

PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* (CSR) BANK RIAU KEPRI  
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



OLEH:

MUKHLISHAH  
10943006645

PROGRAM S1  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
2013

## ABSTRAK

### **Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Riau Kepri dalam Meningkatkan Citra Perusahaan**

**Oleh: Mukhlisah**

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomor 40 Tahun 2007. Melalui undang-undang ini, BUMN dan perusahaan-perusahaan industri diwajibkan untuk melaksanakan CSR. Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, sosial dan lingkungan, juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis. Maka lahirlah tuntutan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Sementara itu Bank Riau Kepri sebagai lembaga perbankan juga ikut serta mengambil peran dalam pelaksanaan CSR. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri yang sesuai dengan visi korporasi dan amanat UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, dan dampak pelaksanaan CSR terhadap citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data primer diperoleh dari wawancara, dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi, arsip-arsip berita tentang CSR Bank Riau Kepri, dan peraturan perundang-undangan. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan teori dan pendapat pakar yang relevan, sehingga didapat kesimpulan tentang pelaksanaan CSR yang berkaitan dengan peningkatan citra.

Penelitian dilakukan di Bank Riau Kepri Pekanbaru Cabang Pusat, pada bagian *Corporate Secretary*. Yang menjadi subjek penelitian adalah tim bagian *Corporate Secretary* sebagai pelaksana program CSR, dan objek penelitian adalah pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri dalam meningkatkan citra. Informan penelitian ini sebanyak empat orang. Dan validitas data menggunakan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Riau Kepri konsisten melaksanakan program CSR sejak awal berdiri. Namun terjadi perubahan nama program dan bentuk bantuan seiring dengan perkembangan waktu. Bentuk praktik dari program CSR Bank Riau Kepri disebut DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat). Istilah CSR digunakan hanya dalam pelaporan pertanggung jawaban yakni pada Laporan Triwulan Internal, yang kemudian juga dimuat di Laporan Tahunan. Bank Riau Kepri melaksanakan program DABAMAS (CSR) pada tujuh macam bidang kegiatan yakni, pendidikan, sosial, kesehatan, lingkungan, keagamaan, kepemudaan dan olahraga, dan seni budaya. *Point* penting yang penulis temukan dalam penelitian ini adalah kurangnya pengkomunikasian program DABAMAS (CSR) kepada masyarakat, sehingga penyalurannya kurang merata. Dan diharapkan ke depannya Bank Riau Kepri bisa memanfaatkan media komunikasi untuk mengatasi hal ini. Bentuk kegiatan DABAMAS (CSR) diharapkan variatif ke depannya. Selain itu juga didapati kesimpulan bahwa pelaksanaan DABAMAS (CSR) ini berdampak terhadap citra perusahaan. Terbukti dengan masyarakat mulai mengetahui keberadaan perusahaan, serta terjadi peningkatan jumlah nasabah pasca pelaksanaan program DABAMAS.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas rahmat dan hidayahnya yang senantiasa diimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam juga disampaikan kepada Rasulullah, Nabi Muhammad SAW. Semoga kita mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak. Amiin.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat sumbangsih pikiran, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, ayahanda Darlis dan ibunda Najmah Hanoum. Terima kasih atas cinta, kasih sayang, dan do'a yang diberikan.
2. Saudara-saudara tercinta, Ferry Fitriadi, Danny Wilson, Rolly Martha, Mondri Selvaman, Budi Kurniawan, Oliya Bonevi, dan Joni Mispuansyah yang selalu memberikan dukungan dan banyak bantuan kepada penulis.
3. Ibu Titi Antin, M.Si dan Bapak Toni Hartono, M.Si selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan bimbingan, dan motivasi.
4. Prof. Dr. H. M. Nazir, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. DR. Yasril Yazid M.IS selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

6. Prof. DR. Amril, M.A yang (dulu) juga menjabat sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
7. Bapak DR. Nurdin A. Halim M.A selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Bapak Drs. H. Suhaimi M. Ag selaku Penasehat Akademis.
9. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu dan semangat kepada penulis.
10. Bank Riau Kepri Pekanbaru yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Sahabat-sahabat penulis; Lusia Trisna, Didi Wirayuda, Nafisatun Ni'mah, Rezi Saputri, dan Lina Hemila Sitepu. Terima kasih sudah menemani dan mewarnai hari-hari penulis, dan terima kasih atas segala bantuan yang diberikan selama ini. Semoga Allah SWT membalasnya.
12. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi (B) angkatan 2009, Public Relations A (2009). Terimakasih atas perhatian, kasih sayang, dan bantuannya.

Dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih banyak atas bantuannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Saran dan kritik yang membangun penulis terima dengan segala kerendahan hati.

Pekanbaru, Juli 2013  
Penulis

**Mukhlisah**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	6
C. Penegasan Istilah.....	7
D. Permasalahan.....	8
1. Identifikasi Masalah .....	8
2. Batasan Masalah .....	8
3. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional .....	10
1. Kerangka Teoritis .....	10
a. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	10
b. Citra Perusahaan.....	18
2. Konsep Operasional.....	24
G. Metodologi Penelitian .....	27
1. Metode Penelitian.....	27
2. Lokasi Penelitian .....	28
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	28

4. Sumber Data .....	28
5. Informan Penelitian .....	29
6. Teknik Pengumpulan Data .....	30
7. Validitas Data .....	30
8. Teknik Analisis Data .....	31
H. Sistematika Penulisan .....	32
<b>BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>33</b>
A. Profil Bank Riau Kepri.....	33
B. Profil CSR Bank Riau Kepri.....	43
C. Profil <i>Corporate Secretary (Corsec)</i> Bank Riau Kepri.....	44
<b>BAB III: PENYAJIAN DATA .....</b>	<b>50</b>
A. Pelaksanaan Program CSR.....	51
1. Unit Pengelola dan Pelaksana .....	53
2. Dana Bantuan .....	55
3. <i>Leadership</i> (Kepemimpinan).....	57
4. Transparansi dan Akuntabilitas .....	58
5. Monitoring dan Evaluasi .....	59
6. Keberlanjutan .....	60
7. Hasil Nyata .....	61
B. Dampak CSR dalam Meningkatkan Citra.....	64
1. Penilaian Positif Masyarakat .....	64
2. Peningkatan Jumlah Nasabah .....	68
<b>BAB IV: ANALISIS DATA .....</b>	<b>70</b>
A. Pelaksanaan Program CSR.....	70
1. Unit Pengelola dan Pelaksana .....	72
2. Dana Bantuan .....	74
3. <i>Leadership</i> (Kepemimpinan).....	75
4. Transparansi dan Akuntabilitas .....	75
5. Monitoring dan Evaluasi .....	76

6. Keberlanjutan .....	78
7. Hasil Nyata .....	79
B. Dampak CSR dalam Meningkatkan Citra .....	80
1. Penilaian Positif Masyarakat .....	80
2. Peningkatan Jumlah Nasabah .....	82
<b>BAB IV: PENUTUP .....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Daftar Pemegang Saham Bank Riau Kepri.....	36
Tabel 2.2	Produk Dana Konvensional .....	40
Tabel 2.3	Produk Kredit Konvensional.....	40
Tabel 2.4	Produk Pelayanan Jasa-Jasa .....	41
Tabel 2.5	Produk Dana Syariah .....	42
Tabel 2.6	Produk Pembiayaan Syariah .....	42
Tabel 3.1	Daftar Informan Kunci.....	50
Tabel 3.2	Daftar Informan Pelengkap.....	50
Tabel 3.3	Rekap Dana DABAMAS (2011-2012).....	56
Tabel 3.4	Bidang, Sub Bidang dan Kegiatan CSR Bank Riau Kepri .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses Terbentuknya Citra .....	21
Gambar 1.2	Proses Pembentukan Citra.....	21
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Bank Riau Kepri.....	39
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Divisi Hukum dan <i>Corsec</i> .....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Penunjukan Dosen Pembimbing
2. Surat Izin Riset dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
3. Surat Izin Riset dari KESBANGPOLMAS Pemerintah Provinsi Riau
4. Surat Izin Riset dari Bank Riau Kepri
5. Pedoman Wawancara
6. Rekap Kegiatan DABAMAS Bank Riau Kepri Tahun 2012
7. Dokumentasi (berupa foto-foto kegiatan DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

*Corporate Social Responsibility* menjadi isu penting dalam menjamin kelangsungan hidup dunia usaha saat ini. Dunia usaha tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana perusahaan berada, sehingga pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam mendukung aktivitas bisnisnya. *Corporate Social Responsibility* bukan hanya sekedar pelaksanaan tanggung jawab, tetapi juga menjadi bentuk pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*).

Penerapan *corporate social responsibility* (selanjutnya disingkat CSR) saat ini berkembang pesat termasuk di Indonesia. Hal ini merupakan respon dunia usaha yang melihat aspek lingkungan dan sosial sebagai peluang untuk mensejahterakan masyarakatnya, meningkatkan daya saing, serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko menuju *sustainability* (keberlanjutan) dari kegiatan usahanya. Penerapan kegiatan sosial-moral dengan definisi CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an, dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif yang terintegrasi ke dalam tata cara perusahaan mengoperasikan usahanya.

Dahulu, banyak pemimpin bisnis menolak pemikiran bahwa perusahaan mereka harus mencoba memenuhi tanggung jawab sosial selain menyediakan pekerjaan, memperoleh laba, dan membayar pajak. Sejumlah pakar ekonomi ulung dan pengamat kancas sosial saat itu pun setuju dengan penilaian atas peran terbatas ini. Namun kini jumlah pemimpin bisnis yang menganut pandangan tersebut semakin berkurang, seiring dengan perkembangan standar etika dan komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Implementasi CSR harus menjadi bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba, tetapi juga memiliki kesadaran sosial pada lingkungan sosial dimana perusahaan berada. Pergeseran paradigma CSR dari orientasi *shareholders* (pemegang saham) ke orientasi *stakeholders* (masyarakat) ini, sudah pasti juga menggeser pola CSR yang semula berorientasi ekonomi lalu berubah ke arah sosial.

Di Indonesia, semenjak keruntuhan rezim diktatorat Orde Baru, masyarakat semakin berani untuk beraspirasi dan mengekspresikan tuntutan mereka terhadap perkembangan bisnis dunia. Masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab.

CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas (UUPT) Pasal 74, dijelaskan bahwa industri atau korporasi wajib melaksanakan kewajiban CSR, tetapi bukan sebagai beban yang memberatkan. Sedangkan untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), kewajiban menerapkan CSR diatur tersendiri oleh UU 19/2003 tentang BUMN melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dalam UU ini disebutkan setiap BUMN wajib menyisihkan 1-3 persen dari laba bersih perusahaan untuk (PKBL).

Sedangkan ketentuan tentang sanksi jika Badan Usaha atau korporasi tidak melaksanakan CSR dimuat dalam UU No 25 Tahun 2007 pasal 34:

- 1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:
  - a. peringatan tertulis;
  - b. pembatasan kegiatan usaha;
  - c. pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
  - d. pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.
- 2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pada umumnya, perusahaan yang menjalankan program CSR adalah perusahaan yang kegiatan produksinya berdampak terhadap lingkungan. Karenanya dunia industri sering menjadi tertuduh utama dalam masalah kerusakan lingkungan, terutama dalam pengeksploitasian sumber daya alam. Oleh sebab itu, banyak ditemukan penelitian-penelitian maupun karya ilmiah yang membahas CSR perusahaan yang bergerak di bidang industri.

Terlepas dari hal di atas, bisnis perbankan (lembaga perbankan) pun tidak luput dari tanggung jawab sosial yang harus diemban, karena lembaga ini merupakan lembaga kepercayaan, sehingga dalam menjalankan fungsi perbankan wajib memperhatikan kepentingan nasabah dan kepentingan masyarakat (stakeholders). Apabila diabaikan maka cepat atau lambat bisnis perbankan bisa terpuruk. Jadi, dengan kata lain lembaga perbankan tidak saja memiliki tanggung jawab ekonomi moneter dan menyalurkan dana masyarakat, di luar itu juga ada tanggung jawab etis dan moral.

Bank adalah lembaga keuangan yang merupakan tempat masyarakat menyimpan dana, dilandasi oleh kepercayaan bahwa uangnya akan dapat diperoleh kembali pada waktunya dan disertai imbalan berupa bunga. Hal ini memiliki arti bahwa eksistensi suatu bank sangat tergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap bank, maka akan semakin tinggi pula kesadaran masyarakat untuk menyimpan uang dan menggunakan jasa-jasa bank (Pardede, 1998:1).

Pada hakekatnya Bank Pembangunan Daerah Seluruh Indonesia (BPD-SI) didirikan dengan peran yakni sebagai alat penggerak utama perekonomian daerah dalam menopang pembangunan infrastruktur, UMKM, dan turut memikirkan kondisi sosial masyarakat lokal yang semakin termarginal (semakin miskin). Pendapat awam melihat bahwa ada dua peran yang bertolak belakang yakni, disatu sisi Bank Daerah sebagai alat bisnis untuk kepentingan *shareholders* (pemegang saham) dan di sisi lain sebagai alat sosial.

Dengan memperhatikan kondisi tersebut sudah saatnya BPD seluruh Indonesia wajib menjadikan CSR sebagai “roh” untuk memberi nilai tambah kepada masyarakat setempat. Maka berangkat dari pemahaman di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa BPD perlu peduli terhadap masyarakat lokal (stakeholders) dengan maksud agar tercapai keseimbangan dan kesejahteraan.

Bank Riau Kepri adalah bank BUMD milik Pemerintah Provinsi Riau dan Provinsi Kepulauan Riau yang berkantor pusat di Pekanbaru, Riau. Bank Riau Kepri didirikan sesuai dengan UU No.13 Tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. Sebagai BUMD, Bank Riau Kepri juga melaksanakan CSR sebagaimana ketentuan CSR dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Bank Riau Kepri sepanjang tahun 2012 telah melakukan kegiatan CSR dengan total jumlah dana Rp. 1,1 miliar, yang disalurkan pada :

No	Bidang Kegiatan	Jumlah Bantuan (Rp)
1	Keagamaan	583.380.000
2	Pendidikan	143.050.000
3	Sosial	183.750.000
4	Kesehatan	40.003.000
5	Kepemudaan dan Olahraga	169.000.000
6	Lingkungan	12.750.000
7	Seni dan Budaya	19.500.000
	<b>Total</b>	<b>1.151.433.000</b>

(Sumber: *Annual Report 2012*)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri tersebut, dan implikasinya terhadap citra perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul, **“Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* Bank Riau Kepri dalam Meningkatkan Citra Perusahaan”**.

