



## BAB 1

### PENDAHULUAN

Pada Bab I ini terdiri dari 6 sub bab yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Pada latar belakang masalah, peneliti menguraikan penjelasan singkat mengenai alasan dilakukan penelitian ini. Setelah itu maka peneliti mampu mengidentifikasi beberapa pertanyaan seputar latar belakang masalah tersebut, memilih masalah yang akan diteliti, dan merumuskan tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini memiliki batasan penelitian yang mengarahkan peneliti untuk lebih fokus terhadap masalah penelitian agar diharapkan pada akhirnya penelitian ini dapat memberikan manfaat penelitian bagi pihak lain.

#### A. Latar Belakang Masalah

Sistem keuangan merupakan suatu sarana penting dalam peradaban modern. Tugas utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada peminjam, di samping digunakan untuk aktivitas membeli barang dan jasa sehingga aktivitas ekonomi dapat tumbuh dan berkembang serta meningkatkan standar kehidupan. (Abdullah dan Tantri, 2014:1). Lembaga keuangan bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan yang paling lengkap. Di samping menyalurkan dana, bank juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan serta memberikan jasa-jasa keuangan lainnya (Kasmir, 2014:5).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam Statistik Perbankan Indonesia bulan Juli 2016, tercatat jumlah bank umum sebanyak 118 dan



jumlah kantor bank umum sebanyak 32.772. Angka tersebut menunjukkan peranan bank yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.

Salah satu bank umum yang ingin penulis teliti kali ini adalah mengenai Bank Mandiri. Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia ([www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)).

Sejak akhir Juni 2016, layanan perbankan Bank Mandiri dapat dinikmati melalui 2.472 kantor cabang, 2.159 unit mikro serta 17.461 unit ATM yang tersebar di seluruh Indonesia ([www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)). Bank Mandiri merupakan salah satu bank yang mampu menggenjot pertumbuhan aset di tengah pelemahan ekonomi nasional pada kuartal ketiga tahun 2015, sehingga Bank Mandiri berhasil menduduki peringkat pertama Bank Pemilik Aset Terbesar ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)). Tabel 1.1 merupakan tabel sepuluh bank dengan peringkat aset terbesar hingga September 2015.

**Tabel 1.1**  
**Sepuluh Bank dengan Peringkat Aset Terbesar**

No	Nama Bank	Jumlah Aset
1	Bank Mandiri	Rp 905,76 triliun
2.	BRI	Rp 802,30 triliun
3.	BCA	Rp 584,44 triliun
4.	BNI	Rp 456,46 triliun
5.	Bank CIMB Niaga	Rp 244,28 triliun
6.	Bank Danamon	Rp 195,01 triliun
7.	Bank Permata	Rp 194,49 triliun
8.	Bank Panin	Rp 182,23 triliun
9.	BTN	Rp 166,04 triliun
10.	Bank Maybank Indonesia	Rp 153,92 triliun

Sumber : [www.kompas.com](http://www.kompas.com)



Tidak hanya berfokus dalam memberikan pelayanan sebagai lembaga keuangan, Bank Mandiri juga melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Undang-Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007, pengertian CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Peraturan CSR di perbankan ditetapkan oleh Gubernur Bank Indonesia pada pertemuan tahunan perbankan pada tanggal 18 Januari 2008, yang menyatakan bahwa wajib untuk menerapkan program CSR bagi setiap bank. Bank Indonesia berpandangan bahwa CSR industri perbankan dapat terarah pada upaya-upaya strategis dalam proses pembentukan masa depan bangsa.

Sejak tahun 2007, program CSR Bank Mandiri diselaraskan dengan *corporate objective* dan dilaksanakan secara terarah, terstruktur dan berkelanjutan. Fokus utama dari program CSR Bank Mandiri adalah untuk mendorong pertumbuhan tingkat kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, secara konsisten Bank Mandiri terus mencari peluang untuk menyempurnakan strategi dan implementasi program CSR. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan ujung tombak pelaksanaan CSR Bank Mandiri. PKBL yang dilakukan antara lain Pinjaman Program Kemitraan, Pembinaan Mitra Binaan, Wirausaha Mandiri, Mandiri Bersama Mandiri, Mandiri Peduli Pendidikan, Fasilitas Ramah Lingkungan, dan program lainnya yang berkaitan dengan peningkatan kesehatan, kepedulian terhadap bencana alam, pembangunan sarana ibadah dan sarana serta prasarana umum ([csr.bankmandiri.co.id](http://csr.bankmandiri.co.id)).

Program CSR yang dilaksanakan oleh Bank Mandiri masih terdapat beberapa kelemahan. Salah satunya adalah program *workshop* Wirausaha Muda Mandiri. Menurut keterangan dalam *Annual Report* Bank Mandiri tahun 2015, *workshop* Wirausaha Muda Mandiri hanya dilaksanakan di kota Jakarta. Padahal dibandingkan dengan tahun



sebelumnya, *workshop* diadakan di beberapa kota besar lainnya di Indonesia seperti Surabaya, Medan, Semarang, Makassar, Bandung, Yogyakarta, Manado, Malang, Banjarmasin, Palembang, Denpasar, Bogor, Ambon, Jayapura, Balikpapan, Lampung dan Mataram. *Workshop* ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan inspirasi kepada generasi muda melalui *sharing experience* dari para pakar dan pengusaha nasional yang tampil sebagai narasumber.

