



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi. Berdasarkan pengertiannya bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (bank). Perbankan Indonesia juga memiliki tujuan yaitu, menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. (Sumber: www.bi.go.id, Undang – Undang BI)

Penjamin Simpanan (LPS) menyatakan, kondisi perbankan Indonesia secara umum masih dalam kategori sehat dan aman. Hal ini ditunjukkan melalui beberapa data indicator perbankan yang tercatat menjadi salah satu yang terbaik di dunia. Kinerja perbankan Indonesia sangat bagus, ditandai dengan resiko kecukupan modal yang berada pada level 21 persen. Dengan indikator tersebut, perbankan Indonesia masih sehat. (www.bisnis.liputan6.com)

Perbankan tidak hanya berfungsi sebagai penunjang pelaksanaan pembangunan nasional tetapi juga harus memperhatikan masalah lingkungan sosial masyarakat. Perkembangan *corporate social responsibility (CSR)* sedang menjadi *trend* di Indonesia. Perusahaan yang melakukan *corporate sosial responsibility (CSR)* semakin banyak. Ada banyak kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menerapkan sistem CSR seperti, amal (*charity*) maupun pembedayaan (*empowerment*).

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.



Tabel 1.1

Hasil Top Brand 2016 Kategori Banking & Finance (Tabungan Berjangka)

Merek	Top Brand Index
Bank BCA	26.1%
Bank Mandiri	24.8%
Bank BRI	21.1%
Bank BNI	15.3%

Sumber: www.topbrand-award.com

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia. Bank BRI sebagai perusahaan publik yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Negara, memiliki tanggung jawab sosial yang besar, tidak saja terhadap keberlanjutan usaha perusahaan dalam jangka panjang, namun juga dalam hal turut memberikan sumbangsih terhadap peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat yang seluas-luasnya

Bangga BERINDONESIA merupakan bagian dari program BRI Peduli yang dibentuk karena melihat banyak kelebihan yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. BRI Peduli dibentuk memberi sesuatu untuk kemajuan dan kesejahteraan bangsa Indonesia. Secara teknis program BRI Peduli terdiri atas tujuh program, yaitu pertama program Indonesia cerdas, yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia seperti beasiswa yang diberikan kepada masyarakat berprestasi namun tidak mampu, kedua adalah program Indonesia sehat, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas masyarakat prasarana umum seperti menyalurkan bantuan alat kateterisasi untuk pelayanan *kardiovaskular*, ketiga adalah program Indonesia membangun, yang diwujudkan melalui pembangunan sarana dan prasarana umum, keempat adalah program Indonesia bertakwa, yang diwujudkan dalam bentuk pembangunan sarana ibadah serta pusat keagamaan seperti pembangunan masjid, kelima adalah program

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.



Indonesia lestari, yang diwujudkan dalam bentuk kegiatan pelestarian lingkungan, keenam adalah program Indonesia peduli, yang diwujudkan dalam bentuk bantuan tanggap darurat bencana, ketujuh adalah program Indonesia sejahtera, yang diwujudkan dalam bentuk pengentasan kemiskinan

Tanggung jawab sosial BRI merupakan mengenai dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) BUMN. Kegiatan BL BRI diprioritaskan kepada kegiatan yang bersifat pemberdayaan sehingga dapat memberikan impact kepada lingkungan. Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, BRI melakukan koordinasi dengan berbagai pihak (baik pihak internal maupun eksternal) agar penyaluran dapat tepat sasaran dan tepat guna. Diharapkan setiap bantuan yang diberikan oleh BRI melalui program BRI Peduli dapat memberikan manfaat yang besar bagi seluruh lapisan masyarakat.

Dalam menjalankan program *corporate sosial responsibility (CSR)*, Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki beberapa kendala atau masalah seperti tidak semua pihak atau masyarakat bisa mendapatkan bantuan beasiswa. Yang berhak mendapatkan bantuan beasiswa adalah mereka yang berada di wilayah terdepan, terpencil, dan terluar seperti wilayah Indonesia bagian Timur yang bisa mendapatkan bantuan beasiswa. Selain program ini ada juga program lainnya yang masih belum maksimal dilakukan (www.bri.co.id/news). Hal ini dapat dilihat adanya keluhan atau kritikan dari masyarakat mengenai bantuan kepada masyarakat nelayan pesisir di Tanjung Tiram kabupaten Batu Bara, Sumatra Utara, yang dimana ada satu cabang BRI yang sudah aktif disana namun belum memberikan dampak yang berpengaruh bagi masyarakat pesisir.

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



Jika masalah CSR yang terjadi pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) terus dibiarkan maka akan berdampak terhadap *corporate brand credibility*. Menurut McWilliams dan Siegel (dalam Hur, Kim, dan Woo, 2014) kegiatan CSR dalam meyakinkan konsumen bahwa perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Kredibilitas merek merupakan dua dimensi yang terdiri dari kepercayaan dan keahlian (Newell dan Goldsmith, dalam Hur *et al.*, 2014). dapat disimpulkan jika CSR terlihat kurang baik di masyarakat tentu akan berdampak pada *corporate brand credibility*. Sehingga CSR yang dirasakan oleh masyarakat dari sebuah perusahaan dapat mempengaruhi kredibilitas perusahaan di luar kepercayaan perusahaan.

