR perbidang, sebelumnya CSR hanya dijadikan satu dengan nama “Kegiatan sosial”⁶². Tahun 2010, CSR yang disalurkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.0

Dana Program CSR 2010

No	Bidang	Jumlah
1	Pendidikan	Rp. 233.240.000
2	Sosial Kemasyarakatan	Rp. 382.320.000
3	Kesehatan	Rp. 35.900.000
4	Keagamaan	Rp. 662.250.000
5	Seni budaya dan pembinaan olahraga	Rp. 136.998.690
6	Lingkungan	Rp. 70.750.000
Total		Rp. 1.521.458.690

Sepanjang tahun 2011, Bank Riau Kepri telah melakukan kegiatan CSR dengan total jumlah dana sebesar Rp 1.733.074.899 (satu milyar

⁶² Wan Edwin (Pegawai Coprorate dan Secretary bank Riau Kepri), *wawancara* tanggal 24 mei 2013

tujuh ratus tiga puluh tiga juta tujuh puluh empat ribu delapan ratus sembilan puluh sembilan ratus rupiah). Tahun 2011 CSR bank Riau mengalami perubahan, mengikuti UU no. 40 Tahun 2007 maka, program CSR terdiri dari Pengembangan sosial kemasyarakatan, lingkungan hidup, tenaga dan keselamatan kerja, dan terakhir program perlindungan nasabah⁶³:

Tabel 4.1

Dana program CSR 2011

No	Bidang	Jumlah	Jumlah	Total
1	Pengembangan sosial kemasyarakatan			Rp1.720.824.800
	a. Program mitra bank Riau Kepri			
	b. Program Bank Riau Kepri Peduli		Rp1.720.824.800	
	1) Pendidikan	Rp 158.500.000		
	2) Sosial	Rp 308.896.500		
	3) Kesehatan di masyarakat	Rp 20.200.000		
	4) Keagamaan	Rp 664.425.000		
	5) Kepemudaan dan Olahraga	Rp 115.350.000		
	6) Seni dan budaya	Rp 50.370.000		
	7) Kegiatan sosial di cabang-cabang	Rp403.083.300		
2	Lingkungan hidup		Rp 12.250.000	Rp 12.250.000
3	Tenaga Kerja dan Keselamatan kerja		Rp. 0	
4	Perlindungan Nasabah		Rp. 0	
	TOTAL KESELURUHAN			Rp1.733.074.800

⁶³ Arbi (Pegawai Corporate dan Secretary bank Riau Kepri), wawancara tanggal 24 mei 2013

Pada Tahun 2012, Secara keseluruhan dana yang dikeluarkan untuk CSR menurun dari tahun sebelumnya, ini dikarenakan adanya program yang belum dijalankan dan ada juga program yang tidak tepat sasaran⁶⁴:

Tabel 4.1
Dana CSR 2012

No	Bidang	Jumlah	Jumlah	Total
1	Pengembangan sosial kemasyarakatan			Rp1.659.334.500
	a. Program mitra bank Riau Kepri			
	b. Program Bank Riau Kepri Peduli		Rp 1.659.334.500	
	1) Pendidikan	Rp 143.050.000		
	2) Sosial	Rp 183,750,000		
	3) Kesehatan di masyarakat	Rp 40.003.000		
	4) Keagamaan	Rp 583.580.000		
	5) Kepemudaan dan Olahraga	Rp 169.000.000		
	6) Seni dan budaya	Rp 19.500.000		
	7) Kegiatan sosial di cabang-cabang	Rp 518.424.500		
2	Lingkungan hidup		Rp 12.750.000	Rp 12.750.000
3	Tenaga Kerja dan Keselamatan kerja		Rp. 0	
4	Perlindungan Nasabah		Rp. 0	
	TOTAL KESELURUHAN			Rp1.672.084.500

9. Pelaksanaan Program CSR

Uraian pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* tahun 2012 di bank Riau Kepri adalah sebagai berikut:

⁶⁴ Arbi (Pegawai Corporate dan Secretary bank Riau Kepri), wawancara tanggal 24 mei 2013

a. Pengembangan sosial dan kemasyarakatan

1) Program Mitra Bank Riau Kepri

Kemitraan Bank Riau Kepri, yaitu program kerjasama kelembagaan antara Bank Riau kepri dengan Mitra lembaganya (Lembaga Keuangan Mikro dan atau Koperasi) melalui pinjaman bergulir untuk kemudian disalurkan kepada Mitra Binaannya dan atau dana untuk program pendampingan serta pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dalam rangka meningkatkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar menjadi tangguh dan mandiri.

Hingga per 31 Desember 2012, PT. Bank Riau Kepri belum menjalankan Program Mitra Bank Riau Kepri dikarenakan banyaknya pihak external yang beranggapan program ini adalah program dana bergulir. Guna menghindari hal ini, maka kebijakan pelaksanaan program ini di tahun 2012 untuk sementara tidak dilaksanakan, namun dilakukan sosialisasi terlebih dahulu⁶⁵.