Kekurangan juga masih terdapat dalam kegiatan Mandiri Bersama Mandiri (MBM) yang dilaksanakan di Mrican pada tahun 2013. Novia Marwah (2015) dalam penelitiannya mengatakan bahwa secara garis besar ada tiga program MBM yang dilaksanakan, yaitu pengembangan pertanian perkotaan, program pengembangan usaha kecil mikro dan menengah (UMKM), serta program pengembangan fasilitas publik. Memang tidak dipungkiri, hasil fisik dan non fisik dirasakan oleh warga Mrican, akan tetapi dalam pelaksanaannya terdapat kendala seperti adanya masyarakat yang merasa didiskriminasi, karena warga dari beberapa RT di Mrican mengaku tidak diajak mengikuti pelatihan UMKM.

Adapun dalam program kemitraan Bank Mandiri, Padmanisa dan Harahap (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa selama tahun 2009-2011, Bank Mandiri mengalami penurunan kinerja dalam penagihan piutang pinjamannya. Hal ini terjadi karena Bank Mandiri kurang memiliki kontrol yang baik dalam penagihan piutangnya. Banyak juga mitra binaan yang tidak berhasil dalam menjalankan usahanya sehingga tidak mampu membayar hutang. Hal ini juga menunjukkan bahwa Bank Mandiri belum bisa melakukan kegiatan *monitoring* yang baik atas kegiatan usaha mitra binaannya. Kesalahan persepsi pun sering terjadi dimana mitra binaan berasumsi bahwa dana program kemitraan yang diberikan tidak harus dikembalikan sehingga tidak ada itikad untuk mengembalikan pinjaman tersebut.



Menurut Melo dan Garrido (dalam Hur *et al.* 2014) keuntungan perusahaan dari terlibat dalam kegiatan CSR tidak hanya untuk mendapatkan kesadaran, sikap, dan rasa keterikatan dari pelanggan yang menguntungkan, tetapi perusahaan juga membangun *corporate image* dan *good reputation* dalam jangka panjang. Menurut Lai *et al.* (dalam Hur *et al.* 2014), dalam literatur akademik dikatakan CSR memiliki pengaruh terhadap *corporate reputation* dan *brand equity*. *Corporate reputation* adalah aset tak berwujud perusahaan yang berharga (Branco dan Rodrigues, dalam Hur *et al.* 2014). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:243), *brand equity* adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan layanan yang dapat tercermin dari cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak dalam hubungannya dengan merek dan juga harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang diberikan merek bagi perusahaan. Teori dari peneliti sebelumnya menjadi dasar pemikiran bahwa CSR berpengaruh terhadap *Corporate Reputation* dan *Corporate Brand Equity*.

CSR juga berpengaruh dalam meningkatkan *brand credibility*. Menurut Aaker (dalam Siagian 2012), konsep *brand credibility* memiliki dua dimensi yaitu kelayakpercayaan (*trustworthiness*) dan kepiawaian (*expertise*). CSR yang dirasakan dari perusahaan akan menimbulkan kesan yang baik dan rasa percaya (Pivato *et al.*, dalam Hur *et al.* 2014) serta menyakinkan pelanggan bahwa perusahaan memiliki kompetensi manajemen yang lebih baik (McWilliams dan Siegel, dalam Hur *et al.* 2014). Oleh sebab itu penulis beranggapan CSR memiliki pengaruh terhadap *Corporate Brand Credibility*.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul *Peran Mediasi Corporate Brand Credibility dan Corporate Reputation terhadap Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Corporate Brand Equity pada Bank Mandiri*.



## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah seperti :

1. Apakah CSR Bank Mandiri penting untuk masyarakat Indonesia?
2. Apakah CSR Bank Mandiri telah diimplentasikan dengan baik?
3. Apakah masyarakat Indonesia merasa puas dengan program CSR Bank Mandiri?
4. Apakah Bank Mandiri konsisten dalam menjalankan CSR?
5. Apakah CSR memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri?
6. Apakah CSR memengaruhi *corporate brand credibility* pada Bank Mandiri?
7. Apakah CSR memengaruhi *corporate reputation* pada Bank Mandiri?
8. Apakah *corporate brand credibility* memengaruhi *corporate reputation* pada Bank Mandiri?
9. Apakah *corporate brand credibility* memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri?
10. Apakah *corporate reputation* memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan, penulis membatasi masalah – masalah yang akan diteliti, antara lain :

1. Apakah CSR memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri?
2. Apakah CSR memengaruhi *corporate brand credibility* pada Bank Mandiri?
3. Apakah CSR memengaruhi *corporate reputation* pada Bank Mandiri?
4. Apakah *corporate brand credibility* memengaruhi *corporate reputation* pada Bank Mandiri?



5. Apakah *corporate brand credibility* memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri?

6. Apakah *corporate reputation* memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri?

#### D. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah Bank Mandiri.
2. Subjek penelitian ini adalah individu yang mengetahui program CSR yang dijalankan oleh Bank Mandiri.
3. Variabel yang diteliti yaitu *corporate social responsibility*, *corporate brand credibility*, *corporate reputation*, dan *corporate brand equity*.
4. Periode penelitian yaitu Oktober 2016 hingga Januari 2017.

#### E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah CSR memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri.
2. Untuk mengetahui apakah CSR memengaruhi *corporate brand credibility* pada Bank Mandiri.
3. Untuk mengetahui apakah CSR memengaruhi *corporate reputation* pada Bank Mandiri.
4. Untuk mengetahui apakah *corporate brand credibility* memengaruhi *corporate reputation* pada Bank Mandiri.
5. Untuk mengetahui apakah *corporate brand credibility* memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Untuk mengetahui apakah *corporate reputation* memengaruhi *corporate brand equity* pada Bank Mandiri.

## F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis memiliki harapan perusahaan dapat mengevaluasi program CSR untuk meningkatkan *corporate brand credibility* dan *corporate reputation* yang mendukung terbentuknya *corporate brand equity* yang kuat.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan tambahan bagi masyarakat luas dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.