

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) SEBAGAI STRATEGI BISNIS
PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA Tbk
(PADA KANTOR WILAYAH BRI MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Derajat Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :
BINAR PILARADIWANGSA
NIM. 125020207111016



**JURUSAN MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN STRATEGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

“PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI STRATEGI BISNIS PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA Tbk (PADA KANTOR WILAYAH BRI MALANG)”

Yang disusun oleh :

Nama : Binar Pilaradiwangsa

NIM : 125020207111016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Strategi

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 09 Agustus 2016 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Dr. Rofiaty, SE, MM

NIP. 19600516 198503 2 002

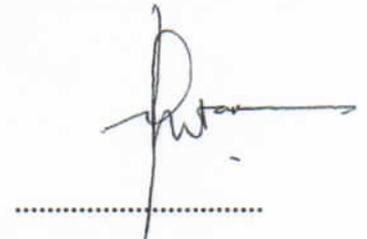
(Dosen Pembimbing)



Dr. Mintarti Rahayu, SE, MS

NIP.19551014 198601 2 001

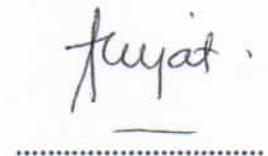
(Dosen Penguji I)



Dr. Wahdiyati Moko, SE, MM

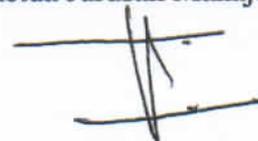
NIP. 19590726 198601 1 001

(Dosen Penguji II)



Malang, 29 Agustus 2016

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Sumiati, SE., M.Si.

NIP. 19590731 198601 2 001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan MT Haryono 165, Malang 65145, Indonesia
Telp. (0341) 551396, 555000, Fax. (0341) 553834
E-mail : feb@ub.ac.id http://www.feb.ub.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : BINAR PILARADIWANGSA
Tempat/Tgl. Lahir : TULUNGAGUNG, 03 NOVEMBER 1993
Nomor Induk : 125020207111016
Jurusan : S-1 Manajemen
Konsentrasi : STRATEGI
Alamat : JL. BUNGA KOPI NO. 15, MALANG

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa **SKRIPSI** berjudul : PENERAPAN CSR SEBAGAI STRATEGI BISNIS PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA Tbk (KANTOR WILAYAH MALANG)

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 19 Juli 2016

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Yang membuat pernyataan

Dr. Rofiaty, SE, MM.
NIP. 19600516 198503 2 002



Binar Pilaradiwangsa
NIM. 125020207111016

RIWAYAT HIDUP

Nama : Binar Pilaradiwangsa
Tempat/Tanggal Lahir : Tulungagung, 03 November 1993
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Bunga Kopi No. 15,
Kecamatan Lowokwaru, Malang
Tinggi dan Berat Badan : 176 cm, 68 kg
Email : adiwangsa.binar@gmail.com



Riwayat Pendidikan Formal :

- TK Aba 4 Kediri (1997 – 2000)
- Sekolah Dasar Negeri Sukorame 2 Kediri (2000 – 2006)
- Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Kediri (2006 – 2009)
- Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Kediri (2009 – 2012)
- Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2012 – 2016)

Pengalaman Organisasi :

- Divisi Acara Try Out Universitas Brawijaya di SMAN 1 Kediri pada tahun 2014
- Penanggung Jawab Try Out Universitas Brawijaya di SMAN 1 Kediri pada tahun 2016

Malang, 26 Agustus 2016

Binar Pilaradiwangsa

**Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Strategi Bisnis Pada
PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (Kantor Wilayah BRI Malang)**

Oleh:

Binar Pilaradiwangsa

Dosen Pembimbing:

Dr. Rofiaty, SE, MM.

Abstrak

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan PT Bank Rakyat Indonesia. Kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Bank BRI berdasarkan konsep *triple bottom line* atau 3P (*profit, people, planet*) adalah sebagai kegiatan bisnis yang menjadi strategi perusahaan di masa yang akan datang dengan membentuk *corporate image*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan ditujukan pada bagian *Business Program* PT Bank Rakyat Indonesia sebagai pelaksana CSR Bank BRI Kantor Wilayah Malang.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan konsep *triple bottom line*, Bank BRI telah melaksanakan kegiatan dengan baik meskipun belum optimal. Namun, dalam kegiatan CSR ini ada satu komponen yang belum dilaksanakan secara optimal, yakni *community and culture*.

Dari hasil penelitian tersebut, penulis dapat memberikan saran yakni (a) memperluas kegiatan CSR sesuai dengan konsep 3P, (b) melakukan kontroling pada setiap kegiatan CSR, (c) pihak BRI harus menyadari bahwa CSR sangat penting untuk tujuan jangka panjang perusahaan guna tercapainya *Good Corporate Governance* (GCG).