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

Penelitian dengan judul, “Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* Bank Riau Kepri dalam Meningkatkan Citra Perusahaan” ini, penulis angkat dengan berbagai pertimbangan, antara lain:

1. Permasalahan ini menarik untuk diteliti, karena dengan adanya penelitian ini penulis ingin melihat serta menggambarkan bagaimana jalannya program CSR Bank Riau Kepri, dalam memberikan kontribusi pada kegiatan sosial dan kemasyarakatan di lingkungan sekitarnya.
2. Penulis tertarik pada penelitian ini karena penulis merasa terpanggil untuk memberikan sumbangsih pemikiran dengan melakukan penelitian, untuk mengetahui bagaimana praktik *community relations* dalam konteks pelaksanaan CSR perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya. Dimana praktik ini merupakan salah satu kegiatan yang akan ditemui oleh setiap praktisi PR perusahaan.
3. Penulis merasa mampu untuk meneliti baik dari segi waktu, tenaga, maupun biaya.
4. Sesuai dengan bidang kajian Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations* yang penulis geluti.



## C. Penegasan Istilah

### 1. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah suatu proses tata cara yang harus dilakukan menggunakan rancangan yang tepat (Poerwodarminta, 1997:309).

### 2. Program CSR

Program adalah rancangan mengenai asas-asas serta usaha-usaha (dalam ketatanegaraan, perekonomian, dan sebagainya) yang akan dijalankan (KBBI, 1995:789).

*World Business Council for Sustainable Development* (Asosiasi Global yang khusus bergerak di bidang "pembangunan berkelanjutan") mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* yaitu, "Suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau pun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya" (Wikipedia, 2013).

### 3. Bank Riau Kepri

**Bank Riau Kepri merupakan kelanjutan kegiatan usaha perbankan 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 No. BUM 9-4-45 Tanggal 12 Agustus 1961. Dan berstatus Perseroan Terbatas pada 2003 ([www.bankriaukepri.co.id](http://www.bankriaukepri.co.id), 2013)**

#### 4. Citra Perusahaan

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra perusahaan adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

### **D. Permasalahan**

#### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Bagaimana peran perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program CSR?
- b. Bagaimana peran humas perusahaan dalam mensosialisasikan dan mengelola program CSR?
- c. Bagaimana pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri tahun 2012?
- d. Bagaimana dampak pelaksanaan program CSR terhadap citra perusahaan?

#### **2. Batasan Masalah**

Untuk menghindari lingkup permasalahan menjadi terlalu luas, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri dalam meningkatkan citra perusahaan.

#### **3. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri?
- b. Bagaimana dampak pelaksanaan CSR tersebut terhadap peningkatan citra Bank Riau Kepri?

## **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan dan bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh Bank Riau Kepri.
- b. Untuk mengetahui dampak dari program CSR tersebut terhadap citra Bank Riau Kepri.

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Akademis
  - 1) Untuk menambah wawasan dan pemahaman penulis secara lebih mendalam mengenai teori dan praktik dalam konteks CSR.
  - 2) Sebagai aplikasi dari teori-teori yang penulis peroleh diperkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.
  - 3) Bentuk sumbangsih pemikiran penulis, yang dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan masyarakat dibidang penelitian komunikasi, terutama mengenai program CSR
- b. Kegunaan Praktis
  - 1) Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, UIN SUSKA Riau
  - 2) Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menjalankan dan meningkatkan kualitas program CSR.
  - 3) Sebagai masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan atau referensi terkait tema penelitian ini

## **F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional**

### **1. Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis memuat teori-teori yang akan mempermudah menjawab permasalahan dalam teori. Dari kerangka teoritis inilah konsep operasional dirumuskan dan untuk mempermudah pelaksanaan penelitian di lapangan (Rahmat, 1996:220).

Kerangka teori merupakan landasan yang berguna sebagai pendukung pemecah masalah. Karena itu perlu disusun sebuah kerangka yang memuat pokok-pokok pikiran dari suatu permasalahan dan juga mencakup sudut pandang dalam menyoroti masalah penelitian (Nawawi, 1993:6)

#### **a. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Dalam perkembangannya, konsep CSR memang tidak memiliki definisi tunggal. Ini terkait implementasi dan penjabaran CSR yang dilakukan perusahaan yang juga berbeda-beda. Namun, beberapa definisi yang cukup berpengaruh diantaranya:

##### Versi Bank Dunia:

*"CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development."*

##### Versi Uni Eropa:

*"CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on voluntary basis."*

Kotler dan Lee (dalam Ismail Solihin, 2011) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

*“Corporate social responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources”.*

Yang artinya, tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik, dan berkontribusi sebagian sumberdaya perusahaan.

Sebagaimana yang dikemukakan Menteri Lingkungan Hidup, Rachmat Witoelar pada Seminar Sehari “*A Promise of Gold Rating Sustainable CSR*”, CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni berusaha untuk menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya (Rachmat Witoelar, 2006, [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id)).

Terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam pelaksanaan CSR. *Pertama*, adalah kesinambungan. Program yang dirancang harus memiliki dampak yang berkelanjutan. *Kedua*, CSR program jangka panjang. Perusahaan harus menyadari bahwa eksistensi perusahaan dapat bertahan dengan baik bila mendapat dukungan dari lingkungan sekitarnya. Karena itu, CSR sebaiknya dilakukan sebagai bentuk program jangka panjang dan dalam skala yang tidak terbatas. *Ketiga*, CSR mesti berdampak positif terhadap masyarakatnya, baik dari segi kelestarian lingkungan, ekonomi, dan sosial.

CSR didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah (3P) *Triple Bottom Lines* yakni (Putra, 2012):

- 1) *Profit*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR, seperti pemberian beasiswa, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal.
- 3) *Planet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan kelanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman penduduk.

Pergeseran paradigma CSR dari *shareholders orientation* ke *stakeholders orientation*, merupakan dampak dari industrialisasi yang semakin luas. Dengan adanya pergeseran paradigma tersebut, tentunya turut menggeser pola CSR dari nilai ekonomi berubah ke arah sosial.

Teori Legitimasi dan Teori Stakeholder memberikan kerangka dasar pola pikir atas pergeseran paradigma tersebut. Pada Teori Legitimasi, Gray (1996) berpendapat bahwa esensi teori ini menjelaskan bahwa untuk menjamin dan menjaga “keberpihakan” (legitimasi) *stakeholders* internal maupun eksternal, perusahaan perlu menjamin *congruence*-si antara keberadaan dan tujuan perusahaan terhadap pengharapan *stakeholders*(Nor, 2011:88).

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut eksistensinya, jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori ini menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitasnya dapat diterima oleh masyarakat. Adanya penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan

Berdasarkan pergeseran paradigma tadi, selain teori Legitimasi dikenal pula Teori Stakeholders sebagai landasan teoritis pelaksanaan CSR. Dimana Freeman (1984) menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial pada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terkena dampak dari kegiatan atau aktivitas perusahaan (Hadi, 2011:93).

Menurut Frederick Davis Post (dalam Panji Subakti, 2008), terdapat dua gagasan mengenai CSR yang kemudian menjadi *Fundamental Principle of Corporate Social Responsibility*, yaitu:

- 1) *Charity Principle*, yaitu tanggung jawab sosial yang bersifat donasi atau sumbangan. Dalam teori ini, perusahaan dapat menyalurkan bantuan sukarela kepada mereka yang membutuhkan. Contohnya, melalui program beasiswa, perawatan kesehatan gratis, pembangunan sarana dan prasarana, bantuan bagi korban bencana alam dan lainnya.
- 2) *Stewardship Principle*, perusahaan menempatkan dirinya sebagai *trustee*, yakni perusahaan harus bertindak dengan mempertimbangkan kepentingan semua anggota masyarakat yang berkaitan dengan operasi korporat. Perusahaan tidak memberikan donasi atau sumbangan, tetapi *concern* kepada hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan bisnis perusahaan, seperti mentaati peraturan pemerintah, melakukan pengendalian atas sumberdaya yang dapat mempengaruhi publik secara fundamental.

Penerapan CSR di perusahaan selain bentuk pembinaan hubungan baik dengan masyarakat, juga mampu menciptakan iklim saling percaya, serta dapat menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Para *stakeholder* terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, karena dapat meningkatkan pasar dan keunggulan kompetitif.



Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik tersendiri terhadap tanggung jawab sosialnya. Menurut Susiloadi (2008), model atau pola CSR yang paling umum diterapkan di Indonesia adalah:

- 1) CSR dilaksanakan langsung oleh perusahaan.

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung kepada masyarakat tanpa perantara.

- 2) CSR dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan.

Perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi yang berada dibawah naungan perusahaan dan tetap bertanggung jawab kepada dewan direksi. Dimana perusahaan menyediakan dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional.

- 3) CSR dengan bekerja sama atau bermitra dengan pihak lain.

Untuk menyelenggarakan CSR, perusahaan bekerjasama dengan pihak lain seperti, pemerintah, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), perguruan tinggi, organisasi-organisasi sosial, maupun lembaga konsultan yang biasa menangani kegiatan sosial.

- 4) Perusahaan bergabung dalam konsorsium untuk menjalankan CSR secara bersama-sama.

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial.

Kotler dan Lee (dalam Putra, 2012), mengidentifikasi enam pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas sebagai wujud komitmen dari tanggung jawab sosial perusahaan. Keenam inisiatif sosial tersebut antara lain:

1) *Cause Promotion*

*Cause Promotion* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan menyediakan dana, kontribusi, atau sumber daya perusahaan lainnya untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap sebuah permasalahan sosial, atau mendukung penggalangan dana, partisipasi, serta melakukan rekrutmen relawan untuk permasalahan tertentu.

2) *Cause-Related Marketing*

*Cause-Related Marketing* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan berkomitmen dalam memberikan kontribusi atau memberikan beberapa persen dari pendapatan untuk donasi bagi permasalahan sosial berdasarkan penjualan produk (keuntungan penjualan).

3) *Corporate Social Marketing*

*Corporate Social Marketing* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan mendukung pembangunan dan atau implementasi terhadap perubahan tingkah laku yang bertujuan meningkatkan kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan komunitas.

4) *Corporate Philanthropy*

*Corporate Philanthropy* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan memberikan kontribusi untuk amal, biasanya berupa uang tunai dan donasi. Pada umumnya inisiatif ini memilih permasalahan yang merefleksikan area prioritas perusahaan kemudian memilih penerima kontribusi yang biasanya adalah organisasi nonprofit, yayasan, sekolah, dan sektor publik lainnya.

5) *Community Volunteering*

*Community Volunteering* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan, mitra kerja, dan anggota *franchise* untuk menyumbangkan waktu untuk mendukung komunitas lokal organisasi dan atau permasalahan tertentu. Dukungan perusahaan dapat berupa pemberian dana amal dimana karyawan menghabiskan waktu sebagai relawan, penghargaan untuk layanan, dan mengorganisir tim untuk mendukung perkara tertentu dalam komunitas.

6) *Socially Responsible Business Practices*

*Socially Responsible Business Practices* adalah inisiatif sosial dimana perusahaan bebas untuk mengadopsi dan menentukan praktik bisnis dan investasi yang mendukung permasalahan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan.

## **b. Citra Perusahaan**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995:192) citra memiliki arti: (1) rupa, gambar, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan lain sebagainya.

Soemirat dan Ardianto (2008) menjelaskan bahwa efek kognitif dari komunikasi sangat memengaruhi proses pembentukan citra. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku, tetapi cenderung memengaruhi cara kita mengorganisasikan citra.

Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (image). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

### 1) Citra bayangan (mirror image)

Citra yang melekat pada *internal* atau anggota organisasi, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasi. Atau dengan kalimat lain citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam (organisasi) mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.

### 2) Citra yang berlaku (current image)

Suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3) Citra yang diharapkan (wish image)

Suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra harapan lebih menyenangkan dari pada citra yang ada walaupun dalam kondisi tertentu

4) Citra perusahaan (corporate image)

Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan sekedar citra atas produk dan pelayanan saja. Citra perusahaan ini dapat terbentuk dari banyak hal, salah satunya yaitu sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang.

5) Citra majemuk (multiple image)

Banyaknya jumlah pegawai, cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sesuai dengan organisasi atau perusahaan (Nurjaman dan Umam, 2012:125-126).

Dalam News Of PERHUMAS (2004) disebutkan, bagi suatu perusahaan, reputasi dan citra korporat merupakan aset yang paling utama dan tak ternilai harganya. Oleh karena itu segala upaya, daya dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat serta menumbuhkembangkannya. Beberapa aspek pembentuk citra dan reputasi perusahaan antara lain: kemampuan finansial, mutu produk dan pelayanan, fokus pada pelanggan, keunggulan dan kepekaan SDM, *reliability*, inovasi, tanggung jawab lingkungan, tanggung jawab sosial, dan penegakan *Good Corporate Governance* (M. Badri, 2009).

Sedangkan Shirley Harrison (1995) mengemukakan empat elemen informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan, antara lain:

1) *Personality*

Yaitu keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik, seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

2) Reputasi

Yaitu hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik berdasarkan pengalaman sendiri, maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.

3) *Value*

yaitu nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan, atau disebut juga dengan budaya perusahaan. Seperti, sikap manajemen dan karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

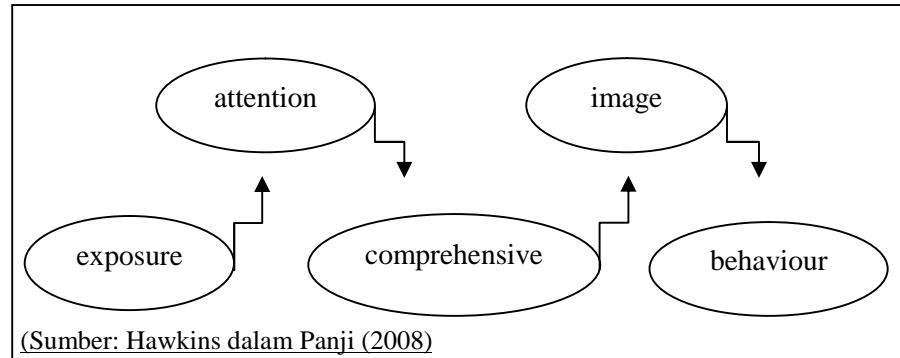
4) *Corporate Identity*

Yaitu komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik terhadap perusahaan. Seperti logo, dan slogan, dan warna identitas perusahaan.

Sebagaimana yang dikemukakan Rhenald Kasali, pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna (2005:28).

Proses terbentuknya citra menurut Hawkins (dalam Panji, 2008) adalah sebagai berikut:

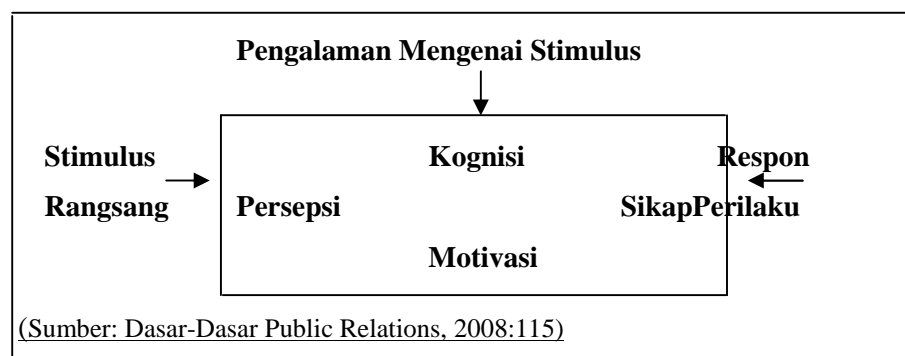
**Gambar 1.1 Proses Terbentuknya Citra**



Berdasarkan gambar di atas, terbentuknya citra perusahaan berlangsung pada beberapa tahapan. *Pertama*, obyek mengetahui (melihat/mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra. *Kedua*, obyek memperhatikan upaya perusahaan tersebut. *Ketiga*, setelah adanya perhatian, obyek mencoba memahami upaya perusahaan. *Keempat*, terbentuknya citra perusahaan pada obyek, dan *kelima* citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku obyek dalam hubungannya dengan perusahaan.