2) Program Bank Riau Kepri Peduli

Program Bank Riau Kepri Peduli adalah program bina lingkungan yang dapat diartikan sebagai tanggung-jawab moral Bank Riau Kepri terhadap para stakeholdernya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya melalui program-program pengembangan masyarakat dengan

⁶⁵ Sumber: Dokumen bank Riau Kepri

mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan dengan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Untuk kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan Program Bank Riau Kepri Peduli, Bank Riau Kepri selalu proaktif dalam mencari bentuk bantuan yang paling optimal. Selain proaktif, Bank Riau Kepri sangat terbuka terhadap berbagai masukan antara lain dari berita media massa, informasi-informasi dari instansi Pemerintah daerah, dan proposal-proposal kerja sama.

Sampai dengan 31 Desember 2012, kegiatan-kegiatan Program Bank Riau Kepri Peduli yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut: kegiatan keagamaan, kegiatan sosial, kegiatan pendidikan, kegiatan kesehatan di masyarakat, kegiatan seni budaya, kegiatan kepemudaan dan pembinaan keolah-ragaan⁶⁶.

Secara garis besar realisasi anggaran Program Bank Riau Kepri Peduli tahun 2012 sebesar Rp1.645 juta, sedangkan pada tahun sebelumnya sebesar Rp1.732 juta. Kurang maksimalnya Program Bank Riau Kepri Peduli di tahun 2012 dikarenakan banyaknya program-program sosial yang tidak tepat sasaran dan menyentuh langsung masyarakat yang harus dieliminir. Namun kegiatan Program Bank Riau Kepri Peduli tetap berjalan dengan penjelasan sebagai berikut:

⁶⁶*Ibid.*,

a. **Kegiatan Keagamaan**

Bank Riau Kepri percaya, bahwa dengan agama, maka kita mampu menata kehidupan sosial dan kemasyarakatan agamis yang madani. Rusaknya tatanan dan nilai-nilai moral dikarenakan ketidakpedulian masyarakat kepada nilai-nilai luhur dalam agama. Untuk itu, di tahun 2012 fokus Program Bank Riau Kepri Peduli tetap pada Kegiatan Keagamaan. Bank Riau Kepri telah melaksanakan serangkaian kegiatan di antaranya: membantu lembaga dan organisasi keagamaan, membantu kegiatan dakwah organisasi keagamaan, pembangunan fasilitas rumah ibadah dan tempat belajar keagamaan. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar Rp583,380 juta, turun sedikit dibandingkan pada tahun 2011, yakni sebesar Rp640,175.juta⁶⁷.

Program keagamaan merupakan salah satu program yang diprioritaskan. Hampir seluruh cabang bank Riau Kepri melaksanakan program keagamaan ini⁶⁸.

b. **Kegiatan Pendidikan**

Di tahun 2012, berbagai kegiatan dilaksanakan Bank Riau Kepri dalam upaya untuk meningkatkan dunia pendidikan di Riau dan Kepri. Bank telah melaksanakan

⁶⁷ *Ibid.*,

⁶⁸ Nisa (Pegawai Corporate dan Secretary bank Riau Kepri), *wawancara* tanggal 23 Mei

beberapa kegiatan khususnya di bidang Pendidikan diantaranya: kegiatan bantuan biaya pendidikan, biaya penelitian, dan biaya kegiatan pendidikan (seminar, ekstrakurikuler, studi banding, dan try out) bagi siswa dan mahasiswa, serta bantuan kepada tenaga pengajar maupun penyediaan fasilitas belajar mengajar. Bank Riau Kepri percaya, bahwa pendidikan mampu membantu meningkatkan taraf hidup dan kualitas hidup masyarakat secara nyata. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar Rp143,050 juta, naik sedikit dibandingkan pada tahun 2011, yakni sebesar Rp 131,250 juta⁶⁹.

c. Kegiatan Sosial

Di tahun 2012, berbagai kegiatan dilaksanakan Bank Riau Kepri dalam upaya meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui beberapa kegiatan sosial sebagai salah satu sarana terbaik untuk membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara nyata. Program yang telah dilaksanakan dalam bentuk kontribusi berupa pemberdayaan wanita, kepemudaan, bantuan organisasi sosial, bantuan kepada anak yatim, masyarakat miskin, pemberdayaan tuna netra, dan lain-lain. Dana

⁶⁹Sumber: Dokumen bank Riau Kepri

Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar Rp 183,750 juta, turun dibandingkan pada tahun 2011, yakni sebesar Rp296.274⁷⁰.

d. Kegiatan Kesehatan di Masyarakat

Di tahun 2012, Bank Riau Kepri tetap berkomitmen untuk turut mendukung peningkatan kesehatan masyarakat yang diwujudkan melalui kerja sama dengan beberapa institusi dan Lembaga di Bidang Kesehatan yang menjadi mitra Bank. Serangkaian program telah dilaksanakan dalam bentuk kegiatan sosialisasi bahaya narkoba, bakti sosial pengobatan gratis, pengobatan massal, sunatan massal, seminar dan workshop kesehatan dan lain-lain. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar Rp 40,003 juta, naik dibandingkan pada tahun 2011, yakni sebesar Rp15.700 juta⁷¹.

