

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Buruknya keadaan lingkungan dan tingkat kesejahteraan masyarakat akibat ulah perusahaan yang selama ini hanya mencari keuntungan semata dan tidak memperhatikan lingkungan sekitar (alam, sosial) membuat banyak perusahaan sekarang sadar akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan beroperasi. Karena tolak ukur keberhasilan perusahaan bukan hanya di ukur melalui tingkat *profit* saja melainkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan demi melestarikan alam dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan, meskipun tidak ada keuntungan yang secara langsung di dapatkan perusahaan dari melakukan program CSR namun dengan program CSR perusahaan secara tidak langsung akan memperoleh citra yang baik di benak masyarakat, Karena dengan program CSR yang baik akan menimbulkan pemikiran yang positif bagi masyarakat sekitar maupun masyarakat luas sehingga dengan pemikiran yang positif dari masyarakat maka akan terbentuklah suatu citra yang baik bagi perusahaan.

Dengan citra yang baik tentunya akan membuat tingkat penjualan akan merangkak naik dengan sendirinya dan juga akan mendatangkan investor-investor baru yang tidak hanya ingin mencari tingkat keuntungan namun yang sudah peduli akan lingkungan di sekitarnya.

Menurut Susanto (dalam Nugroho, 2011:11) citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek. Dimana hal ini menyangkut bagaimana seorang konsumen menggambarkan apa yang mereka rasakan mengenai merek tersebut ketika mereka memikirkannya. (Nugroho, 2011:9). Citra merek sering direferensikan sebagai aspek psikologis, yaitu citra yang dibangun dalam alam bawah sadar konsumen melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan melalui produk atau jasa. (Nugroho, 2011:9) Menurut UUPT 2007 pengertian CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggung jawab sosial dan lingkungan 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. Menurut (Kotler & Nance, 2005) mendefinisikannya sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi. Menurut (Widjaja & Yeremia, 2008) CSR merupakan bentuk kerjasama antara

perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pada penelitian terdahulu yang berjudul “*Corporate Social Responsibility Berdampak Positif Pada Brand Image (Study Kasus Mengenai Corporate Social Responsibility Bank HSBC Indonesia)*” yang ditulis oleh Agung Laksamana. Beliau adalah mantan senior *Vice President Group of Communication* of HSBC Bank Indonesia. Dalam penelitian tersebut membahas bagaimana *Corporate Social Responsibility* melalui programnya bisa membawa citra positif pada *brand image* perusahaan. (Ardianto. 2011: 271-274). Pada penelitian lainnya dalam jurnal yang berjudul *Astra Membangun Citra Peduli Melalui Corporate Social Responsibility*. Pada awalnya Astra memiliki *image* sebagai perusahaan yang baik dan menjadi idaman untuk bekerja dan berkarier. Namun, Astra mulai membangun citra peduli melalui penerapan “*Corporate Social Responsibility Astra Berbagi Bersama Bangsa*”. (Setiawan. 2012: 72-73). Berdasarkan manfaat dari CSR disebutkan bahwa program CSR dapat mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan, Karena begitu pentingnya program CSR terhadap pembentukan Citra perusahaan. Manfaat dari *Corporate Social Responsibility* tersebut yaitu

disampaikan oleh Wibisono (2007: 23) yang mengungkapkan 10 manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility*, yakni :

1. Mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social license to operate*.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya.
5. Membentangkan akses menuju *market*.
6. Mereduksi biaya.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Bank Mandiri juga mempunyai program CSR yang menjadi pilar bagi Bank Mandiri :

1. Mandiri *Community*
2. Mandiri Pendidikan dan Kewirausahaan
3. Fasilitas Ramah Lingkungan

Mandiri *Community* sendiri adalah program CSR Bank Mandiri yang bertujuan untuk untuk mendorong kemajuan ekonomi dengan membuat masyarakat di daerah memiliki kapasitas produksi dan keuntungan ekonomi , meningkatkan pola aktivitas kreatif dan

produktif yang akhirnya menciptakan perdamaian dan ketertiban umum . Pilar ini diimplementasikan melalui program " Mandiri Bersama Mandiri " dan Mandiri pendidikan dan kewirahusahaan adalah program CSR yang di lakukan Bank Mandiri agar dapat untuk mendukung keberadaan pendidikan yang berkualitas di Indonesia dan menciptakan pemimpin masa depan yang siap dengan persaingan global. Pilar pendidikan dan kewirahusahaan dilaksanakan oleh program Wirausaha Muda Mandiri dan Mandiri Peduli Pendidikan sedangkan program CSR Fasilitas ramah lingkungan bertujuan untuk mewujudkan Indonesia merdeka melalui penyediaan energi terbarukan, penyediaan air bersih dan program penghijauan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lingkungan yang indah dan nyaman. Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu dan manfaat yang di hasilkan oleh CSR membuat penulis merasa tertarik untuk membuat makalah tentang peran CSR terhadap pembentukan Citra perusahaan.

1.2 Pokok Bahasan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok bahasan makalah ini mengenai peran *Corporate Social Responsibility* dalam pembentukan citra Bank Mandiri.

1.3 Tujuan Pembahasan

Tujuan yang diharapkan dari pembahasan ini agar dapat memberikan pemahaman betapa pentingnya CSR terhadap pembentukan citra Bank Mandiri.