Jhon S. Nimpoeneo merumuskan proses pembentukan citra dalam struktur kognitif sebagai berikut:

**Gambar 1.2 Proses Pembentukan Citra**



Pada model pembentukan citra yang dijelaskan oleh Jhon S. Nimpoeneo di atas (Gambar 1.2), menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar, diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Jika rangsang ditolak, proses selanjutnya tidak akan berjalan. Sebaliknya, jika rangsang diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan perhatian, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap, diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut. *Persepsi*, berarti individu akan memberikan makna terhadap rangsang. Kemampuan mempersepsi dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Lalu *kognisi*, kognisi atau keyakinan diri individu terhadap stimulus ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut. Karena itulah individu-individu harus diberikan informasi yang cukup untuk mempengaruhi perkembangan kognisinya. Dan pada akhirnya, *motivasi* dan *sikap* akan menggerakkan respons seperti yang diinginkan pemberi rangsang.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, dan perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan atau lembaga di benak publiknya, dibutuhkan suatu penelitian. Melalui penelitian, perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap lembaganya.



Kotler dan Lee (2005) (dalam Solihin, 2011) mengatakan bahwa:

*“CSR memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan. Karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan pemerintah, maka pemerintah dan masyarakat pun akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka”*

Tidak jauh berbeda, Wibisono (2007) pun berpendapat sama bahwa, perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumberdaya alam yang strategik dan *sustainable*, akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat.

Citra positif ini menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis. Jadi, program CSR bukan hanya merupakan *cost center* melainkan bisa menjadi *profit center*. Karena CSR merupakan sebuah bentuk investasi yang akan dirasakan manfaatnya dimasa yang akan datang.

Dengan citra positif yang datang dari masyarakat, tentunya perusahaan berharap mendapat dukungan dari masyarakat. Untuk itu, agar program CSR benar-benar memberikan kontribusi yang baik dan tidak sia-sia, maka sebaiknya program CSR harus selalu diawasi dan dievaluasi pelaksanaannya.

### **c. Unsur Citra**

#### **1. Citra Positif**

Citra humas yang ideal adalah sebuah kesan baik yang ditunjukkan publik kepada organisasi, perusahaan, instansi maupun individu lainnya. Kesan yang benar itu sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Citra positif sendiri berakar dari kepercayaan publik terhadap apa yang telah kita lakukan.

#### **2. Citra Negatif**

Citra negatif adalah kebalikan dari citra positif. Citra negatif adalah sebuah kesan yang buruk, imbas dari hal negatif yang telah dilakukan organisasi atau instansi yang ditunjukkan publik kepada organisasi maupun instansi tersebut, bisa berupa pesan langsung atau tidak langsung (M. Linggar, 2001: 69).

### **2. Konsep Operasional**

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teoritis. Dilatar belakangi kerangka teoritis sebelumnya, selanjutnya penulis merumuskan konsep operasional sebagai tolak ukur dalam penelitian.

Dalam penelitian ini permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Indikator untuk mengukur pelaksanaan program CSR antara lain:

a. Pelaksanaan Program CSR

Menjelaskan bagaimana pelaksanaan program yang telah dilakukan. Hal ini meliputi beberapa hal berikut:

- 1) Unit pelaksana dan pengelola, yakni pihak internal perusahaan yang terlibat dan bertanggung jawab atas pelaksanaan program CSR.
- 2) Dana Bantuan, meliputi informasi yang menerangkan sumber dana bantuan, dan pengalokasian dana. Informasi yang menerangkan sumber dana bantuan.
- 3) *Leadership* (kepemimpinan), yakni dukungan dari *top management*. Karena program CSR dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *top management* perusahaan. Dan kesadaran *top management* (peran serta) untuk melakukan aktivitas kedermwanaan sosial (dasar program CSR).
- 4) Transparansi dan Akuntabilitas, yakni terdapat laporan pertanggungjawaban yang dibuat perusahaan terkait dengan praktik CSR yang telah dilakukan
- 5) Monitoring dan Evaluasi, yang bertujuan untuk memastikan perencanaan yang telah ditentukan dapat berjalan dengan baik, maka perusahaan perlu menerapkan mekanisme *monitoring* dan evaluasi secara teratur dan berkala.

#### 6) Keberlanjutan

Keberhasilan program CSR dapat dinilai dari keberlanjutan programnya. Dari segi inisiatif misalnya, tanpa adanya peran perusahaan, masyarakat dapat tetap dapat berjalan secara mandiri.

#### 7) Hasil Nyata

Secara praktis, program CSR dapat dikatakan berhasil apabila memberikan hasil nyata (bagi masyarakat dan perusahaan). Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri pada ke tujuh bidang bidang program, yaitu bidang pendidikan, sosial, kesehatan, lingkungan, keagamaan, kepemudaan dan olahraga, dan seni budaya.

#### b. Dampak CSR dalam Meningkatkan Citra

##### 1) Penilaian positif dari masyarakat

Apabila pelaksanaan CSR berjalan baik dan manfaatnya dirasakan oleh masyarakat, maka perusahaan akan mendapatkan penilaian positif dari masyarakat. Dan berujung pada peningkatan citra perusahaan.

##### 2) Peningkatan jumlah nasabah

Setelah masyarakat memberikan penilaian positif kepada perusahaan, maka masyarakat akan menunjukkan kepercayaan dan kerjasama terhadap perusahaan. Sebagai lembaga perbankan Bank Riau Kepri mengharapkan bentuk kerjasama ini dengan bergabungnya masyarakat sebagai nasabah.

Sedangkan indikator untuk mengukur citra perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Citra diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian masyarakat tentang perusahaan
- b. Landasan citra berakar dari nilai-nilai kepercayaan, rasa senang, dan dukungan kepada perusahaan
- c. Citra pada akhirnya menghasilkan pendapat, sikap atau perilaku
- d. Adanya kerjasama dan toleransi masyarakat terhadap perusahaan
- e. Masyarakat siap membela (loyal dan bermitra) dengan perusahaan
- f. Citra adalah prestasi kerja yang hendak dicapai perusahaan.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana peneliti berusaha menggambarkan, meringkas berbagai situasi dan kondisi atau fenomena yang ada yang menjadi objek penelitian. Format deskriptif kualitatif dianggap tepat digunakan untuk meneliti masalah yang membutuhkan studi mendalam, seperti studi tingkah laku konsumen, efek media, dan implementasi suatu kebijakan (Bungin, 2010:69).

Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada seperti wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2004:5).

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan pada Bank Riau Kepri (Cabang Pusat) Pekanbaru yang berlokasi di jalan Jenderal Sudirman No 377 Pekanbaru.

## **3. Subjek dan Objek Penelitian**

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah tim bagian *Corporate Secretary* Bank Riau Kepri yang terlibat dalam pengelolaan kegiatan CSR. Dan objek penelitiannya adalah pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri dalam meningkatkan citra perusahaan.

## **4. Sumber Data**

Sumber data yang dibutuhkan diperoleh melalui dua cara yaitu:

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2003:132). Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya adalah hasil wawancara penulis dengan informan, kemudian hasil observasi.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (dihasilkan atau digunakan) oleh pihak lain yang bukan pengolahnya, tapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Ruslan, 2003: 132). Dalam penelitian ini yang menjadi data sekundernya adalah dokumentasi atau arsip-arsip serta berita tentang pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri.

## 5. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi tentang objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain, yang memahami objek penelitian (Bungin, 2010:76).

Dalam memilih informan penulis menggunakan teknik *purposive* dimana informan diambil dengan berdasarkan pertimbangan subyektif peneliti, karena berdasarkan posisi jabatan informan berkaitan secara langsung dengan penelitian ini (Subagyo, 1999: 31).

### a. Informan Kunci

Dalam penelitian ini informan kunci yang penulis pilih sebanyak empat orang, terdiri dari satu orang Pimpinan Bagian *Corporate Secretary*, satu orang Pimpinan Seksi *Corporate Secretary*, dan dua orang staf bagian *Corporate Secretary* yang menangani pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri. Keempat informan tersebut dianggap kredibel dan memahami informasi tentang CSR Bank Riau Kepri.

### b. Informan Pelengkap

Dan yang menjadi informan pelengkap dalam penelitian ini adalah tiga orang penerima CSR Bank Riau Kepri guna mengukur citra perusahaan. Ketiga penerima bantuan tersebut adalah Abdul Rahman pengurus mesjid Al-Amin, Jeni Septriani panitia acara Milad Satu Dasawarsa Psikologi UIN SUSKA Riau tahun 2012, dan Romi Saputra panitia acara Sigma Music. Ketiga informan ini menerima dana DABAMAS Bank Riau Kepri tahun 2012.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data digunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### a. Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara secara terarah dan mendalam dengan pihak *corporate secretary* atau staf Bank Riau Kepri yang bertugas menangani program CSR, guna memperoleh informasi yang lengkap, tepat, dan akurat.

### b. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung peristiwa atau kejadian pada objek yang diteliti melalui cara yang sistematis, yang kemudian dilakukan pencatatan.

### c. Dokumentasi atau Studi Kepustakaan

Dokumentasi yaitu memperoleh data dengan cara mencatat dan mengumpulkan data dari Bank Riau Kepri, seperti sejarah perusahaan, personalia, bentuk program CSR, untuk melengkapi data penelitian. Penulis juga akan membaca dan mempelajari literatur kepustakaan yang berhubungan dengan CSR dan peningkatan citra perusahaan.

## 7. Validitas Data

Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan keabsahan data. Validitas data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu Triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang



memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2004: 330-331). Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi data dengan narasumber, yaitu membandingkan hasil wawancara antara informan yang satu dengan informan lainnya. Hingga pada akhirnya diperoleh data yang akurat.

## **8. Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisis data penulis menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan strategi analisis deskriptif. Dimana peneliti akan menggambarkan proses berlangsungnya fenomena sosial, dan menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses dari fenomena sosial tersebut (Bungin, 2010:153).

Menurut Moleong (2004), langkah-langkah analisis data kualitatif mengandung tiga kegiatan yang saling terkait. Yang *pertama* adalah mereduksi data, yaitu suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

Yang *kedua* adalah menampilkan data, yakni pada proses ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar variabel. Dan yang *ketiga* adalah mengambil kesimpulan dan verifikasi data. Data yang diperolehnya sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti menjadi jelas untuk dibuat suatu kesimpulan dan dilakukan verifikasi data.

## **H. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan: latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan yang mencakup rumusan dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan kajian terdahulu, kerangka teoritis dan konsep operasional, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan secara umum tentang perusahaan yang menjadi objek penelitian, yang memuat sejarah singkat, visi dan misi, nilai-nilai perusahaan, produk dan layanan perbankan, dan struktur organisasi perusahaan.

### **BAB III : PENYAJIAN DATA**

Berisi penyajian data yang penulis peroleh dari wawancara langsung, observasi, dan dokumentasi.

### **BAB IV : ANALISA DATA**

Bab ini menguraikan hasil penelitian serta pembahasannya

### **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Profil Bank Riau Kepri**

##### **1. Sejarah Singkat Perusahaan**

Bank Riau didirikan sesuai dengan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. Terhitung pada 1 April 1966 secara resmi kegiatan Bank Pembangunan Daerah Riau dimulai dengan status sebagai Bank Milik Pemerintah Daerah Riau. Status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau disesuaikan dengan Peraturan Daerah No.14 tahun 1992 tentang BPD Riau berdasarkan Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan (*Annual Report 2012*, hlm:7).

Selanjutnya Bank Pembangunan Daerah Riau disetujui berubah status dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) sesuai hasil Keputusan RUPS tanggal 26 Juni 2002 yang dibuat oleh notaris Ferry Bakti, SH dengan Akta No 33, kemudian ditetapkan dengan Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2002 tanggal 26 Agustus 2002 dan diundangkan dalam Lembaran Daerah Provinsi Riau Tahun 2002 No 50.

Sesuai keputusan RUPSLB tanggal 26 April 2010, telah dilakukan perubahan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Riau menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri yang disingkat PT. Bank Riau Kepri setelah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan HAM RI melalui keputusan No. AHU-36484.AH.01.02 Tahun 2010 tanggal 22 Juli 2010

dan Surat Direktur Jenderal Administrasi Hukum Umum Direktur Perdata No. AHU.2-AH.01.01-6849 tanggal 25 Agustus 2010, serta persetujuan dari Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/59/KEP.GBI/2010 tanggal 23 September 2010 (*Annual Report* 2012, hlm:7).

Peresmian peralihan nama Bank Riau menjadi Bank Riau Kepri dilaksanakan pada 13 Oktober 2010, di Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Dan Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) masuk ke dalam kepemilikan saham Bank Riau Kepri. Saham bank ini 100% dimiliki oleh Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota se Provinsi Riau, dan Kepulauan Riau.

Diilhami oleh latar belakang alam dan masyarakat Riau dan Kepri yang sangat dekat dengan kehidupan air, ide dasar *corporate identity* (logo) Bank Riau Kepri adalah “Tiga Layar Berkembang”. Layar berkembang merupakan interpretasi dari: simbol kedaerahan (Riau) yang khas, semangat menjaga keteguhan (dalam keimanan), terjaganya keutuhan dalam kesatuan identitas, dan kesiapan mengarungi perjalanan (Arsip *Corsec* Bank Riau Kepri).

“Tiga Layar Berkembang” adalah ambang dari filosofi “Teguh, Utuh, dan Tumbuh”. Idealisme Bank Riau Kepri dalam setiap aktivitasnya.

- a. Teguh, melambangkan representasi sesuatu yang kuat, kokoh, dan tidak mudah goyah.
- b. Utuh, yakni menggambarkan keterpaduan antara beberapa unsur yang menyatu sehingga menjadikan “Utuh” dan solid dalam satu energi.

- c. Tumbuh, berarti Bank Riau Kepri terus “Tumbuh”, maju, progresif, dan dinamis.

## 2. Visi Bank Riau Kepri

Visi Bank Riau Kepri adalah sebagai perusahaan perbankan yang mampu berkembang dan terkemuka di daerah, memiliki manajemen yang profesional, dan mendorong pertumbuhan perekonomian daerah sehingga dapat memberdayakan perekonomian rakyat.