e. Kegiatan Kepemudaan dan Pembinaan Olahraga

Di tahun 2012, berbagai kegiatan dan program dilaksanakan Bank Riau Kepri dalam upaya membangun semangat kepemudaan yang terarah dan positif, serta pembinaan keolah-ragaan agar jiwa-jiwa muda terpancing untuk aktif berprestasi. Sepanjang tahun 2012, Bank telah memberikan kontribusi berupa bantuan kegiatan kejurmas,

⁷⁰ *Ibid.*,

⁷¹ *Ibid.*,

pramuka, lokakarya, seminar, turnamen tenis meja, kejuaraan pencak silat, futsal, dan lain-lain. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar Rp 169 juta, naik dari tahun 2011 yakni sebesar Rp 80,025 juta⁷².

f. Kegiatan Seni Budaya

Di tahun 2012, berbagai kegiatan dan program dilaksanakan Bank Riau Kepri dalam upaya untuk menjaga kelestarian adat, seni, dan budaya yang ada di Riau dan Kepulauan Riau. Sepanjang tahun 2012 Bank telah melaksanakan beberapa kegiatan yang diantaranya: partisipasi terlaksananya pagelaran seni melayu, parade seni rakyat, seni pangguna, dan pemberdayaan lembaga-lembaga kebudayaan. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar Rp19,500 juta, naik dibandingkan pada tahun 2011, yakni sebesar Rp 10,750 juta⁷³.

g. Kegiatan Sosial di cabang-cabang

Selain di kantor pusat, sesuai dengan penerapan Program Bantuan Kemasyarakatan (Corporate Social Responsibility/ CSR), maka berbagai kegiatan dan program CSR dilaksanakan juga oleh Cabang-cabang Bank Riau

⁷² *Ibid.*,

⁷³ *Ibid.*,

Kepri dalam upaya untuk mendekatkan diri pada masyarakat sekitar tempat bank beroperasi. Di tahun 2012, Cabang-cabang Bank Riau Kepri telah melaksanakan beberapa kegiatan yang diantaranya: pemberdayaan masyarakat miskin, penyediaan fasilitas kesehatan, penyediaan fasilitas sosila dan keagamaan, membantu terlaksananya pagelaran seni budaya, bantuan terlaksananya pagelaran acara adat, pemberdayaan lembaga-lembaga kebudayaan, dan lain-lain. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan oleh cabang-cabang Bank Riau kepri pada kegiatan ini sebesar Rp 518 juta, naik dibandingkan tahun 2011 yakni Rp 517 juta⁷⁴.

b. Lingkungan Hidup

Perusakan, pembalakan, dan pembakaran hutan di Riau, telah menjadi isu besar yang memperhatikan banyak pihak, termasuk seluruh pegawai Bank Riau Kepri yang aktivitas operasionalnya berada di Riau. Dalam hal aktivitas pelestarian lingkungan hidup, Bank Riau Kepri memfokuskan diri dan terus mengkampanyekan kegiatan penghijauan, hemat energy, dan pelestarian alam di lingkungan kantor Bank Riau Kepri melalui kegiatan Green Office. Beberapa kegiatan penghijauan yang dilaksanakan antara lain adalah⁷⁵:

⁷⁴*Ibid.*,

⁷⁵ Sumber: www.bankriaukepri.co.id, terakhir diakses 02 Mei 2013.

1) Penerapan Praktik-Praktik Green Office Di Lingkungan Kantor.

Kegiatan ini dilakukan dengan terus mengkampanyekan praktik-praktik Green Office, antara lain melalui kampanye:

- Gunakan Air Sehemat Mungkin;
- Gunakan Lampu dan Listrik Jika Diperlukan;
- Tanamlah Pohon Sebanyak Mungkin;
- Gunakanlah Bahan Yang Mudah Didaur Ulang;
- Buanglah Sampah Pada Tempatnya

2) Kampanye Penghematan Kertas Via Email Untuk menjaga kelestarian hutan sebagai bahan baku kertas, seluruh pegawai Bank Riau Kepri didorong untuk menggunakan email secara optimal untuk berkomunikasi dan mengirimkan memo. Dan, tidak mencetak memo bila tidak diperlukan, sedapat mungkin menghindari mencetak materi yang tidak diperlukan.

Di tahun 2012, selain bantuan kemanusiaan, Program CSR Bank Riau Kepri juga diarahkan pula untuk kegiatan lingkungan hidup. Beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Bank Riau Kepri sehubungan dengan Lingkungan Hidup di antaranya adalah : pemberdayaan organisasi dan lembaga pecinta alam dan kelestarian alam, membantu penyelenggaraan, seminar dan workshop pelestarian lingkungan, dan lain-lain. Dana Program Bank Riau Kepri Peduli yang disalurkan pada kegiatan ini sebesar

Rp 12,750 juta 10.750.000, naik dibandingkan pada tahun 2011, yakni sebesar Rp10.750 juta⁷⁶.