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Implementasi CSR, Strategi Perusahaan, *Triple Bottom Line* (3P, *profit, people, planet*)

The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) As a Business Strategy at PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI Malang Regional Office)

By:

Binar Pilaradiwangsa

Supervisor:

Dr. Rofiaty, SE, MM.

Abstract

In this study aims to determine the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) of PT Bank Rakyat Indonesia. CSR activities implemented by Bank BRI is based on the concept of the triple bottom lines or 3P (profit, people, planet) as business activities which become company's strategy in the future to construct corporate image. This study uses qualitative descriptive approach. The data collection of this study was done through interview and documentation. Several interviews were conducted on Business Program of PT Bank Rakyat Indonesia as the department which was in charge of the CSR of Bank BRI Malang Regional Office.

Based on the triple bottom lines, the result of this study demonstrated that BRI had well implemented the CSR program even though it was not yet optimum. The parts of CSR activity that was not yet well implement were community and culture.

From these results, the author proposes some suggestions that BRI has to (a) expand its CSR activities in accordance with the concept of 3P, (b) control every CSR activity, and (c) be aware of CSR as a critical concept to company's long-term goals in order to achieve Good Corporate Governance (GCG).

Keywords : Corporate Social Responsibility (CSR), CSR Implementation, Company Strategies, Triple Bottom Lines

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas karunia dan anugerah-Nya yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi saya dengan judul **“Penerapan CSR Sebagai Strategi Bisnis Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (Pada Kantor Wilayah Bank BRI Malang)”**.

Tujuan penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan penulisan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk, nasehat, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan lancar. Penulis hanya dapat mengucapkan terima kasih, do'a, yang tulus dan rasa hormat penulis tujukan kepada:

1. Allah SWT, karena karunia dan anugerah-Nya yang telah diberikan, sehingga penulisan Skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Candra Fajri Ananda, SE.,M.Sc.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
3. Ibu Dr. Sumiati, SE., MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Ibu Dr. Rofiaty, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ilmu, waktu dan kesabaran dalam penulisan Skripsi ini.

5. Ibu Dr. Mintarti Rahayu, SE, MS, selaku Dosen Penguji I
6. Ibu Dr. Wahdiyat Moko, SE, MM, selaku Dosen Penguji II
7. Ibu Anci Relly, selaku *business program* pada Bank BRI Kantor Wilayah Malang.
8. Kedua Orang Tua saya, Dwi Rajab Januhadi dan Endang Budi Herawati atas do'a, semangat, dan nasehat yang diberikan dalam penulisan Skripsi ini.
9. Kakak saya, Berinda Nareswari atas do'a, semangat, dan nasehat yang diberikan dalam penulisan Skripsi ini.
10. Rizka Ayu Kusuma atas do'a dan semangat yang diberikan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
11. Nabil Ubaida, Sona Putra, Yesi Apriliawati, Andriayu Diaztari, Azaria Ramadhana yang memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.
12. Gevi Auliano, Mufrodatul, Kurniawuri, Diza Nurina yang memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan Skripsi Ini.
13. Semua orang yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dari Skripsi ini, maka dari itu diharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan

Malang, 19 Juli 2016

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	10
2.2.1 Pengertian CSR	10
2.2.2 Sejarah dan Perkembangan CSR.....	13
2.2.3 Dasar Peraturan CSR	16
2.2.4 Manfaat CSR Bagi Perusahaan	19
2.2.5 Tahapan CSR	21
2.2.6 Konsep <i>Triple Bottom Line (3P)</i>	23
2.2.7 <i>Corporate Image</i>	25
2.3 Strategi Bisnis	27
2.3.1 Pengertian Strategi	27
2.3.2 Manajemen Strategi	28
2.3.3 Proses Manajemen Strategi	29
2.3.4 Penerapan CSR Sebagai Strategi Perusahaan	30
2.3.5 Implementasi Strategi CSR	30
2.4 Kerangka Pikir	33
III. METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34

3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3.1	Jenis Data.....	36
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1	Wawancara.....	38
3.4.2	Dokumentasi	38
3.5	Metode Analisis Data.....	39
3.5.1	Mengumpulkan Data.....	39
3.5.2	Melakukan Analisis	40
3.5.3	Menarik Kesimpulan.....	40
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2	Bidang Usaha, Produk dan Layanan	43
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.1.4	Arti Logo Perusahaan.....	48
4.1.5	Pencapaian Aktifitas Bisnis Bank BRI	52
4.2	Bentuk <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) yang dilakukan Bank BRI.....	57
4.2.1	Penjelasan Umum “BANGGA BERINDONESIA”	57
4.2.2	Program CSR Sarana Umum	67
4.2.3	Program CSR Bantuan Bencana Alam	69
4.2.4	Program CSR Pendidikan	70
4.2.5	Program CSR Peningkatan Kesehatan	73
4.2.6	Program CSR Pembangunan Sarana Ibadah	74
4.2.7	Program CSR Pelestarian Alam	75
4.2.8	Program CSR Bidang Sosial	76
4.3	Implementasi CSR BRI dalam membentuk <i>Corporate Image</i>	76
4.3.1	<i>Moralities</i>	77
4.3.2	<i>Management</i>	79
4.3.3	<i>Performance</i>	82