## 3. Misi Bank Riau Kepri

- a. Sebagai Bank “sehat”, elit, dan merakyat
- b. Sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah
- c. Sebagai pengelola dana pemerintah daerah
- d. Sebagai sumber pendapatan daerah
- e. Sebagai pengembang, dan pendamping usaha kecil dan menengah

## 4. Nilai-Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan Bank Riau Kepri adalah, “*Membangun Kepercayaan dan Orientasi Nasabah*”, yang direalisasikan pada:

- a. Pencapaian dan Orientasi Kerja Tim
- b. Keperluan untuk Wirausaha dan Inovasi *Marketing*
- c. Berorientasi pada Pengetahuan dan Belajar Berkesinambungan
- d. Bertanggung Jawab untuk Standar Kualitas dan Hasil Bisnis
- e. Menanamkan Prinsip GCG (*Good Corporate Governance*)
- f. Analisa dan Orientasi Keterampilan Pemecahan Masalah
- g. Mendukung Menjadi Manusia Berkompetensi

- h. Indikator Kinerja Kunci Berdasarkan *Balanced Score Card*
- i. Mendidik Nasabah Menjadi Nasabah Setia
- j. Keinginan untuk Mencapai *Bank Regional Champion*
- k. Menajamkan Kompetensi Inti
- l. Mengimplementasikan *Strategy* berdasarkan *Resource Based View* dan berdasarkan Keunggulan Efektif

5. Pemegang Saham Bank Riau Kepri

**Tabel 2.1**  
**Daftar Pemegang Saham Bank Riau Kepri**

No	Pemegang Saham	Kepemilikan Saham (%)
1	Pemerintah Provinsi Riau	48,27
2	Pemerintah Kota Pekanbaru	1,37
3	Pemerintah Kabupaten Kampar	12,72
4	Pemerintah Kabupaten Bengkalis	11,13
5	Pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu	0,77
6	Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir	3,39
7	Pemerintah Kabupaten Siak Sri Indrapura	3,81
8	Pemerintah Kota Dumai	0,63
9	Pemerintah Kabupaten Pelalawan	3,37
10	Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu	1,02
11	Pemerintah Kabupaten Rokan Hilir	3,42
12	Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi	1,54
13	Pemerintah Kabupaten Bintan	2,67
14	Pemerintah Kota Batam	0,85
15	Pemerintah Kabupaten Karimun	0,87
16	Pemerintah Kabupaten Natuna	2,20
17	Pemerintah Kota Tanjung Pinang	1,01
18	Pemerintah Kabupaten Lingga	0,36
19	Pemerintah Kabupaten Meranti	0,60
	<b>Total</b>	<b>100%</b>

(Sumber: Corsec Bank Riau Kepri)

## 6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu bentuk rangkaian yang mewujudkan pola tetap hubungan kerja maupun orang-orang yang mewujudkan kedudukan wewenang dan tanggung jawab masing-masing. Oleh karena itu struktur organisasi sangat penting bagi suatu perusahaan atau instansi.

Demi kelancaran visi dan misinya, Bank Riau Kepri membentuk suatu struktur organisasi yang terdiri dari berbagai bagian yang saling berhubungan satu sama lainnya serta menjalin kerjasama yang baik. Adapun bentuk atau bagian dari struktur organisasi (dari jabatan tertinggi sampai ke jabatan terendah) tersebut adalah:

### 1. Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Fizan Zailani Noor\*

Dewan Komisaris : Drs. H. A. Rivaie Rachman

Dewan Komisaris : Chairisman Rasahan

Dewan Komisaris : H. Sarjono Amnan

### 2. Direksi

Dir. Dana dan Jasa : Nizam, SE

Dir. Kredit & Syariah : H. Afrial Abdullah

Dir. Operasional : H. Wan Marwan, SE

### 3. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Surian A. Zanral\*

Anggota : H. Zulkarnaen\*

d. Pejabat Eksekutif (Pimpinan Divisi)

Pindiv Hukum dan Corporate Secretary	: H. Ilyas, SH
Pindiv Unit Usaha Syariah	: H. Yumadris, SE
Pindiv Teknologi dan Sistem Informasi	: Irfan Budiman, S.Kom
**Pgs Pindiv Operasional	: Bambang Harianto
**Pgs Pindiv Umum	: Edi Muhardi
Pindiv Manajemen Resiko	: Frans Zahrul Dinel, SE
Pindiv SKAI	: Afrijon Rauf, SE
**Pgs Pindiv Human Capital	: H. Hendra Buana
Pindiv Kepatuhan	: Eka Afriadi, SE. Ak
Pindiv Perencanaan Strategis	: Syahrul, SE, MM
Pindiv Konsumer & Mikro	: Said Syamsuri, SE
Pindiv Produk dan Jasa	: Drs. H. Syamsul Bakri
Pindiv Treasury & Internasional	: Andi Mulya, SE
Pindiv Penanganan Kredit Bermasalah	: H. Zammeibar Kahar, SE
Pindiv Komersial	: Rizali Effendi, SE

(Sumber: Wahyudi Gustiawan, *Pinbag Corsec*)

Keterangan:

\*dalam uji *fit and proper test* Bank Indonesia

\*\* Pgs : Pengganti Sementara

Saat ini Bank Riau Kepri telah memiliki 19 Kantor Cabang, 35 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kedai, 24 Kantor Kas, 4 buah butik, 50 unit Layanan Syariah, 3 *Payment Point*, 2 Kas Keliling/Oto Banking, dan 120 ATM yang tersebar di Provinsi Riau dan Kepulauan Riau.



**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Bank Riau Kepri**

## 7. Produk dan Layanan Perbankan Bank Riau Kepri

### a. Konvensional

#### 1) Produk Dana

**Tabel 2.2**  
**Produk Dana Konvensional**

<b>No</b>	<b>Produk Dana</b>
1	Giro Rupiah dan Giro Valas
2	Tabungan Simpeda
3	Tabungan Sinar
4	Tabungan Sinar Belia
5	Tabungan Sinar Pendidikan
6	Tabungan Sinar Delima
7	Deposito Berjangka Rupiah dan Deposito Berjangka Valas

(Sumber: *Annual Report 2012*, hlm:189)

#### 2) Produk Kredit

**Tabel 2.3**  
**Produk Kredit Konvensional**

<b>No</b>	<b>Produk Kredit</b>
1	Kredit Karya Prima
2	Kredit Niaga Prima
3	Kredit Bina Prima
4	Kredit Pinjaman Daerah
5	Kredit Pengusaha Kecil
6	Kredit Ketahanan Pangan
7	Kredit BPD Peduli
8	Kredit Aneka Agunan
9	Kredit Kendaraan Bermotor
10	Kredit Pemilikan Rumah
11	Kredit MAP

12	KPKM
13	Kredit Subsidi BBM
14	Kredit Pinjaman Modal

(Sumber: *Annual Report*2012, hlm:189)

3) Produk Pelayanan Jasa-Jasa

**Tabel 2.4**  
**Produk Pelayanan Jasa-Jasa**

No	Pelayanan Jasa-Jasa
1	Kiriman Uang dalam Bentuk Rupiah dan Valuta Asing
2	Western Union
3	Money Changer
4	Inkaso
5	Jaminan Bank
6	Referensi Bank
7	Kliring
8	RTGS
9	Pembayaran Telepon
10	Pembayaran Pensiun
11	Fasilitas ATM
12	Kartu Kredit Bank Riau Visa

(Sumber: *Annual Report*2012, hlm:189)

b. Syariah

1) Produk Dana

**Tabel 2.5**  
**Produk Dana Syariah**

<b>No</b>	<b>Produk Dana</b>
1	Tabungan iB Sinar
2	Tabungan iB Dhuha
3	Tabungan iB Sinar Belia
4	Tabungan iB Sinar Delima
5	Tabungan iB Sinar Pendidikan
6	Giro iB Wadiah
7	Giro iB Mudharabah
8	Deposito iB Syariah

(Sumber: *Annual Report*2012, hlm:189)

2) Produk Pembiayaan

**Tabel 2.6**  
**Produk Pembiayaan Syariah**

<b>No</b>	<b>Pembiayaan</b>
1	Pembiayaan Rekening Koran Syariah
2	Pembiayaan Musyarakah
3	Pembiayaan iB Mitra Swadaya
4	Pembiayaan Ijarah
5	Pembiayaan Itishna'
6	Pembiayaan Pemilikan Rumah Syariah
7	Pembiayaan Kendaraan Bermotor Syariah
8	Pembiayaan Aneka Guna Syariah
9	Qardh
10	Rahn Emas

(Sumber: *Annual Report*2012, hlm:189)

**B. Profil CSR Bank Riau Kepri**

1. Visi CSR Bank Riau Kepri

Yaitu sebagai program kerja yang mampu menjalankan amanah perusahaan dalam tugas dan tanggung jawab mengelola program CSR dengan mendukung terciptanya masyarakat yang peduli terhadap lingkungan, sosial dan ekonomi yang berkelanjutan, perlindungan nasabah, serta ketenagakerjaan (*Annual Report 2012*, hlm: 169).

## 2. Misi CSR Bank Riau Kepri

Melalui program CSR, misinya adalah berperan aktif dalam:

- a. Meningkatkan Lembaga Keuangan Mikro, Pelaku Usaha Kecil dan Menengah, agar menjadi tangguh dan mandiri
- b. Memberdayakan, memperbaiki, mengembangkan, dan meningkatkan kondisi sosial masyarakat
- c. Membangun sikap peduli terhadap lingkungan dan alam
- d. Menggiatkan program Keselamatan Kerja, Kesehatan dan Persamaan Gender Ketenaga Kerjaan
- e. Menggencarkan program melindungi nasabah (*Annual Report 2012*, hlm: 170).

## 3. Strategi dan Kebijakan CSR Bank Riau Kepri

Secara internal, program CSR dimaksudkan untuk mendorong budaya kerja perusahaan yang lebih bertanggung jawab dalam melaksanakan aktivitas bisnis, sehingga pada akhirnya dunia usaha dapat bertahan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Secara eksternal, program CSR diharapkan dapat membentuk dan menciptakan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan

menciptakan dan melibatkan semangat semua pihak secara terus menerus dalam bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan yang lebih maju dan sejahtera (*Annual Report* 2012, hlm: 170).

#### 4. Prinsip Pengelolaan Strategi dan Kebijakan CSR Bank Riau Kepri

- a. *Accountability*, yaitu pencapaian sasaran baik kejelasan fungsi, pelaksanaan, hingga pertanggungjawaban pengelolaan dana maupun manfaat dari program CSR agar dapat terlaksana secara efektif.
- b. *Transparency*, yaitu segala proses pengambilan putusan dalam mengemukakan ketentuan dan informasi baik tata cara, evaluasi, dan penetapan sasaran terbuka bagi pemegang saham dan seluruh *stakeholder*.
- c. *Responsibility*, yaitu kesesuaian dalam tanggung jawab pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* terhadap peraturan yang berlaku (*Annual Report* 2012, hlm: 170).

### **C. Profil *Corporate Secretary (Corsec)* Bank Riau Kepri**

*Corsec* Bank Riau Kepri memiliki peranan kunci dalam pelaksanaan Good Corporate Governance perusahaan. Dari sisi *governance structure* yang termaktub dalam Surat Keputusan Ketua BAPEPAM No.63 tahun 1996 Peraturan Nomor IX.I.4, fungsi *corsec* merupakan perpanjangan fungsi Direksi dalam menjalankan fungsi komunikasi, yaitu untuk memastikan kelancaran komunikasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan,

serta menjamin tersedianya informasi yang boleh diakses oleh stakeholders sesuai dengan kebutuhan stakeholders (*Annual Report 2012*, hlm: 160).

Disamping itu, Corporate Secretary Bank Riau Kepri mengemban misi menciptakan citra baik perusahaan secara konsisten dan berkesinambungan melalui pengelolaan strategi dan program komunikasi yang efektif kepada segenap pemangku kepentingan.

Atas dasar pertimbangan tersebut, melalui Surat Keputusan Direksi No.99/KEPDIR/2010 tanggal 29 Oktober 2010, maka telah dilakukan perubahan struktur organisasi dan tata kerja perusahaan dengan membentuk Divisi Hukum dan Corporate Secretary, dibawah Direktur Supervisi, Direktur Kepatuhan dan Managemen Risiko.

Dalam fungsi dan tugasnya Divisi Hukum dan Corporate Secretary membidangi kegiatan Public Relation, Investor Relations, dan hukum/legal dengan fungsi dan tugas yang saling membantu. Selain itu, tugas dan tanggung jawab pelaksanaan Corporate Social Responsibility juga berada di Divisi Hukum dan Corporate Secretary (*Annual Report 2012*, hlm: 160).

#### 1. Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas dan tanggungjawab Corporate Secretary Bank Riau Kepri serta seluruh unit pendukung telah diatur dalam Surat Keputusan Direksi No.99/KEPDIR/2010 tanggal 29 Oktober 2010 dengan tugas pokok yakni:

- a. Bertanggung jawab terselenggaranya hubungan dengan berbagai media secara sinergis, efektif dan efisien.

- b. Bertanggung jawab terhadap pengelolaan media komunikasi perusahaan
  - c. Penyelesaian Annual Report sesuai ketentuan, peraturan, dan batas waktu yang ditetapkan
  - d. Sebagai pelaksana tugas sekretaris perusahaan secara efektif dan efisien
  - e. Menjalankan fungsi Compliance Officer dengan mengikuti perkembangan pasar dan kondisi eksternal Bank Riau Kepri, khususnya peraturan-peraturan yang berlaku di bidang Perbankan
  - f. Sebagai mediator antara manajemen kepada pegawai, dan direksi kepada komisaris
  - g. Sebagai mediator atau perwakilan antara Bank Riau Kepri dengan lembaga atau institusi eksternal
  - h. Menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham
2. Fungsi Public Relations

Salah satu fungsi dan tugas Corporate Secretary Bank Riau Kepri adalah membangun corporate citizenship dan stakeholders engagement guna kelangsungan hidup perusahaan. Disini, Corporate Secretary membantu pelaksanaan program perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sebagai bagian dari elemen masyarakat, dan pemberdayaan *stakeholder*. Dengan strategi komunikasi yang baik, maka interaksi antara perusahaan dengan *stakeholder* akan berjalan baik dan memberikan kontribusi bagi kinerja bisnis (*Annual Report 2012*, hlm: 160).



Strategi komunikasi dibagi menjadi dua kelompok, yakni: komunikasi Eksternal (*public external*) dan Internal (*public internal*).

a. Komunikasi Eksternal

Jaringan komunikasi External antara Bank dan publik luar, dengan memastikan terjalin kesepahaman bersama guna mendukung perusahaan. Corporate Secretary Bank Riau Kepri menerapkan strategi ini dengan melakukan beberapa program, diantaranya:

- 1) Komunikasi Tatap Muka, meliputi kegiatan seperti: *media gathering* yang melibatkan rekan-rekan pers, *cafe morning* dengan rekan-rekan pers dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan seminar bersama praktisi dan akademisi bidang pendidikan, kesehatan, sosial, keagamaan, dan lingkungan.
- 2) Komunikasi via Media, meliputi kegiatan seperti: Update berita dan informasi Bank Riau Kepri di halaman website [www.bankriaukepri.co.id](http://www.bankriaukepri.co.id), membuat tulisan di koran, membuka komunikasi di facebook, membuka komunikasi di twitter, membuka komunikasi e-mail

b. Komunikasi Internal

Mengingat pegawai merupakan salah satu elemen penting dalam penciptaan citra perusahaan, Corporate Secretary juga memiliki tugas menyebarluaskan informasi mengenai Bank Riau Kepri kepada segenap pegawai, termasuk menyampaikan program dan kebijakan manajemen. Informasi tersebut disampaikan melalui media internal

antara lain penerbitan majalah internal "Xcellence", forum intranet, portal intranet "Corporate University (e-learning)", temu pegawai, serta sosialisasi ke kantor wilayah dan cabang guna memberikan informasi kepada seluruh pegawai Bank tentang berbagai kegiatan perusahaan serta informasi penting lainnya seperti SK Direksi, PBI, SOP dan hal lain yang diperlukan dalam kegiatan sehari-hari.