c. Tenaga Kerja dan Keselamatan kerja

Atas prestasi Bank Riau Kepri dalam melaksanakan program keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di tempat kerja, Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia memberikan Penghargaan Kecelakaan Nihil (Zero Accident Award) kepada Bank Riau Kepri yang kedua kalinya pada tanggal 30 april 2013. Penghargaan diserahkan oleh Menakertrans Bapak Drs H A Muhaimin Iskandar Msi kepada Direktur Operasional Bank Riau Kepri H. Wan Marwan. Penghargaan Zero Accident Award yang diterima oleh Bank Riau Kepri ini, hasil rapat Tim Evaluasi yang terdiri dari Kemenakertras, Apindo, dan Serikat Pekerja/Serikat Buruh yang menilai pelaksanaan Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja di Bank Riau Kepri sangat baik, dan dipandang mempunyai dedikasi dan prestasi serta berhasil dalam mendorong dan membudayakan K3 di tempat kerja. Sehingga dapat menekan kecelakaan kerja, dan menciptakan tempat kerja yang aman, nyaman, sehat dan produktif sehingga tujuan K3 dapat terwujud.

Apresiasi ini menjadi bukti keseriusan Bank Riau Kepri yang saat ini memiliki kurang lebih 115 jaringan kantor dan 120 ATM yang tersebar di 2 provinsi yaitu Riau dan Kepulauan Riau untuk selalu

⁷⁶ Sumber: Dokumen bank Riau Kepri

memperhatikan Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja saat ini dan seterusnya⁷⁷.

d. Perlindungan konsumen

Bank Riau Kepri juga memperhatikan nasabah dan masyarakat dengan membuat program perlindungan konsumen yang terdiri dari edukasi perbankan dan pengaduan nasabah⁷⁸:

1) Edukasi perbankan

Di tahun 2012, sebagai mewujudkan komitmen terhadap perlindungan konsumen, maka Bank Riau Kepri mengadakan program edukasi bagi nasabah. Bank Riau Kepri berpartisipasi aktif dengan menyelenggarakan berbagai macam program edukasi perbankan dengan melibatkan nasabah dan masyarakat langsung ke masyarakat melalui serangkaian kegiatan yaitu:

1. Customer Gathering debitur binaan di Kepri .
2. Customer Gathering debitur binaan di Riau.
3. Program edukasi dan pemberdayaan UKM melalui program Bank Riau Kepri UMKM Award 2012

2) Pengaduan Nasabah

Sebagaimana didalam ketentuan internal Bank Riau Kepri, maka tata cara pengaduan nasabah dan penyelesaian sengketa kepada nasabah berpedoman kepada ketentuan Bank Indonesia tentang pengaduan nasabah dan mediasi perbankan. Dalam

⁷⁷ Sumber: www.bankriaukepri.co.id, terakhir diakses tanggal 02 mei 2013

⁷⁸ *Ibid.*,

mengelola ini, Bank Riau Kepri memiliki unit kerja Desk Service Quality yang merupakan unit kerja yang memiliki aktivitas menerima pengaduan dan keluhan pelanggan, yang kemudian ditindak lanjuti sampai tahap penyelesaiannya. Sedangkan, keluhan nasabah melalui media masa maupun email juga ditangani oleh Corporate Secretary (corsec). Ditahun 2012 Desk Service Quality telah menyelesaikan 987 pengaduan nasabah, turun dari 1.210 pengaduan nasabah pada tahun 2011. Penurunan ini menunjukkan telah membaiknya pelayanan Bank Riau Kepri

B. Pengaruh CSR terhadap Citra Bank pada PT. Bank Riau Kepri

1. Deskriptif data Penelitian

Data penelitian diperoleh dengan cara membagikan kuosioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti datang ke bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru dan menemui langsung nasabahnya.

Dengan cara pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini diharapkan supaya lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Survey dengan kuesioner dilaksanakan di Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru, dan dibagikan pada hari Senin, 22 April 2013 sampai Senin tanggal 29 April 2013. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sample adalah teknik random sampling. Dan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 nasabah.

2. Deskriptif Responden

Penyajian deskriptif data penelitian bertujuan agar dapat melihat profil dari data penelitian tersebut yang berhubungan antar variabel dalam penelitian. Data deskriptif responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik yang akan dideskripsikan. Karakteristik tersebut antara lain meliputi:

1) Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden dikelompokkan menjadi dua yaitu jenis kelamin perempuan dan laki – laki. Data yang berhasil dikumpulkan dari peneliti mengenai jenis kelamin nasabah Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru yang berkenan menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Responden

	Frekuensi	Persen	Kumulatif Persen
Laki-laki	52	52.0	52.0
Perempuan	48	48.0	100.0
Total	100	100	

Sumber: Data Primer diolah, 2013

Dari tabel di atas, dapat diketahui jenis kelamin responden Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru yang bersedia menjadi responden. Data di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis

kelamin perempuan dan laki – laki beda tipis. Laki-laki 52 % sedangkan Perempuan 48 %.