Reputasi perusahaan adalah akibat dari tindakan manajemen perusahaan dan perilaku, dan keterlibatan CSR dapat menjadi tindakan yang paling efektif untuk mendapatkan keuntungan kompetitif (Melo dan Garrido-Morgado dalam Hur *et al.*, 2014). CSR tidak hanya berpengaruh terhadap kredibilitas perusahaan tetapi juga terhadap reputasi perusahaan. Bahwa keterlibatan perusahaan dalam kegiatan CSR meningkatkan reputasi perusahaan (Fombrun dalam Hur *et al.*, 2014). Melo dan Garrido Morgado (dalam Hur *et al.*, 2014) telah menyarankan bahwa reputasi berperan sebagai sinyal karakteristik kunci perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk mempertahankan reputasi perusahaan.

Ekuitas merek mengacu pada nilai tambah untuk produk berdasarkan merek (Yoo dan Donth dalam Hur *et al.*, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa ekuitas merek yang berharga berasal dari pemenuhan ekspektasi konsumen. Dengan demikian, perilaku yang bertanggung jawab secara sosial perusahaan bisa menjadi bagian dari ekuitas mereknya. Persepsi konsumen tentang kegiatan CSR mengarah kepada

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.



kesadaran merek yang positif, sehingga perlunya memiliki CSR yang berdampak positif untuk membangun ekuitas merek yang baik.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, bahwa CSR berpengaruh terhadap kredibilitas merek, dengan kata lain konsumen akan menghargai merek ketika mereka percaya terhadap kegiatan CSR yang dilakukan. Erdem dan Swait (dalam Hur *et al.*, 2014) telah meneliti bahwa kredibilitas merek memainkan peranan penting dalam membangun ekuitas merek. Tidak hanya itu saja, hubungan antara CSR dan reputasi yang dimediasi oleh kredibilitas merek perusahaan juga menjadi unsur penting. Semakin banyak perusahaan yang dianggap memiliki CSR yang tinggi, semakin besar kepercayaan kredibilitas merek. Hubungan antara CSR dan ekuitas merek perusahaan yang dimediasi oleh reputasi perusahaan juga terbukti dimana CSR membantu perusahaan membentuk hubungan baik dengan para pemangku kepentingan dan membangun modal reputasi yang meningkatkan kinerja mereka (Fombrun dalam Hur *et al.*, 2014).

Berdasarkan uraian diatas, penulis berminta untuk melakukan penelitian tentang *Analisis Dampak Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Brand Equity dengan Corporate Brand Credibility dan Corporate Brand Reputation Sebagai Pemediasi pada Bank Rakyat Indonesia (BRI)*

B. Identifikasi Masalah

Penelitian mengidentifikasi beberapa masalah terkait dengan latar belakang penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana respon masyarakat mengenai *corporate social responsibility* pada Bank Rakyat Indonesia?

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



2. Apakah Bank Rakyat Indonesia sudah konsisten dalam menjalankan CSR?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand credibility* pada Bank Rakyat Indonesia?
4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia?
5. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
6. Apakah *corporate brand credibility* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
7. Apakah *corporate brand reputation* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
8. Apakah *corporate brand credibility* berpengaruh terhadap *corporate brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia?

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Batasan Masalah

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

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand credibility* pada Bank Rakyat Indonesia?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
4. Apakah *corporate brand credibility* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?



5. Apakah *corporate brand reputation* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
6. Apakah *corporate brand credibility* berpengaruh terhadap *corporate brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia?

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Batasan Penelitian

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

1. Objek penelitian adalah program CSR Bank Rakyat Indonesia.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui program CSR yang dijalankan oleh Bank Rakyat Indonesia
3. Variable yang diteliti yaitu *corporate social responsibility, brand credibility, brand reputation, dan brand equity*.
4. Responden adalah konsumen yang mengetahui program CSR dari Bank Rakyat Indonesia
5. Periode penelitian yaitu Oktober 2016- Januari 2017

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan peneliti, peneliti merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

“Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate brand equity* dengan *corporate brand credibility* dan *corporate brand reputation* sebagai pemediasi pada Bank Rakyat Indonesia?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian pada perbankan ini untuk mengetahui:



1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *corporate brand credibility* pada Bank Rakyat Indonesia?
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *corporate brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia?
3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
4. Untuk mengetahui pengaruh *corporate brand credibility* terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
5. Untuk mengetahui pengaruh *corporate brand reputation* terhadap *corporate brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia?
6. Untuk mengetahui pengaruh *corporate brand credibility* terhadap *corporate brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia?

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait dengan penelitian:

1. Bagi Perbankan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen Bank Rakyat Indonesia dalam mengevaluasi pentingnya *corporate social responsibility* dalam perusahaan perbankan, antara lain:

- a. Mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand credibility* pada Bank Rakyat Indonesia
- b. Mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity* melalui *brand credibility* pada Bank Rakyat Indonesia
- c. Mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia



- d. Mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity* melalui *brand reputation* pada Bank Rakyat Indonesia
- e. Mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity* pada Bank Rakyat Indonesia

2. Bagi pihak lain

- a. Bagi mahasiswa atau peneliti, hasil ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam melakukan penelitian dengan topik *corporate social responsibility, brand credibility, brand reputation* dan *brand equity*.
- b. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademika.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.