Corporate Secretary memastikan jaringan komunikasi internal antara Bank dan pegawai, dengan memastikan implementasi komunikasi terjalin baik dalam organisasi.

### 3. Fungsi Investor Relations

Fungsi dan tugas Corporate Secretary Bank Riau Kepri berikutnya adalah Investor Relations. Dimana para investor merupakan stakeholders strategis yang keputusannya sangat dipengaruhi oleh kualitas dan ketepatan waktu (timeliness) dari informasi yang diterimanya. Corporate Secretary Bank Riau Kepri dapat membantu memastikan informasi material tersampaikan kepada investor pada waktu yang tepat. Salah satu bentuk praktik investor relations adalah penyelenggaraan RUPS dan penyiapan Laporan Tahunan (*Annual Report* 2012, hlm: 161).

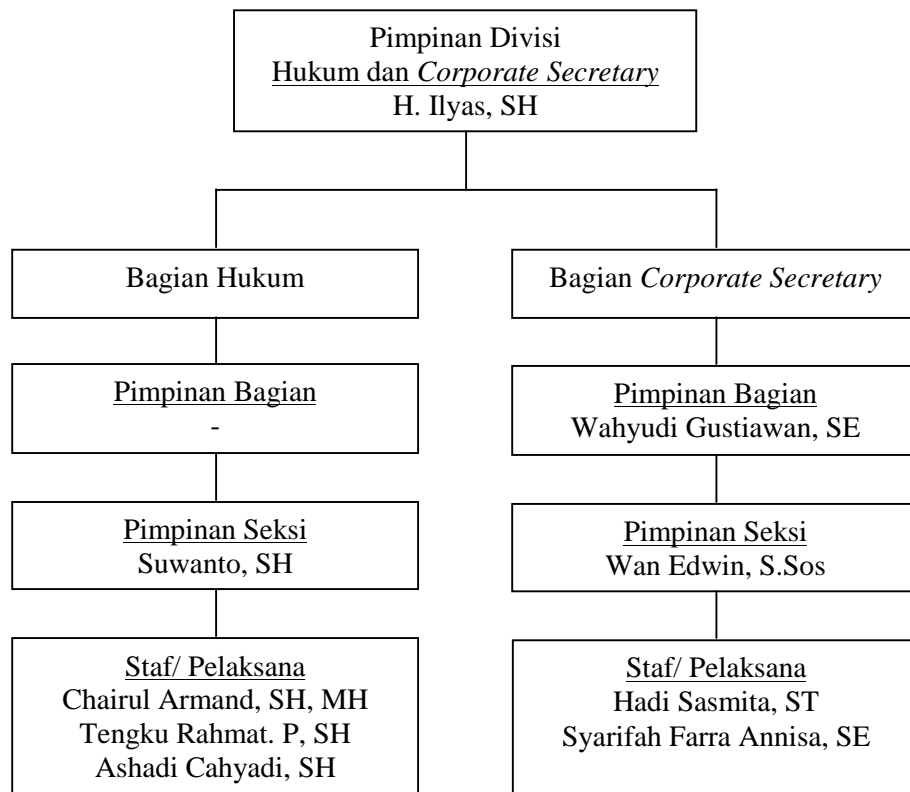
Hubungan dengan para investor, dilakukan melalui kegiatan temu analisis, paparan publik, penerbitan buletin kinerja keuangan triwulanan, laporan keuangan triwulanan, tengah-tahunan dan tahunan. Pemegang saham dan para *stakeholder* juga dapat mengakses informasi mengenai Bank Riau Kepri dan kegiatannya di situs web, [www.bankriaukepri.co.id](http://www.bankriaukepri.co.id).

#### 4. Fungsi Corporate Legal

Kepastian hukum merupakan prasyarat mutlak bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kepercayaan investor sangat ditentukan dari hal ini. Disinilah peranan penting bagian hukum (Corporate Legal) Divisi Hukum dan Corporate Secretary. Selain menjalankan tugasnya seperti biasanya yakni memberikan bantuan hukum, hal terpenting lainnya adalah memastikan pelaksanaan program kebijakan perusahaan khususnya yang berhubungan *stakeholder* tidak terkendala dengan masalah hukum yang dapat mengganggu kepercayaan mereka (*Annual Report 2012*, hlm: 161).

#### 5. Struktur Organisasi Divisi Hukum dan *Corporate Secretary*

**Gambar 2.2**  
**Struktur Organisasi Divisi Hukum dan *Corporate Secretary***



(Sumber: *Corsec Bank Riau Kepri*)

### BAB III

#### PENYAJIAN DATA

Pada bab ini, penulis berusaha memaparkan hasil dari wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen yang pernah penulis laksanakan pada *Corporate Secretary*, yang merupakan bagian dari Divisi Hukum dan *Corporate Secretary* Bank Riau Kepri. Dimana bagian *Corporate Secretary* (selanjutnya disingkat *corsec*) ini merupakan pelaksana, pengelola, dan penanggung jawab pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri.

Penulis melakukan penelitian kurang lebih selama dua bulan (April 2013-Mei 2013). Wawancara penulis lakukan dengan narasumber yang berkompeten dan kredibel terhadap tema permasalahan yang penulis angkat. Berikut daftar nama-nama narasumber (*informan*) penelitian ini.

**Tabel 3.1**  
**Daftar Informan Kunci**

No	Nama	Jabatan
1	Wahyudi Gustiawan, SE	Pimpinan Bagian <i>Corsec</i>
2	Wan Edwin, S.Sos	Pimpinan Seksi <i>Corsec</i>
3	Hadi Sasmita, ST	Staf <i>Corsec</i>
4	Syarifah Farra Annisa, SE	Staf <i>Corsec</i>

(Sumber: *Corsec* Bank Riau Kepri)

**Tabel 3.2**  
**Daftar Informan Pelengkap**

No	Nama	Jenis Bantuan
1	Abdul Rahman	Keagamaan
2	Jeni Septriani	Pendidikan
3	Romi Saputra	Kepemudaan

## A. Pelaksanaan Program CSR

Pelaksanaan program CSR Bank Riau Kepri esensinya sudah berjalan semenjak perusahaan berdiri. Namun dulu, dilaksanakan dengan nama yang berbeda seperti *community development*. Seiring dengan perkembangan waktu, kebijakan pemerintah dan perusahaan, maka Bank Riau Kepri ikut menggunakan istilah CSR untuk kegiatan amal dan bantuannya. Wujud program CSR ini disebut DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat). Berikut kutipan wawancara penulis dengan narasumber.

Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“CSR itu adalah nama besarnya. Wujud program CSR sendiri adalah DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat). Namun dalam pelaporannya di annual report, kami menggunakan istilah CSR. Mengapa demikian? Karena ini bertujuan untuk memenuhi standar pelaporan Good Corporate Governance perusahaan. Jadi intinya adalah programnya bernama DABAMAS, namun induk programnya adalah CSR. Dimana ada tujuh bidang kegiatan yang menjadi “concern” kami, antara lain pendidikan, sosial, kesehatan, keagamaan, lingkungan, kepemudaan dan olahraga, dan seni budaya”.*

Syarifah Farra Annisa (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“Tujuan pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri sendiri adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar (daerah) dalam konteks sosial dan pembinaan hubungan baik. Wujud dari program CSR kami dinamakan DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat). Yang merupakan bentuk kegiatan sosial dan wujud perhatian perusahaan terhadap masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat, baik di tingkat nasional, maupun untuk masyarakat Riau-Kepri khususnya”.*

Hadi Sasmita (wawancara: Jum'at, 26 April) juga menambahkan:

*“Program charity atau donasi dengan nama DABAMAS (CSR) ini sudah mulai sejak tahun 2004. Dimana pada saat itu humas Bank Riau Kepri baru terbentuk, dan menjadi penanggung jawab pelaksanaan CSR. Sebelumnya tanggung jawab ini dilaksanakan oleh bagian di perusahaan yang terkait dengan bidang kehumasan, yaitu bagian perencanaan dan pemasaran”.*

DABAMAS dikategorikan sebagai wujud dari program CSR karena memenuhi beberapa komponen-komponen CSR. Sesuai dengan artikel Tony Djogo ([www.beritabumi.com](http://www.beritabumi.com)), dimana menurut *World Bank* komponen-komponen CSR tersebut diantaranya tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan, hak asasi manusia, interaksi keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, kesehatan, pendidikan, serta bantuan kemanusiaan.

Dalam pelaksanaan program DABAMAS (CSR), Bank Riau Kepri memiliki landasan hukum yang dijadikan pedoman. Berikut kutipan wawancara penulis untuk hal ini.

Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“Landasan hukum pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74, dan Surat Keputusan Direksi No.54/KEPDIR/2005 tentang Manual Perencanaan Strategis PT. Bank Pembangunan Daerah Riau.*

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 tersebut adalah:

1. Ayat (1), Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan;
2. Ayat (2), Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

## 1. Unit Pengelola dan Pelaksana

Implementasi CSR Bank Riau Kepri adalah tanggung jawab perusahaan dalam arti menyeluruh. Namun tugas pengelolaannya dilaksanakan oleh *Corporate Secretary* (disingkat *corsec*). Posisi *corsec* Bank Riau Kepri berada di Divisi Hukum dan *Corporate Secretary* di bawah supervisi, Direktur Kepatuhan dan Manajemen Risiko.

Syarifah Farra Annisa (wawancara: Rabu, 24 April 2013) mengatakan:

*“Kamilah pelaksananya. Salah satu fungsi bagian corsec adalah merancang, merencanakan, melaksanakan, seluruh program CSR Bank Riau Kepri. Bagian corsec berhubungan langsung dalam pengelolaan dan pelaksanaan CSR, dan bertindak sebagai koordinator. Proses persetujuan partisipasi bantuan melalui kami (corsec) dulu”.*

Hadi Sasmita juga menjawab hal senada (wawancara: Jum'at, 26 April 2013):

*“Seperti yang sudah saya jelaskan, bahwa sejak tahun 2004 program DABAMAS (CSR) ini sudah mulai dilaksanakan dengan nama DABAMAS. Pada saat itu humas yang bertanggung jawab atas pelaksanaan program DABAMAS (CSR). Saat itu humas baru terbentuk dan bergabung pada Divisi Umum. Namun sekarang berganti nama menjadi “corporate secretary” yang menjadi bagian dari Divisi Hukum dan Corporate Secretary. Sebagai unit pelaksana program DABAMAS (CSR), “corporate secretary” bertanggung jawab terhadap pelaksanaan program CSR atas nama Bank Riau Kepri dan program CSR di lingkungan kerja Bank Riau Kepri Kantor Pusat.*

Ada dua macam bentuk penyaluran dana bantuan DABAMAS. Dari proposal masyarakat dan langsung dari perusahaan. Dalam melaksanakan program DABAMASnya, *corsec* harus melewati beberapa proses tahapan penyaluran bantuan. Berikut penulis paparkan simpulan dari hasil wawancara dengan Wan Edwin (Jum'at, 26 April 2013).

- a. DABAMAS atas proposal masyarakat, langkah-langkahnya adalah:
- 1) Masyarakat menyampaikan proposal bantuan kepada *corsec*
  - 2) *Corsec* menganalisa kelayakan isi proposal, dengan mempertimbangkan: latar belakang kegiatan, tujuan kegiatan, anggaran biaya yang diperlukan, dan rencana penggunaan biaya
  - 3) Setelah dianalisa dan diuji kepatutan kegiatan, *corsec* mengajukan usulan tertulis kepada Pimpinan Divisi atau Direksi atas isi proposal
  - 4) Keputusan persetujuan maupun penolakan proposal, tergantung dari koreksi Pimpinan Divisi atau Direksi
  - 5) Setelah usulan tertulis dikoreksi oleh Pimpinan Divisi atau Direksi, maka usulan tertulis tersebut dikembalikan ke *corsec*
  - 6) Apabila Pimpinan Divisi atau Direksi menyetujui, maka dana akan segera disalurkan. Tapi jika tidak menyetujui, maka *corsec* bertugas untuk menghubungi pihak (yang mengajukan) proposal, dan menyampaikan bahwa Bank Riau Kepri belum bisa berpartisipasi
- b. DABAMAS langsung dari perusahaan, langkah-langkahnya adalah:
- 1) Tim CSR (*corsec*) mensurvei dan mengidentifikasi kebutuhan
  - 2) *Corsec* membuat usulan tertulis kepada Pimpinan Divisi atau Direksi atas hasil survei
  - 3) Usulan tertulis dikoreksi Pimpinan Divisi atau Direksi
  - 4) Apabila disetujui, maka dana akan disalurkan



## 2. Dana Bantuan

Dana bantuan merupakan anggaran biaya yang dialokasikan perusahaan untuk menjalankan program DABAMAS (CSR). Berikut penulis jelaskan sumber dana dan pengalokasian dana DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri.

### a. Sumber Dana

Berikut jawaban dari Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“Dana Program CSR bersumber dari penyisihan laba perusahaan yang ditetapkan oleh RUPS, hasil bunga deposito dan atau bunga jasa giro program CSR, sisa dana CSR tahun sebelumnya yang belum disalurkan, dan sumber dana lainnya seperti bantuan dari lembaga atau instansi lain yang tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku.”*

### b. Alokasi Dana

Pengalokasian dana tersebar atas tujuh bidang. Yakni kegiatan di bidang pendidikan, sosial, lingkungan, keagamaan, kesehatan, kepemudaan dan olahraga, dan seni budaya. Informan enggan memberi tahu ketentuan berapa rincian nominal bantuan yang diberikan. Karena setiap jumlah bantuan yang diberikan berdasarkan kebutuhan penerima bantuan dan keputusan direksi.