2) Umur Responden

Data mengenai umur responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi dua kategori yaitu responden yang berumur < 25 tahun dan responden yang berumur ≥ 25 tahun. Adapun data yang berhasil dikumpulkan dari peneliti mengenai umur nasabah Bank Riau Kepri cabang Utama Pekanbaru yang berkenan menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Pendidikan Responden

	Frekuensi	Persen	Kumulatif Persen
SD	0	0.0	0.0
SMP	1	1.0	1.0
SMA	36	36.0	36.0
Sarjana	63	63.0	63.0
Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data Primer diolah,2013

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, dapat kita ketahui tentang pendidikan nasabah Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru yang diambil menjadi responden. Pendidikan responden didominasi Sarjana sebesar 63 %, diikuti SMA sebesar 36 % sedangkan lulusan SMP sebesar 1%, dan lulusan SD

berjumlah 0 % nasabah. Dari data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Bank Riau Kepri cabang utama Pekanbaru yang diambil sebagai responden adalah Sarjana.

3) Pekerjaan Responden

Data mengenai penghasilan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi tiga kategori yaitu responden dengan penghasilan < 5 juta, $\geq 5 - < 100$ juta, dan ≥ 100 juta. Adapun data yang berhasil dikumpulkan dari peneliti mengenai penghasilan nasabah Bank Riau Kepri cabang utama Pekanbaru yang berkenan menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Penghasilan Responden

	Frekuensi	Persen	Kumulatif Persen
< 5 juta	74	74.0	74.0
$\geq 5 - < 100$ juta	26	26.0	26.0
≤ 100 juta	0	0.0	0.0
Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data Primer diolah, 2013

Dari tabel di atas, dapat diketahui penghasilan nasabah Bank Riau Kepri cabang utama Pekanbaru yang diambil sebagai responden. Data tersebut menunjukkan bahwa, responden dengan penghasilan < 5 juta sebanyak 74%, responden dengan penghasilan

≥ 5 juta - < 100 juta sebanyak 26 %. Dan responden dengan penghasilan ≥ 100 juta sebesar 0 %.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

1) Deskriptif Variabel CSR

a. Tanggapan Responden berkaitan dengan Indikator *economic responsibilities*

Variabel CSR dengan indikator *economic responsibilities* diwakili oleh empat item pertanyaan diantaranya, Bank Riau Kepri telah berupaya memberikan fasilitas ekonomi dengan strategi aktivitas usaha yang bertujuan mendapatkan *profit* (keuntungan) yang terus meningkat agar Bank Riau Kepri tetap *survive*, Bank Riau Kepri selalu dinamis menciptakan produk dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat, Produk- produk yang ditawarkan Bank Riau Kepri sudah memenuhi kualitas yang diharapkan nasabah, Bank Riau Kepri dalam mengambil keuntungan tidak akan merugikan nasabahnya, Untuk tanggapan responden terhadap indikator *economic responsibilities* dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6

Tanggapan responden dengan indikator *Economic responsibilities*

Item pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	TS %	STS %
1. Bank Riau Kepri telah berupaya memberikan fasilitas ekonomi dengan strategi aktivitas usaha yang bertujuan mendapatkan <i>profit</i> (keuntungan) yang terus meningkat agar tetap <i>survive</i>	13	73	14	0	0
2. Bank Riau Kepri selalu dinamis menciptakan produk dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat	7	79	12	2	1
3. Produk- produk yang ditawarkan Bank Riau Kepri sudah memenuhi kualitas yang diharapkan nasabah	7	65	25	4	1
4. Bank Riau Kepri dalam mengambil keuntungan tidak akan merugikan nasabahnya	11	67	21	1	

Sumber: Data Primer diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *economic responsibility* adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju yaitu pada pertanyaan nomor 2 dan 3.

b. Tanggapan Responden berkaitan dengan indikator *legal responsibilities*

Variabel CSR dengan indikator *legal responsibilities* diwakili oleh empat item pertanyaan diantaranya, Bank Riau Kepri telah beraktifitas sesuai dengan norma dan hukum yang berlaku, Bank Riau Kepri termasuk bank yang patuh terhadap hukum dan norma yang

berlaku, Bank Riau Kepri bersikap adil (tidak pernah berbuat zalim terhadap nasabah), Bank Riau Kepri bersikap transparan terhadap nasabah. Untuk tanggapan responden dengan indikator *legal responsibilities* dapat dijelaskan sbb

Tabel 4.7

Tanggapan Responden terhadap Indikator *legal responsibilities*

Item Pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	ST %	STS %
1. Bank Riau kepri telah beraktifitas sesuai dengan norma dan hukum yang berlaku	22	62	14	2	
2. Bank Riau Kepri termasuk bank yang patuh terhadap hukum dan norma yang berlaku	21	65	12	2	
3. Bank Riau Kepri bersikap adil (tidak pernah berbuat zalim terhadap nasabah)	16	61	21	2	
4. Bank Riau Kepri bersikap transparan terhadap nasabah	16	53	27	4	1

Sumber: Data Primer diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *legal responsibility* adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju, dan satu orang yang menjawab sangat tidak setuju yaitu pada pertanyaan terakhir.

Hal ini diperkuat oleh tanggapan nasabah yang mengatakan bahwa bank Riau Kepri sudah patuh terhadap

hukum dan tidak pernah berbuat zalim serta bersikap tidak adil dalam melakukan kegiatannya⁷⁹.

c. Tanggapan Responden berkaitan dengan dengan indikator *Ethical Responsibilities*

Variabel CSR dengan indikator *ethical responsibilities* diwakili empat item pertanyaan yaitu, operasional Bank Riau Kepri telah sesuai dengan etika bisnis dan harapan nasabah, Bank Riau Kepri selalu berupaya mengutamakan unsur kebenaran dalam beraktifitas, Bank Riau Kepri selalu berupaya mengutamakan keseimbangan dalam menentukan kebijakan, Bank Riau kepri bersikap jujur dan santun terhadap nasabah. Secara lengkap indicator *ethical responsibilities* sebagai berikut:

⁷⁹ Nova Anggraini, (Nasabah Bank Riau Kepri) *wawancara*, Pekanbaru, tgl 23 April 2013

Tabel 4.8

Tanggapan responden terhadap indikator *Ethical responsibilities*

Item Pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	TS %	STS %
1. Operasional Bank Riau Kepri telah sesuai dengan etika bisnis dan harapan nasabah	5	64	29	2	
2. Bank Riau Kepri selalu berupaya mengutamakan unsur kebenaran dalam beraktifitas	14	62	22	2	
3. Bank Riau Kepri selalu berupaya mengutamakan keseimbangan dalam menentukan kebijakan	14	56	28	2	
4. Bank Riau Kepri bersikap jujur dan santun terhadap nasabah	20	65	14	1	

Sumber: data primer diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *Ethical responsibility* adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju.

Menurut salah satu nasabah, pegawai-pegawai bank Riau Kepri dalam berkerja dan melayani nasabah selalu santun dan menghormati nasabah, tidak pernah berlaku kasar ataupun tidak sopan⁸⁰.

d. Tanggapan responden berkaitan dengan indikator *Philanthropic responsibilities*

Variabel CSR dengan indikator *Philanthropic responsibilities* diwakili oleh empat item pertanyaan yaitu,

⁸⁰ Zulhendri, (Nasabah Bank Riau Kepri), wawancara, Pekanbaru, tgl 23 april 2013

Bank Riau Kepri telah berkomitmen menerapkan kebijakan CSR sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan dengan tema “*Bank Riau Kepri Peduli* “, CSR Bank Riau Kepri merupakan bentuk iktikad baik yang akan memberikan manfaat yang lebih luas terhadap peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan masyarakat, Bank Riau Kepri telah merealisasikan CSR dalam berbagai bidang terutama dalam bidang pendidikan, Bank Riau kepri selalu bersikap amanah terhadap nasabah, Bank Riau Kepri menggunakan konsep ihsan yaitu beroperasi dengan tujuan mendapatkan ridho Allah SWT.

Sedangkan tanggapan responden dengan indikator *Philanthropic responsibilities* dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.9

Tanggapan Responden terhadap indikator *Philanthropic responsibilities*

Item Pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	TS %	STS %
1. Bank Riau Kepri telah berkomitmen menerapkan CSR sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan salah satunya dengan program Bank Riau Kepri Peduli	12	63	23	2	
2. CSR Bank Riau Kepri merupakan bentuk iktikad baik yang akan memberikan manfaat yang lebih luas terhadap peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan masyarakat.	17	57	25	1	
3. Bank Riau Kepri telah merealisasikan CSR dalam berbagai bidang.	6	59	34	3	
4. Bank Riau Kepri selalu bersikap amanah terhadap nasabah.	14	68	16	1	1
5. Bank Riau Kepri akan terus berupaya untuk mensejahterakan masyarakat sekitar dan juga mengembangkan program CSR yang sudah ada.	15	69	20	0	1

Sumber: data primer diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *philanthropic responsibility* adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu pada pertanyaan nomor 4 dan 5.

2) Deskriptif Variabel Citra

a. Tanggapan responden terhadap Indikator Nilai

Variabel citra dengan indikator nilai diwakili oleh empat item pertanyaan antara lain, Bank yang menerapkan program CSR mempunyai banyak nilai lebih dari pada

usaha yang hanya berorientasi pada *profit* (keuntungan), Kebijakan CSR dapat menentukan citra / *image* yang baik bagi Bank Riau Kepri, Bank Riau Kepri yang secara tulus menerapkan kebijakan CSR maka akan mempunyai *prestise* dan martabat yang tinggi, Adanya program CSR, mengindikasikan bahwa Bank Riau Kepri termasuk *good corporate*.

Sedangkan tanggapan responden dengan indikator *Philanthropic responsibilities* dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.10

Tanggapan Responden berkaitan dengan indikator nilai

Item Pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	TS %	STS %
1. Bank yang menerapkan program CSR mempunyai banyak nilai lebih dari pada usaha yang hanya berorientasi pada <i>profit</i> (keuntungan).	27	51	20	2	
2. Kebijakan CSR dapat menentukan citra / <i>image</i> yang baik bagi Bank Riau Kepri	28	56	15	1	
3. Bank Riau Kepri yang secara tulus menerapkan kebijakan CSR maka akan mempunyai <i>prestise</i> dan martabat yang tinggi	21	52	25	2	
4. Adanya program CSR, mengindikasikan bahwa Bank Riau Kepri termasuk <i>good corporate</i>	18	60	18	4	

Sumber: data primer diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *economic responsibility*

adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju.