Wan Edwin (wawancara: Jum'at, 26 April 2013),

*“Pemberian dana CSR dilandasi atas dasar kebutuhan dan kondisi penerima bantuan. Apabila penerima tersebut layak untuk dibantu, maka perusahaan akan memberikan bantuan. Bantuan akan diberikan kepada kegiatan-kegiatan yang sifatnya positif dan bermanfaat.”*

**Tabel 3.3**  
**Rekap Dana Dabamas 2011-2012**

No	Tahun	Jenis Bantuan	Jumlah	Total
	2011	Kegiatan Lingkungan	10.750.000	<b>1.184.924.000</b>
		Kegiatan Pendidikan	131.250.000	
		Kegiatan Sosial	296.274.000	
		Kegiatan Keagamaan	640.175.000	
		Kegiatan Kesehatan	15.700.000	
		Kegiatan Seni Budaya	10.750.000	
		Kegiatan Kepemudaan dan Olahraga	80.025.000	
	2012	Kegiatan Lingkungan	12.750.000	<b>1.151.433.000</b>
		Kegiatan Pendidikan	143.050.000	
		Kegiatan Sosial	183.750.000	
		Kegiatan Keagamaan	583.380.000	
		Kegiatan Kesehatan	40.003.000	
		Kegiatan Seni Budaya	19.500.000	
		Kegiatan Kepemudaan dan Olahraga	169.000.000	

(Sumber: Corsec dan Annual Report 2012)

Hadi Sasmita juga menambahkan bahwa, Bank Riau Kepri memiliki beberapa pertimbangan dan kriteria proposal yang harus ditolak.

Berikut keterangan yang diberikan (wawancara: Jum'at, 26 April 2013):

*“Semua proposal yang masuk kita teliti keabsahan dan bentuk kegiatannya dulu. Bisa saja proposal yang masuk itu palsu atau fiktif. Karena beberapa kasus kita temukan hal seperti itu. Ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab melakukan kecurangan. Mengajukan permohonan bantuan hanya untuk kepentingan tertentu atau pribadi. Setelah kita tahu, kita ajukan tuntutan, dan mem-blacklist mereka untuk bantuan selanjutnya. Karena itu kita antisipasi dengan beberapa pertimbangan, seperti:*

- 1) *Memperhatikan isi proposal dengan seksama. Seperti penulisannya, bahasa yang digunakan, tujuan kegiatan, anggaran biaya yang wajar, juga tampilan proposalnya. Karena tampilan proposal juga menjadi salah satu pertimbangan.*
- 2) *Permohonan yang diajukan harus memenuhi kriteria kegiatan di ke tujuh bidang DABAMAS (sosial, agama, lingkungan, pendidikan, kesehatan, kepemudaan-olahraga, maupun seni-budaya).*
- 3) *Tidak memalsukan nama instansi, lembaga, organisasi, LSM, dan sebagainya.*

### 3. *Leadership* (Kepemimpinan)

Dalam suatu perusahaan atau organisasi, kepemimpinan merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kepemimpinan merupakan titik sentral dan penentu kebijakan dalam organisasi. Dalam mengimplementasikan programnya, peran pimpinan sangat menentukan berhasil atau tidaknya program yang akan direalisasikan.

Sebagai perusahaan terstruktur yang mempunyai mekanisme yang jelas, Bank Riau Kepri menjadikan bagian *corporate secretary* (*corsec*) sebagai corong informasi dan perpanjangan lidah perusahaan terhadap karyawan maupun masyarakatnya. Segala informasi yang disampaikan kepada internal maupun eksternal publiknya, sebagian besar merupakan kebijakan *top management*.

Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“Kebijakan pimpinan perusahaan sangat menentukan berjalannya program DABAMAS. Tanpa arahan dan instruksi yang jelas, kami pasti kebingungan mengambil langkah. Setelah (top management) dan para pemegang saham membuat dan menyepakati kebijakan-kebijakan mengenai pelaksanaan CSR, maka berikutnya kebijakan itu akan disampaikan kepada kami (corsec) selaku pelaksana dan penanggungjawabnya. Kemudian kami (corsec) akan menyalurkan dana DABAMAS kepada masyarakat sesuai dengan peraturan yang ditetapkan. Kami tidak akan mengambil langkah atau bahkan membuat kebijakan sendiri. Karena DABAMAS ini program perusahaan yang penting”.*

Hadi Sasmita (wawancara: Jum'at, 26 April 2013) menambahkan:

*“Pimpinan perusahaan (top management) tentu mendukung dan memberikan perhatian besar terhadap pelaksanaan kebijakan program DABAMAS. Karena dukungan maupun arahan dari top management merupakan modal dasar bagi kami para karyawan untuk bekerja dengan baik sesuai dengan peraturan perusahaan yang ada”.*

#### 4. Transparansi dan Akuntabilitas

Transparansi dan akuntabilitas merupakan prinsip pengelolaan DABAMAS Bank Riau Kepri. Wujudnya praktisnya dapat berupa laporan khusus yang dibuat oleh perusahaan atau pihak yang bertanggung jawab terkait dengan praktik DABAMAS yang telah dilakukan.

Dimana transparansi adalah segala proses pengambilan putusan dalam mengemukakan ketentuan dan informasi baik tata cara, evaluasi, dan penetapan sasaran terbuka bagi pemegang saham dan seluruh *stakeholder*. Dan akuntabilitas berartipencapaian sasaran baik kejelasan fungsi, pelaksanaan, hingga pertanggungjawaban di dalam pengelolaan dana maupun manfaat dari program DABAMAS.

Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013),

*“Laporan pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri, terdiri dari Laporan Triwulanan Internal dan Laporan Tahunan. Laporan pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri disampaikan secara terpisah dari Laporan Tahunan Bank Riau Kepri. Namun laporan ini akan menjadi bagian dari pelaporan penerapan Good Corporate Governance dalam Laporan Tahunan perusahaan”*.

Kemudian Wan Edwin juga menambahkan (wawancara: Jum’at, 26 April 2013):

*“Laporan program CSR harus memenuhi prinsip-prinsip Good Corporate Governance, seperti: fairness, transparency, accountability, dan responsibility, yang kemudian menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program DABAMAS (CSR). Untuk Laporan pelaksanaan DABAMAS (CSR) ini, terdiri dari Laporan Triwulanan Internal dan Laporan Tahunan. Dimana Laporan Triwulanan Internal dibuat oleh corsec. Kemudian Laporan Triwulanan Internal selama satu tahun diserahkan ke Tim Laporan Tahunan, untuk dimuat juga di Laporan Tahunan”*.

## 5. Monitoring dan Evaluasi

Untuk memastikan perencanaan yang telah diatur dan ditentukan berjalan dengan baik, maka manajemen perusahaan perlu menerapkan mekanisme *monitoring* dan evaluasi secara profesional, teratur, dan berkala. Agar pelaksanaan program berjalan sesuai dengan peraturan perusahaan, dan tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan individu.

Monitoring adalah pengawasan yang dilakukan oleh Kantor Cabang dengan dibantu oleh Grup CSR atau Jasa Konsultan terhadap penyaluran dan pemanfaatan dana CSR.

Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013),

*“Proses monitoring atas penyaluran dana tersebut dilakukan dengan cara melakukan analisis atas laporan-laporan dan kegiatan yang dilaksanakan, dan laporan pertanggungjawaban penerimaan dan penggunaan dana CSR. Dan Evaluasi penilaian atas ketepatan pengelolaan dan pemanfaatan dana CSR. Evaluasi dilakukan oleh Kantor Cabang atau Grup CSR dengan dibantu Jasa Konsultan”.*

Evaluasi dilakukan terhadap hasil kegiatan yang dilaporkan dalam laporan pertanggungjawaban penerima dana hasil monitoring. Evaluasi dibutuhkan untuk mengoreksi permasalahan atau kekurangan yang terjadi dalam pelaksanaan.

Wan Edwin (wawancara: Jum'at, 26 April 2013),

*“Evaluasi meliputi tujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang masih menghambat jalan proses pengelolaan (penyaluran dan pemanfaatan), mencari penyebab terjadinya masalah, serta akibat yang ditimbulkan, dan merumuskan rencana tindakan bagi penyempurnaan program berikutnya. Evaluasi dilakukan oleh Grup CSR dengan dibantu Jasa Konsultan. Kemudian Laporan evaluasi akan dituangkan dalam Laporan Triwulanan dan Laporan Tahunan melalui corsec.*

## 6. Keberlanjutan

Keberlanjutan program maksudnya adalah program yang diimplementasikan tidak hanya bersifat sementara atau sesaat, namun diharapkan dapat berjalan secara terus-menerus agar dapat membuat masyarakat lebih berkembang, sejahtera, dan mandiri.

Wahyudi Gustiawan mengomentari dan menjawab hal ini (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“Sangat besar harapan kami program ini dilaksanakan secara berkelanjutan. Masyarakat pun pasti menginginkan hal yang sama. Semoga setiap tahunnya selalu tersedia dana bantuan yang dapat disalurkan. Sehingga Bank Riau Kepri bisa mensejahterakan masyarakat sekitar. Mewujudkan visi dan misinya”.*

Hadi Sasmita (wawancara: Jum'at, 26 April 2013) menjawab tidak jauh berbeda:

*“Setiap perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial pasti menginginkan pelaksanaan yang berkelanjutan. Harapan kami tentu program DABAMAS (CSR) ini terus dilaksanakan secara kontiniu. Agar tujuan Bank Riau Kepri sebagai Bank Pembangunan Daerah yang memiliki visi memberdayakan perekonomian dan mensejahterakan rakyat Riau dan Kepri, dapat terwujud. Kami sangat “concern” terhadap pendidikan, kegiatan kepemudaan yang edukatif, kesehatan, keagamaan, lingkungan, sosial, dan seni budaya”.*

Wan Edwin (wawancara: Jum'at, 26 April):

*“kami akan berusaha program DABAMAS ini diimplementasikan secara berkesinambungan. Karena esensinya bahwa Bank Riau Kepri sejak keberadaannya sebenarnya sudah melaksanakan program semacam ini. Hanya nama dan variasi program saja yang berbeda dengan DABAMAS sekarang. Intinya bahwa program semacam DABAMAS ini sudah lama dilaksanakan, dan “alhamdulillah” sampai sekarang masih terealisasikan dengan baik”.*

## **7. Hasil Nyata**

Secara praktis, suatu program dikatakan berhasil jika ditemukan hasil nyata yang dapat ditunjukkan dari pelaksanaan program. Selama tahun 2012, Bank Riau Kepri telah memberikan bantuan DABAMAS kepada masyarakat yang membutuhkan, baik yang bersifat perorangan maupun lembaga atau kelompok.

Besaran dana yang diberikan oleh Bank Riau Kepri bervariasi. Tergantung dari kebutuhan dan bentuk kegiatan yang akan dibantu. Perusahaan memiliki kriteria dan ketentuan khusus bagi penerima dana DABAMAS. Rekap dana kegiatan DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri tahun 2012 penulis paparkan pada bahan lampiran (terlampir). Sedangkan data kegiatan DABAMAS penulis lampirkan pada halaman berikutnya. Data ini penulis peroleh dari arsip *corsec* Bank Riau Kepri.

**TABEL 3.4**



**TABEL 3.4**

## **B. Dampak CSR dalam Meningkatkan Citra**

### **1. Penilaian Positif Masyarakat**

Citra perusahaan bersumber dari pengalaman dan atau upaya komunikasi yang dilakukan perusahaan muncul penilaian dari masyarakat. Citra perusahaan yang bersumber dari pengalaman memberikan gambaran telah terjadi keterlibatan antara masyarakat dengan perusahaan.

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Sebagaimana kutipan wawancara Wahyudi Gustiawan (Rabu, 24 April 2013) berikut:

*“Tujuan dari pelaksanaan program DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri selain bentuk kepedulian perusahaan terhadap masalah sosial dan lingkungan, juga merupakan cara membangun dan meningkatkan citra. Tugas utama kami (corsec) adalah membangun dan meningkatkan citra itu. Selain publikasi dan bentuk pembinaan hubungan lain, DABAMAS (CSR) juga termasuk dalam kegiatan menumbuhkan penilaian dan citra positif dari masyarakat”.*

Syarifah Farra Annisa (wawancara:Rabu, 24 April 2013) menambahkan:

*“Tentu DABAMAS dapat dijadikan penilaian positif masyarakat terhadap Bank Riau Kepri. Karena ini merupakan kegiatan sosial, kegiatan amal, dan bentuk kepedulian perusahaan. Masyarakat akan memberikan penilaian positif terhadap tindakan moral semacam ini.”*

Wan Edwin (wawancara: Jum’at, 26 April 2013) juga menambahkan:

*“Betul sekali. Memang lewat CSR lah kita bisa mendapatkan penilaian positif. Karena ini kegiatan sosial. Dimana ada unsur bantuan, amal, dan kedermawanan. Tentu masyarakat akan ‘respect’ terhadap hal-hal seperti ini”.*

Kemudian penulis menanyakan bagaimana tanggapan masyarakat terhadap kegiatan DABAMAS pada ketujuh bidang program yang ada. Berikut kutipan wawancaranya.

Wan Edwin (wawancara: Jum'at, 26 April 2013) berkomentar:

*“Masyarakat senang, berterima kasih, dan merasa terbantu atas bantuan yang diberikan. Bahkan berharap untuk kegiatan selanjutnya, kami (Bank Riau Kepri) kembali berpartisipasi dan memberikan bantuan. Selama bentuk kegiatannya positif, disetujui oleh pimpinan dan direksi, dan didukung oleh dana yang cukup, (insyaallah) akan kami bantu.”*

Hadi Sasmita (wawancara: Jum'at, 26 April 2013) menambahkan:

*“Tanggapan masyarakat positif. Terutama masyarakat yang proposal bantuannya kami setujui. Sebaliknya, masyarakat yang proposal bantuannya kami tolak, kecewa dan menyayangkan keputusan itu. Kami tidak bisa berbuat apa-apa, hal itu bisa terjadi karena kegiatan yang akan mereka lakukan tidak sesuai atau belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan perusahaan. Bank Riau Kepri hanya akan membantu kegiatan yang bersifat positif. Edukatif, sosial, dan keagamaan misalnya.”*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengabsahan data Triangulasi. Dimana penulis mengadakan perbandingan antara penjelasan dan data dari Bank Riau Kepri dengan penjelasan dari masyarakat. Penulis melakukan wawancara terhadap masyarakat penerima bantuan untuk perbandingan Triangulasi. Kesimpulan hasil wawancara yang penulis lakukan:

a. Abdul Rahman pengurus mesjid Al-Muamalah

Rahman mengaku senang dan menyatakan terima kasih kepada Bank Riau Kepri atas bantuan yang diberikan untuk pembangunan mesjid di kawasan Gobah ini. Ucapan terima kasih yang disampaikan Rahman juga merupakan perwakilan dari masyarakat sekitar.

Berikut pernyataan Rahman (wawancara: 8 Juni 2013):

*“DABAMAS ini program yang bagus. Karena bisa membantu orang banyak. Alhamdulillah waktu mengajukan proposal itu kita dapat bantuan. Masyarakat juga berterima kasih karena Bank Riau Kepri mau memberikan bantuan keagamaan seperti ini. Pembangunan dan perbaikan mesjid terlaksana dengan lancar”.*

Rahman juga mengakui tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam pengajuan proposal. Dalam waktu kurang lebih seminggu, pihak Bank Riau Kepri sudah memberikan jawaban atas proposal. Hanya saja, menurut Rahman banyak masyarakat yang belum mengetahui program ini, atau sudah mengetahui tapi belum berani mencoba mengajukan proposal bantuan. Rahman juga mengharapkan agar program DABAMAS ini lebih dikenalkan kepada masyarakat.