Menurut salah satu nasabah, seharusnya dengan program-program CSR yang telah disusun dengan baik, maka, akan bisa membantu masyarakat bukan hanya karena ingin dianggap perusahaan yang baik tapi juga karena kesadaran dan tanggung jawab juga balas budi karena bank dalam kegiatannya, mendapatkan keuntungan juga dari masyarakat.⁸¹

b. Tanggapan Responden terhadap indikator *Experience*.

Variabel citra dengan indikator *experience* diwakili oleh empat item pertanyaan antara lain, Selama menjadi nasabah Bank Riau Kepri, saya selalu mendapat pengalaman yang baik, Adanya program CSR di Bank Riau Kepri akan memberikan kesan yang baik bagi nasabah, Adanya komitmen CSR, menunjukkan bank Riau Kepri mempunyai kualitas fundamental yang kuat, Jikalau pun saya mendapat masalah kecil dengan Bank Riau Kepri, saya akan penyelesaian dengan kekeluargaan dan senantiasa memaklumi.

Sedangkan tanggapan responden dengan indikator *experience* dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

⁸¹ Zuhendri, (Nasabah Bank Riau Kepri), *wawancara*, Pekanbaru, tgl 23 april 2013

Tabel 4.11

Tanggapan Responden berkaitan dengan Indikator

Experience

Item Pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	TS %	STS %
1. Selama menjadi nasabah Bank Riau Kepri, saya selalu mendapat pengalaman yang baik	13	63	20	4	
2. Adanya program CSR di Bank Riau Kepri, akan memberikan kesan yang baik bagi nasabah	17	68	15	1	
3. Adanya komitmen CSR, menunjukan bank Riau Kepri mempunyai kualitas fundamental yang kuat	16	54	25	4	
4. Jikalau saya mendapat masalah kecil dengan Bank Riau Kepri, saya akan penyelesaian dengan kekeluargaan dan senantiasa memaklumi	11	67	18	4	

Sumber data diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *Experience* adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju.

Menurut salah satu nasabah selama menjadi nasabah bank riau kapri belum pernah mendapat pengalaman yang buruk dari pegawai bank riau kepri dan bank yang sadar akan tanggung jawabnya melalui program-program CSR yang baik akan memberi kesan yang bagus di masyarakat⁸².

⁸² Jaswandi, (Nasabah bank Riau Kepri), *wawancara*, Pekanbaru, tgl 25 april 2013

Tanggapan responden berkaitan dengan kualitas teknik dan fungsional

Variabel citra dengan indikator nilai diwakili oleh lima item pertanyaan diantaranya, Bank Riau Kepri adalah bank yang berkualitas dalam teknis dan fungsional, Bank Riau Kepri telah memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, Bank Riau Kepri selalu bersikap profesional terhadap nasabah, Bank Riau Kepri mengupayakan *reliability* (akurat, cepat dan tepat) dalam menghadapi kebutuhan nasabah, Bank Riau Kepri selalu responsif (*emphaty*) terhadap keluhan nasabah.

Sedangkan tanggapan responden dengan indikator kualitas teknik dan fungsional dijelaskan tabel berikut:

Tabel. 4.12

Tanggapan Responden berkaitan dengan Indikator Teknis dan Fungsional

Item Pertanyaan	Penilaian				
	SS %	S %	N %	TS %	STS %
1. Bank Riau Kepri adalah bank yang berkualitas dalam teknis dan fungsional	13	54	21	2	
2. Bank Riau Kepri telah memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah	17	67	15	1	
3. Bank Riau Kepri selalu bersikap profesional terhadap nasabah	22	63	14	1	
4. Bank Riau Kepri mengupayakan <i>reliability</i> (akurat,cepat dan tepat) dalam menghadapi kebutuhan nasabah	15	66	18	1	
5. Bank Riau Kepri selalu responsif (<i>emphaty</i>) terhadap keluhan nasabah	15	62	21	2	

Sumber data diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator Teknis dan Fungsional adalah sebagian besar responden menjawab setuju, hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju.

Hal ini diperkuat oleh tanggapan nasabah yang mengatakan bahwa Bank Riau kepri berusaha selalu untuk bersikap profesional terhadap nasabah dan kalau ada keluhan nasabah misalnya pin lupa, kartu atm rusak, kartu hilang maka Bank akan berusaha membantu dan mengatasi keluhan tersebut⁸³.

Bank Riau Kepri yang melakukan program-program CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan, membentuk kesan yang baik, mempunyai banyak nilai lebih dibanding perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, dan juga membuktikan bahwa bank Riau Kepri adalah perusahaan yang baik (*good corporate*), kalau bank mendapat masalah kecil dengan nasabah akan mudah menyelesaikannya. Ini sesuai dengan tanggapan nasabah pada angket yang memberi respon setuju sebanyak 67% terhadap instrumen “Jikalau saya mendapat masalah kecil dengan Bank Riau kepri, saya akan menyelesaikan dengan kekeluargaan dan senantiasa memaklumi”

Nasabah bank yang mempunyai nilai (*value*) yang positif, pengalaman dan kesan yang baik, serta merasakan secara nyata adanya