Rahman menambahkan (wawancara: 8 Juni 2013):

*“Kita dapat bantuan dana tunai Rp. 25.000.000,00. Waktu itu nunggu satu minggu baru dapat kabar dari Bank Riau Kepri. Kita dikabari lewat telepon.*

*Saya dan masyarakat merasa senang dan terbantu. Hanya saja, sebaiknya lebih dikenalkan lagi masalah bantuan ini ke masyarakat. Mungkin masyarakat ada mengira-ngira kalau Bank Riau Kepri punya program bantuan. Tapi karena tidak ada pernyataan atau pemberitaan yang pasti sehingga masyarakat tidak yakin dan tidak banyak tahu”.*

b. Jeni Septriani (Milad 1 Dasawarsa Psikologi 2012 UIN Suska Riau)

Jeni berpendapat bahwa program DABAMAS ini sangat bagus. Prosedur permohonan tidak begitu sulit, hanya mengajukan proposal kemudian tinggal menunggu jawaban dari Bank Riau Kepri via telepon atau *e-mail*. HanyaJeni mengaku harus menunggu dua minggu lebih untuk mendapat jawaban bantuan.

Berikut pernyataan Jeni (wawancara: 11 Juni 2013):

*“Program DABAMAS ini adalah program bagus. Bermanfaat dan sangat dibutuhkan masyarakat. Karena masyarakat membutuhkan bantuan semacam ini untuk kelancaran kegiatan yang ingin diselenggarakan. Saya tahu tentang bantuan ini dari saudara saya. Dimana masyarakat harus membuat proposal, kemudian tinggal menunggu jawaban persetujuan. Walaupun hampir 2 minggu lebih nunggu kabarnya, tapi alhamdulillah kita dapat.*

*Saat itu kita menerima bantuan tunai Rp.2.000.000,00. Pasti merasa senang dan berterima kasih ya. Karena kita dibantu, dan ini berarti kegiatan kita didukung oleh Bank Riau Kepri”.*

Jeni juga berpendapat bahwa program DABAMAS ini menunjukkan itikad baik Bank Riau Kepri kepada masyarakat, khususnya dibidang pendidikan. Dan ini bisa dijadikan penilaian positif yang pada akhirnya berdampak pada pencitraan.

c. Romi Saputra panitia acara Sigma Music

Romi sangat mengapresiasi bantuan yang diberikan Bank Riau Kepri. Karena format kegiatan yang dilaksanakan bersifat kepemudaan, awalnya Romi dan yang lainnya tidak begitu yakin akan menerima bantuan, tapi mereka tetap mencoba mengajukan proposal bantuan. Berikut komentar Romi (wawancara: 11 Juni 2013):

*“Kita ‘appreciate’ banget sama Bank Riau Kepri. Awalnya ga nyangka bakal dapat bantuan. Format acara kita emang musik, tapi ga asalanlah. Acara kita semacam festival yang mempertandingkan ‘skill’ mainin alat musik. Mungkin karena pertimbangan itu Bank Riau Kepri mau memberikan bantuan. Ini tandanya Bank Riau Kepri peduli sama kegiatan kepemudaan yang tujuan jelas.*

*Kita nerima bantuan tunai Rp. 2.000.000,00. Pasti merasa senang karena kegiatan kemarin jadi lancar.*

*Bank Riau Kepri mesti sosialisasi sih kayaknya. Karena awalnya kita ga tau tentang bantuan ini. Kita taunya dari teman. Teman yang mengusulkan untuk nyoba ngajuin proposal. Kita coba, dan syukur dapat bantuan. Pokoknya kita berterima kasih sama Bank Riau Kepri untuk bantuannya yang kemarin itu”.*

## 2. Peningkatan Jumlah Nasabah

Sesuai dengan konsep operasional yang penulis kemukakan sebelumnya bahwa citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap atau perilaku tertentu. Bank Riau Kepri berinvestasi melalui DABAMAS (CSR). Kemudian masyarakat diharapkan menjalin kerjasama terhadap perusahaan.

Sebagai lembaga perbankan, tentunya bentuk kerja sama masyarakat yang diharapkan oleh Bank Riau Kepri disini adalah terjadinya peningkatan jumlah nasabah. Dengan kata lain, masyarakat mau bermitra dengan Bank Riau Kepri. Hal ini merupakan prestasi kerja yang ingin dicapai setiap perusahaan.

Hasil wawancara penulis untuk *point* ini adalah sebagai berikut:

Wahyudi Gustiawan (wawancara: Rabu, 24 April 2013):

*“Salah satu kerja sama itu adalah menjadi nasabah. Saya tidak begitu ingat angkanya, tapi yang pasti setiap tahunnya nasabah Bank Riau Kepri meningkat. Cukup signifikan peningkatannya. Selain karena tumbuhnya kepercayaan masyarakat kepada kami pasca pelaksanaan DABAMAS, juga didukung oleh kesadaran masyarakat tentang pentingnya arti menabung”.*

Syarifah Farra Annisa (wawancara:Rabu, 24 April 2013):

*“Betul, menjadi nasabah salah satunya. Karena masyarakat sudah memberikan penilaian positif kepada Bank Riau Kepri, maka sikap selanjutnya adalah masyarakat menaruh kepercayaan, dan mereka mau menabung di sini. Memang terjadi peningkatan nasabah setiap tahunnya, karena masyarakat semakin banyak yang mengetahui keberadaan kami. Terutama jumlah nasabah di daerah-daerah. Grafik kenaikannya cukup signifikan”.*

Hadi Sasmita (wawancara: Jum'at, 26 April 2013):

*“Ya betul. Semakin banyak masyarakat yang mau bermitra (menjadi nasabah) kami. Karena memang terjadi kenaikan jumlah nasabah setiap tahunnya. Mudah-mudahan ini terjadi karena efektifitas pelaksanaan DABAMAS selama ini”. Dan kedepannya perusahaan semakin ‘concern’ dan bersemangat meningkatkan kualitas program DABAMAS.*

Wan Edwin (wawancara: Jum'at, 26 April):

*“Bentuk kerjasamanya ya seperti masyarakat menabung di Bank Riau Kepri. Hal ini terjadi karena masyarakat sudah punya pandangan positif terhadap kami karena pelaksanaan DABAMAS tadi, maka pada akhirnya mereka mau menabung di sini, menjadi nasabah. Semoga program DABAMAS ini bisa menjadi magnet bagi masyarakat untuk percaya dan loyal kepada Bank Riau Kepri”.*

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Dalam bab ini kan dibahas hasil penelitian yang telah penulis tuangkan pada bab tiga, dengan mencoba memberikan interpretasi atau pemahaman terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Upaya ini didasarkan pada persepsi bahwa tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman makna atas realitas yang terjadi. Bersamaan dengan langkah ini, penulis juga berusaha melakukan analisis agar hasil penelitian lebih bermakna. Penafsiran ini mengacu kepada landasan teori, dan analisis ini menggunakan analisis deskriptif. Sistematika analisisnya penulis buat berdasarkan hasil penelitian yang diurutkan sesuai dengan permasalahan.

#### **A. Pelaksanaan Program CSR**

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikemukakan bahwa, Bank Riau Kepri turut serta melaksanakan program CSR yang dicanangkan oleh pemerintah. Dalam hal ini Bank Riau Kepri membuktikan bahwa, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak hanya diberatkan kepada perusahaan industri yang praktiknya memberikan dampak negatif terhadap lingkungan.

Untuk mewujudkan kehidupan masyarakat yang lebih baik, Bank Riau Kepri sudah melaksanakan program semacam CSR sejak dari Bank Riau Kepri berdiri. Hanya saja pada saat itu masih menggunakan istilah yang berbeda, dan bentuk kegiatan yang belum beragam. Bank Riau Kepri juga



sempat menggunakan istilah *community development* untuk kegiatan sosialnya. Seiring dengan perkembangan waktu dan kebijakan pemerintah, maka Bank Riau Kepri menyesuaikan nama program dengan CSR.

Hanya saja, pada praktiknya bentuk program CSR Bank Riau Kepri tidak sempurna bentuk program CSR perusahaan pada umumnya. Program ini dinamakan DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat), yang tujuannya sama dengan CSR. DABAMAS merupakan nama yang digunakan untuk (praktik) pelaksanaannya, sedangkan dalam pelaporannya guna memenuhi standar *Good Corporate Governance* (GCG) digunakan istilah CSR.

Bank Riau Kepri belum bisa melaksanakan program CSR murni, dikarenakan belum ada peraturan pemerintah yang mengatur jelas pelaksanaan CSR perbankan. Pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74, pemerintah mewajibkan pelaksanaan CSR hanya pada BUMN dan perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan pengeksploitasian sumber daya alam. Walaupun demikian, Bank Riau Kepri tetap melaksanakan program sosialnya CSR, hanya saja dengan nama yang berbeda. Dan UUPT No.40 Tahun 2007 ini, dijadikan Bank Riau Kepri sebagai pedoman pelaksanaan CSR.

DABAMAS dikategorikan sebagai wujud dari program CSR karena memenuhi beberapa komponen-komponen CSR, seperti tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan, hak asasi manusia, interaksi keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, peningkatan dibidang kesehatan dan pendidikan, serta bantuan kemanusiaan (Wibisono, 2007: 143).

## 1. Unit Pengelola dan Pelaksana

Praktik tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) antar perusahaan berada dalam *variance* cukup besar. Terdapat perusahaan melakukan CSR penuh keseriusan dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan operasional perusahaan, bahkan dijadikan strategi perusahaan. Namun, terdapat pula perusahaan yang melakukan CSR sebatas memenuhi standar minimal, anjuran turan, dan polesan bahwa dirinya telah melakukan CSR sebagaimana dilakukan perusahaan lain (Norhadi, 2011:131).

Di Indonesia, kini telah banyak perusahaan yang menggunakan departemen sendiri di bawah seorang manajer yang secara khusus mengelola dan mengendalikan praktik CSR. Perusahaan-perusahaan tersebut melakukan praktik CSR ditangani oleh *general affair*, *public relations*, departemen *social tresponsibility*, dan lain-lain. Bahkan juga ada perusahaan yang membentuk yayasan yang secara khusus menangani CSR. Tipe perusahaan seperti ini, umumnya melakukan CSR secara terprogram, terencana, dan terevaluasi dengan baik.

Sebagai bentuk keberpihakan terhadap masalah sosial dan lingkungan, seharusnya CSR dilakukan secara terencana dengan baik. Untuk itu, dalam rangka menjaga pelaksanaan CSR dilakukan dengan sungguh-sungguh dan terencana, perlu dibentuk satu departemen atau bidang bagian khusus yang bertanggung jawab atas pelaksanaan CSR. Agar dalam penyaluran dan pemanfaatan dananya tersebar dan terserap dengan baik.

Dalam praktiknya, Bank Riau Kepri menyerahkan tanggung jawab pelaksanaan program DABAMAS (CSR) kepada bagian *corporate secretary* (biasa disingkat *corsec*). Dimana *corsec* ini merupakan bagian dari Divisi Hukum dan *Corporate Secretary*. *Corsec* bertanggung jawab dalam pelaksanaan dan pengelolanya. Namun keputusan untuk persetujuan atau tidaknya tetap berada pada *top management*, yakni Pimpinan Divisi dan Direksi.

Ada dua macam bentuk penyaluran dana DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri, yakni dari pengajuan proposal (masyarakat) dan dari perusahaan sendiri. Pada bentuk yang *pertama*, *corsec* menerima proposal bantuan dari masyarakat, yang kemudian akan dibuat usulan tertulis oleh *corsec* untuk diajukan kepada Pimpinan Divisi atau Direksi, dengan tujuan koreksi dan uji kelayakan kegiatan oleh Pimpinan Divisi atau Direksi. Setelah itu, Pimpinan Divisi atau Direksi akan memberikan keputusan berupa balasan persetujuan atau penolakan pada lembar usulan tersebut.

Sedangkan pada bentuk penyaluran dan yang *kedua*, inisiatif pemberian bantuan datang dari *corsec* sendiri. Pengajuan ini tentu setelah melalui survei dan identifikasi kebutuhan masyarakat (si penerima bantuan) oleh *corsec*. Kemudian akan dilakukan tahapan yang sama dengan bentuk penyaluran dana yang *pertama*, berupa pengajuan usulan tertulis kepada Pimpinan Divisi dan Direksi atas ide dan gagasan *corsec*, yang pada akhirnya akan diperoleh persetujuan atau penolakan.

## **2. Dana Bantuan**

Kualitas praktik CSR selain ditentukan oleh ketepatan strategi dan kapabilitas sumber daya manusia yang menjalankan tugas, juga ditentukan oleh sumber dan ketersediaan dana. Program yang bagus, strategi yang tepat, dan kapabilitas SDM yang bagus, namun jika tidak didukung dengan kecukupan dana, bukan tidak mungkin pelaksanaan program menjadi kurang efektif. Tingkat penyerapan dana yang maksimal menunjukkan program CSR berjalan dengan baik sesuai kebutuhan yang direncanakan (Hadi, 2011: 141).

Menurut Undang-Undang No.40 Tahun 2007 menyatakan bahwa perusahaan di lingkungan BUMN dan perusahaan yang operasinya bersentuhan dengan eksploitasi sumber daya alam harus menyisihkan sampai 3% laba untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Namun demikian, sebagai perusahaan non BUMN dan di luar industri eksploitasi sumber daya alam, Bank Riau Kepri juga menyediakan dana program CSR.

Dana DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri bersumber dari penyisihan laba perusahaan yang ditetapkan oleh RUPS, hasil bunga deposito dan atau bunga jasa giro program CSR, sisa dana CSR tahun sebelumnya yang belum disalurkan, dan sumber dana lainnya seperti bantuan dari lembaga atau instansi lain yang tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk anggaran setiap tahunnya, pihak *corsec* tidak dapat memberikan informasi rinci. Dikarenakan tidak ada nominal pasti yang ditetapkan oleh pimpinan dan para pemegang saham.

### **3. Leadership (Kepemimpinan)**

Edy Suharto (2010) mengemukakan bahwa, kepemimpinan merupakan titik sentral dan penentu kebijakan dalam organisasi. Dalam mengimplementasikan programnya, peran pimpinan sangat menentukan berhasil atau tidaknya program yang akan direalisasikan.

Menurut analisa penulis dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat dikemukakan bahwa *top management* (pimpinan) memberikan dukungan penuh kepada pelaksana programnya melalui kebijakan dan arahan. Kepedulian dan peran serta pimpinan tentu saja berdampak besar terhadap keberhasilan pelaksanaan suatu program. Terlebih lagi, DABAMAS (CSR) ini merupakan bentuk program perusahaan yang dinilai penting dan memiliki banyak kendala maupun resiko dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, dukungan dan peran serta pimpinan sangat berpengaruh dan diperlukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan.