⁸³ Jaswandi, (Nasabah bank Riau Kepri), *wawancara*, Pekanbaru, tgl 25 april 2013

kualitas dalam teknis dan fungsional terhadap bank yang dapat disimpulkan merasakan pencitraan yang positif tentunya akan merasa bangga, nyaman, tenang, tentram, serta akan tetap percaya menjaga kemitraan terhadap perbankan yang memiliki citra positif tersebut

Penilaian nasabah dengan merasakan pengalaman (*experience*) , kesan yang baik serta nilai - nilai yang sesuai dengan harapan itulah sebagai indikator bahwa citra bank positif. Jadi, jika bank yang memiliki komitmen yang tinggi dalam implementasi CSR secara berkualitas, komprehensif maka akan mendapat *reward* berupa citra yang positif, tetapi jika implementasi CSR hanya sekedarnya, kegiatan *lip service* semata, maka pencitraan yang dikehendaki juga akan kurang maksimal. Komitmen CSR akan berjalan searah pertumbuhan skala pencitraan bank.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pemaparan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan:

1. Bank Riau Kepri telah melakukan CSR dengan baik, program-program CSR yang telah dilakukan Bank Riau Kepri terdiri dari Program sosial dan kemasyarakatan. Yang terdiri dari 2 program, program Mitra Bank Riau Kepri, Program Mitra Bank Riau Kepri sampai tahun 2012 belum dijalankan karena adanya salah persepsi program ini menjadi program dana bergulir. Jadi tahun 2012 adalah tahun untuk mensosialisasikan program ini terlebih dahulu. dan satu lagi program Bank Riau Kepri Peduli, kemudian ada program untuk lingkungan hidup "*Green Office*", program tenaga kerja dan keselamatan kerja, dan terakhir program perlindungan nasabah misalnya program pembinaan nasabah dan pengaduan nasabah.
2. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap citra bank berdasarkan penelitian yang dilakukan adalah ada pengaruh antara Corporate Sosial Responsibility terhadap Citra Bank. Dari angket yang disebarkan kepada 100 nasabah. Rata-rata nasabah menjawab Sangat Setuju atau Setuju terhadap pernyataan yang dibuat. Pengaruh CSR terhadap citra bank adalah Bank Riau Kepri yang melakukan program-program CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan, membentuk kesan yang baik, mempunyai banyak nilai lebih dibanding perusahaan yang hanya berorientasi pada keuntungan, dan juga membuktikan bahwa bank Riau Kepri adalah perusahaan yang baik (*good*

corporate), juga yang penting jikalau bank mendapat masalah kecil dengan nasabah akan mudah menyelesaikannya.

B. Saran

Setelah penulis melakukan Penelitian di Bank Riau Kepri, saran- saran yang penulis rasa berguna

1. Program CSR bank Riau Kepri masih bisa ditingkatkan dan dikembangkan dengan lebih baik, itu terlihat ada penurunan program CSR dari tahun 2012 dibanding tahun 2011. Bank Riau Kepri harus lebih serius dan berusaha dengan lebih baik.
2. Masih banyak dikalangan pegawai Bank Riau Kepri sendiri yang tidak tahu masalah Corporate Sosial Responsibility, jadi diharapkan untuk diadakan seminar-seminar untuk pegawai-pegawai bank Riau Kepri berkaitan dengan tanggung jawab sosial bank.
3. Masih banyak bank Riau Kepri di cabang-cabang yang menyerahkan dana CSR ke Pusat. Tidak mau membuat program—program CSR di daerahnya sendiri. Harusnya bank Riau Kepri di cabang-cabang ikut berpartisipasi dan mengembangkan program-program CSR yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Yusuf CK, *Rahasia Dapat Modal & Fasilitas Dengan Cepat*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2011)
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007)
- Djogo, Tony, *Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, <http://goodcsr.wordpress.com/about/artikel/>, 2005, terakhir diakses 19 Desember 2012
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Cet. ke-2
- Karimi, Ahmad faizin, *Think Different; Jejak pikir reflektif Seputar Intelektualitas, humanitas, dan religiusitas*, (Gresik: MUHI press, 2012)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003)
- Keraf, Sonny, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998)
- Mowen, John C. dan Michael Minor, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Muhammad, Djakfar , *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007)
- Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta:Salemba Diniyah, 2002)
- Naqvi, Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003)
- Raharja, Pratharma, *Uang dan Perbankan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997)
- Rahman, Reza, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009)
- Rudito, Bambang & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2007)

- Ruslan, Rosady, *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006)
- Rusyamsi, Iman, *Asset Liability Management*, (Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 1997)
- Setiadi, Nuroho J , *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003)
- Solihin, Ismail, *Corporate Social Responsibility; From Charity to Sustainability*, (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2009)
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001)
- Suppto, Leo Wisnu, “*CSR ditegaskan menjadi Beban Perseroan*” www.hukumonline.com, terakhir diakses tanggal 20 juni 2013
- Sugiono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), Cet. ke-1
- Untung, Hendrik Budi, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009)
- Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR* (Jakarta: Fascho Publishing, 2007)
- Yusanto, Ismail dan Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*. (Bogor: Al-Azhar Press 2009), h. 165-169.