### **4. Transparansi dan Akuntabilitas**

Transparansi dan akuntabilitas adalah bentuk kewajiban perusahaan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosialnya. Laporan pertanggungjawaban ini berisi laporan pelaksanaan program selama satu tahun terakhir, dan harus dilaporkan dalam RUPS (Hadi, 2011: 206)

Transparansi dan akuntabilitas adalah prinsip pengelolaan DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri yang dituangkan dalam bentuk Laporan Triwulan CSR, dan keseluruhan Laporan Triwulan CSR selama satu tahun dimasukkan ke dalam Laporan Tahunan (*annual report*). Yang bertugas membuat Laporan Triwulan CSR adalah *corporate secretary*. Sedangkan untuk pembuatan laporan CSR di Laporan Tahunan (*annual report*) diserahkan kepada Tim Laporan Tahunan yang sudah dibentuk Bank Riau Kepri.

#### **5. Monitoring dan Evaluasi**

CSR butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para *stakeholders*. Dengan demikian, kualitas perencanaan praktik CSR tergantung pada analisis perusahaan terhadap *stakeholders*.

Wibisono (2007) menyatakan bahwa perencanaan program menjadi penting karena dapat dijadikan arah untuk melaksanakan program CSR. Di samping itu, perencanaan juga menentukan strategi mana yang lebih efektif untuk dilakukan. Tahap perencanaan program seperti yang penulis jelaskan sebelumnya, dilakukan saat *corsec* menganalisa kebutuhan, dan uji kelayakan proposal masyarakat. Yang kemudian di koreksi oleh Pimpinan Divisi dan Direksi.

Monitoring adalah tahap pengawasan terhadap penyaluran dan pemanfaatan dana CSR. Yang bertugas *memonitoring* pelaksanaan CSR Bank Riau Kepri adalah Kantor Cabang dengan dibantu oleh Grup CSR atau Jasa Konsultan. Dimana pada tahapan ini dilakukan analisis atas kegiatan dan laporan pertanggungjawaban penggunaan dana CSR.

Langkah penting selanjutnya setelah membuat perencanaan dan *monitoring* CSR adalah merencanakan sistem dan metode evaluasi. Sebagai suatu program, CSR membutuhkan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan di masa depan, dan sekaligus menentukan tingkat capaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi.

Melihat berbagai dimensi tersebut di atas, evaluasi program CSR penting untuk dilaksanakan. Paling tidak, evaluasi merupakan usaha *preventif* munculnya kesalahan maupun kekurangefektifan program. Karena mengingat bahwa di lapangan pasti akan banyak kendala yang menghadang kelancaran praktik CSR.

Bank Riau Kepri juga melakukan tahapan ini, dengan dibantu oleh Kantor Cabang dan Grup CSR (Jasa Konsultan). Evaluasi dilakukan terhadap laporan dan hasil dari *monitoring* sebelumnya. Tim akan mengidentifikasi kendala, dan permasalahan yang menghambat kelancaran penyaluran dana CSR. Kemudian merancang rencana strategis untuk menghindari permasalahan yang sama pada pelaksanaan CSR berikutnya.

Menurut hemat penulis, langkah-langkah yang dilakukan Bank Riau Kepri dalam pelaksanaan CSRnya ini sudah tepat. Terlebih lagi dilibatkan pihak ketiga untuk mengawasi, mengevaluasi dan melaporkan hasil program CSR. Hal ini sebagai antisipasi terhadap penyelewengan atau pemanfaatan dana oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan pribadi dan lainnya.

## **6. Keberlanjutan**

CSR berhubungan erat dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan. Baik untuk saat ini maupun untuk jangka panjang (Solihin, 2011: 195).

Masyarakat tentunya mengaharapkan pelaksanaan CSR yang berkelanjutan, guna mewujudkan “pembangunan yang berkelanjutan”. Setiap perusahaan yang bertanggung jawab dan benar-benar peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, tentu akan melaksanakan program CSR secara kontiniu (berkesinambungan). Hal ini juga mesti didukung oleh ketersediaan dana bantuan (rutin), perencanaan program yang strategis, dan praktik CSR yang baik (Hadi, 2011: 112).

Dalam mengimplementasikan program sosialnya, Bank Riau Kepri dinilai cukup memperhatikan keberlanjutan program. Hal ini terbukti dengan dilaksanakannya program DABAMAS rutin setiap tahunnya.



Dari hasil wawancara penulis, ditemukan keterangan bahwa Bank Riau Kepri sebenarnya sudah lama melaksanakan program sosialnya. Dan sampai sekarang pun masih tetap berjalan. Perusahaan pun berharap keberlanjutan program CSR dapat terjaga dengan baik. Dan menjadi kegiatan sosial rutin dalam memberikan kontribusinya kepada masyarakat. Sebagaimana visi yang diusung Bank Riau Kepri yaitu mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi rakyat.

## **7. Hasil Nyata**

Program CSR dikatakan berhasil jika ditemukan hasil nyata yang dapat ditunjukkan dari pelaksanaan program. Seperti banyaknya macam kegiatan yang dilakukan. Dari hasil pengumpulan data penulis melalui dokumentasi, maka diperoleh data mengenai kegiatan-kegiatan CSR Bank Riau Kepri selama tahun 2012.

Jumlah keseluruhan bantuan pada DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri tahun 2012 adalah Rp. 1.151.433.000, yang disalurkan pada 351 macam bantuan, antara lain bidang kegiatan:

1. Lingkungan
2. Bidang Pendidikan
3. Bidang Sosial
4. Bidang kesehatan
5. Bidang Keagamaan
6. Kepemudaan dan Olahraga
7. Seni Budaya

## **B. Dampak CSR dalam Meningkatkan Citra**

### **1. Penilaian Positif Masyarakat**

Citra adalah tujuan utama sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Penilaian atau tanggapan positif yang datang dari masyarakat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap citra perusahaan atau organisasi yang diwakili oleh pihak humas. Biasanya landasan citra itu berakar pada nilai-nilai kepercayaan yang konkret diberikan secara individual (Ruslan, 2003:68).

Citra perusahaan adalah hasil penilaian masyarakat terhadap perusahaan. Salah satu usaha pencapaian citra perusahaan adalah diperoleh melalui pelaksanaan program CSR. Dalam hal ini *corsec* Bank Riau Kepri (yang berkedudukan sama dengan humas), bertugas untuk membangun citra perusahaan melalui program kerjanya, menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Wujud hubungan baik ini adalah melalui praktik CSR. Pelaksanaan program CSR yang baik, diharapkan dapat menangkal hal-hal negatif atau persepsi buruk masyarakat terhadap Bank Riau Kepri.

Sebagaimana yang diungkapkan Wibisono (2007) dalam bukunya, “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR”, menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program Corporate Social Responsibility, yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *image* perusahaan
2. Layak mendapatkan *sosial licence to operate*

3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya
5. Membentangkan Akses Menuju Market
6. Mereduksi Biaya
7. Memperbaiki Hubungan dengan Stakehoder
8. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Berdasarkan keterangan dari *informan* kunci, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan CSR dapat dijadikan penilaian positif masyarakat terhadap perusahaan. Karena masyarakat akan menilai perusahaan bersikap dermawan dan memiliki jiwa sosial yang baik. Inilah salah satu manfaat dari pelaksanaan program CSR di setiap perusahaan. Penilaian positif yang diperoleh perusahaan, tentu berdampak terhadap pencitraan. Semakin baik perusahaan di mata masyarakat, maka akan semakin baik pula citra yang lekat kepada perusahaan.

Tanggapan dari *informan* pelengkap senada dengan keterangan di atas. Mereka merasa senang dan berterima kasih atas bantuan yang diberikan. Rasa senang dan terima kasih ini tentu saja merupakan penilaian positif dari masyarakat. Hal ini berarti *kognisi* masyarakat telah berhasil terpengaruhi oleh perusahaan, sehingga memberikan respons berupa perasaan senang dan terima kasih.

## **2. Peningkatan Jumlah Nasabah**

Sebagaimana proses pembentukan citra yang dikemukakan Hawkins (dalam Panji, 2008), bahwa pada akhirnya citra perusahaan yang terbentuk, akan menentukan perilaku obyek (masyarakat) dalam hubungannya dengan perusahaan. Wibisono (2007) juga berpendapat bahwa citra positif yang sudah diperoleh bisa dijadikan aset yang sangat berharga bagi perusahaan untuk mendapatkan dukungan masyarakat dan menjaga keberlangsungan bisnisnya.

Berdasarkan keterangan dari informan bahwa, sejauh ini *image* Bank Riau Kepri semakin baik dan dikenal. Terbukti dengan bertambahnya jumlah nasabah Bank Riau Kepri, terutama nasabah di daerah-daerah. Dan jumlah proposal bantuan pun semakin meningkat setiap tahunnya. Ini merupakan indikasi bahwa masyarakat sudah semakin mengenal dan mengetahui keberadaan perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, serta analisis penulis tentang “Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Riau Kepri dalam Meningkatkan Citra Perusahaan”, maka diperoleh beberapa kesimpulan berikut.

Bank Riau Kepri sudah menjalankan program sosialnya sejak awal didirikan. Seiring dengan perkembangan waktu dan kebijakan pemerintah, maka Bank Riau Kepri menggunakan istilah CSR untuk program sosialnya. Bentuk praktik dari CSR itu sendiri disebut DABAMAS (Dana Bantuan Masyarakat). Terdapat tujuh macam bidang kegiatan DABAMAS, antara lain: bidang pendidikan, sosial, kesehatan, lingkungan, keagamaan, kepemudaan dan olahraga, dan seni budaya.

Pihak yang bertanggung jawab sebagai pengelola dan pelaksana program DABAMAS (CSR) Bank Riau Kepri adalah bagian *Corporate Secretary* (biasa disingkat *corsec*). Dengan sumber dana programnya berasal dari penyisihan laba perusahaan yang ditetapkan oleh RUPS, hasil bunga deposito dan atau bunga jasa giro program CSR, sisa dana CSR tahun sebelumnya yang belum disalurkan, dan sumber dana lainnya seperti bantuan dari lembaga atau instansi lain yang tidak bertentangan dengan ketentuan dan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam pelaksanaan program ini, peran serta *top management* (pimpinan) Bank Riau Kepridirasakan oleh karyawan (pengelola dan pelaksana program). Hal ini dibuktikan dengan adanya kebijakan dan arahan pelaksanaan program dari pimpinan perusahaan. Kepedulian dan peran serta pimpinan ini berdampak sangat besar terhadap keberhasilan program.

Bank Riau Kepri membuat laporan pertanggung jawaban terkait dengan praktik DABAMAS, dan dituangkan dalam Laporan Triwulan Internal, dan dimuat juga dalam Laporan Tahunan (*annual report*). Yang bertugas membuat laporan ini adalah bagian *corporate secretary*. Selain itu, juga dilibatkan pihak ketiga, yakni Grup CSR atau jasa Konsultan. Grup CSR ini bertugas mengawasi (monitoring), dan mengevaluasi pelaksanaan DABAMAS (CSR).

Bank Riau Kepri sebagai BUMD yang memiliki tujuan untuk mensejahterakan perekonomian masyarakatnya, berharap dan berusaha agar program DABAMAS (CSR) dapat berjalan secara berkesinambungan. Karena sangat besar harapan dari masyarakat terhadap Bank Riau Kepri untuk berperan serta membangun daerahnya. Hasil nyata dari pelaksanaan program DABAMAS (CSR) tahun 2012 adalah terdapat 351 macam saluran dana bantuan untuk berbagai kegiatan amal dan sosial.

Untuk mengukur dampaknya terhadap citra perusahaan, Bank Riau Kepri membenarkan terjadinya peningkatan citra perusahaan di masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah nasabah yang merupakan wujud dari masyarakat mengetahui keberadaan perusahaan

## B. Saran

Sebagai langkah terakhir dari proses penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran maupun masukan berkaitan dengan masalah yang penulis angkat, sesuai dengan kemampuan penulis saat ini. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Bank Riau Kepri sebaiknya meningkatkan program DABAMAS (CSR), dan lebih mengembangkan bentuk-bentuk kegiatan yang telah dilakukan. Serta lebih memberikan ciri dan tema tersendiri untuk setiap program DABAMAS (CSR). Karena setiap program yang dilakukan hendaknya memberikan *impact* yang berarti bagi masyarakat.
2. Bank Riau Kepri sebaiknya lebih mensosialisasikan atau mengkomunikasikan program DABAMAS (CSR), dengan menggunakan media komunikasi. Hal ini bertujuan agar penyaluran dana bantuan lebih merata. Misalnya saja melalui situs resmi Bank Riau Kepri, surat kabar, media sosial, ataupun penyampaian informasi langsung kepada nasabah (berupa pamflet misalnya). Karena, apabila Bank Riau Kepri berhasil memilih media yang tepat untuk mengkomunikasikan program CSRnya, kemudian memilih isu-isu CSR yang tepat pula, maka pada akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan citra.
3. Citra yang telah dibangun oleh Bank Riau Kepri selama ini diharapkan dapat dipertahankan bahkan ditingkatkan, karena hal tersebut akan memberikan *point* tersendiri bagi kelangsungan usaha Bank Riau Kepri. Prestasi-prestasi yang telah Bank Riau Kepri dapatkan hendaknya

dijadikan sebagai tolak ukur dan juga pedoman dalam setiap kegiatan usaha, karena dengandemikian akan terbentuk suatu pandangan atau kesan yang baik dari masyarakat sehingga dapat membangun citra yang baik. Karena citra positif memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Cutlip, Scott M., Allen H.Center, Glen M.Broom. 2000. *Effective Public Relations*. Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Joko, Subagyo. 1999. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa). 1995. Jakarta: Balai Pustaka
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moore, Frazier. 2000. *Hubungan Masyarakat (Prinsip, Kasus, dan Masalah)*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nawawi, Hadari. 1993. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia
- Pardede, Marulak. 1998. *Likuidasi Bank dan Perlindungan Nasabah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Solihin, Ismail. 2011. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Subakti, Panji. 2008. *Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan pada PT Telkom Tbk Pusat*. Universitas Komputer Indonesia. Skripsi
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Jawa Timur: Fascho Publishing

**Sumber Lainnya (Internet):**

- Bank Riau Kepri, 2013, *Annual Report Bank Riau Kepri 2012*, <http://www.bankriaukepri.co.id>, diakses pada 5 Juni 2013
- Fahreza Putra, 2012, *CSR dan Penerapannya di Indonesia*, <http://fahreza-putra.blogspot.com/2012/06/jurnal-csr-dan-penerapannya-di.html>, diakses pada 20 Oktober 2012
- Frits R. Dimu Heo, 2010, *Perluakah CSR di BPD?*, <http://csrperbankanindonesia.blogspot.com/>, diakses pada 17 Oktober 2012
- Muhammad Badri, 2009, *Peran PR dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program CSR*, <http://ruangdosen.wordpress.com/>, diakses pada 11 November 2012
- Sambutan Menteri Lingkungan Hidup, Rachmat Witoelar pada Seminar Sehari “A Promise of Gold Rating Sustainable CSR”, diambil dari: <http://www.menlh.go.id>, diakses pada 20 Oktober 2012
- Wikipedia, 2013, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, [http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung\\_jawab\\_sosial\\_perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan), diakses pada 20 Maret 2013