4.4 Pembahasan CSR BRI berdasarkan Konsep 3P (<i>profit, people, planet</i>)	83
4.4.1 <i>Profit</i> atau <i>economic</i>	85
4.4.2 <i>People</i> atau <i>social</i>	90
4.4.3 <i>Planet</i> atau <i>environment</i>	93
V PENUTUP	97
4.5 Kesimpulan	97
4.6 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Rasio Kecukupan Modal.....	55
4.2 Dana Pihak Ketiga	57
4.3 Program-program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bank BRI	78
4.4 Hasil Evaluasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kepada Bank BRI	81
4.5 Realisasi dana program CSR Bank BRI	82
4.6 Program CSR BRI pada <i>profit</i>	89
4.7 Program CSR BRI pada <i>people</i>	92
4.8 Program CSR BRI pada <i>planet</i>	95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pikir	33
4.1 Logo Bank BRI	48
4.2 Logo Sejarah Bank BRI	50
4.3 Logo Lama Bank BRI	51
4.4 Laba Bersih	54
4.5 Bagan Misi Tanggung Jawab Sosial Bank BRI	59
4.6 Alur Pengajuan CSR Bank BRI	63
4.7 Perbandingan Penyaluran CSR Bank BRI Kanwil Malang Tahun 2015	67
4.8 Total Realisasi Program CSR Bank BRI selama 5 tahu terakhir	83
4.9 <i>Triple Bottom Line</i>	84
4.10 Contoh-contoh Pemanfaatan <i>profit</i> Bank BRI	90
4.11 Contoh-contoh Program <i>people</i> Bank BRI	93
4.12 Contoh-contoh Pemanfaatan <i>planet</i> Bank BRI	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia bisnis pada mulanya dianggap sebagai usaha untuk mencapai suatu tujuan yang dinilai dengan pencapaian secara materi. Keberhasilan suatu perusahaan dianggap sudah mencapai puncaknya jika perusahaan tersebut mencapai laba maksimum. Anggapan ini dipegang teguh cukup lama oleh banyak perusahaan swasta maupun non-swasta selama beberapa dekade, tren tersebut berubah perlahan-lahan seiring dengan berubah pula cara pandang perusahaan tersebut tentang pencapaian tujuan perusahaan.

Pada saat ini, dunia bisnis melihat bahwa loyalitas pelanggan, serta *goodwill* perusahaan merupakan suatu bentuk pencapaian tertinggi suatu perusahaan. *Goodwill* suatu perusahaan terjadi sebagai akibat dari adanya hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan. Perusahaan yang memiliki *goodwill* dapat dipindah-tangankan dengan harga yang tinggi, memperoleh untung banyak, dan sahamnya dapat dijual dengan harga yang tinggi pula pada bursa saham. Sikap loyal terhadap suatu produk atau jasa dapat direkayasa oleh perusahaan dengan cara membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dengan berbagai macam cara. Begitu pula dengan *goodwill*, kedua hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh konsumen, apakah perusahaan tersebut layak dan dapat dipercaya oleh konsumen, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian atau transaksi lebih banyak.

Dengan terciptanya *goodwill* serta loyalitas pelanggan yang diharapkan, pasti akan diikuti dengan adanya pencapaian laba maksimum yang tidak hanya membantu perusahaan tersebut sekedar bertahan, namun juga menjadi lebih besar.

Pada saat ini, tingkat kesadaran suatu perusahaan akan lingkungan menjadi salah satu tolok ukur perusahaan untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta *goodwill*. Tren dunia saat ini menyiratkan bahwa strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan lagi dianggap sebagai biaya (*cost*) bagi perusahaan, melainkan dianggap sebagai investasi jangka panjang.

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan gagasan bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab untuk melayani masyarakat secara umum (*stakeholder*), selain melayani kepentingan keuangan para pemegang saham (*shareholder*). Istilah CSR secara umum digunakan pada awal tahun 1970, setelah banyak perusahaan multinasional terbentuk.

Apa manfaat CSR bagi perusahaan? menurut AB Susanto (2009), enam keuntungan itu antara lain : (1) mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan, (2) sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis, (3) memunculkan keterlibatan dan kebanggaan karyawan, (4) memperbaiki dan mempererat hubungan perusahaan dengan para stakeholder (pemangku kepentingan), (5) meningkatkan penjualan, dan (6) memperbesar kemungkinan mendapat insentif-insentif lain seperti pajak. Namun untuk penerapan CSR tidaklah mudah, banyak tantangan maupun hambatan yang bisa mempengaruhi keputusan perusahaan sehingga tidak melaksanakan program CSR. Misalnya

ketika perusahaan menjadi perusahaan multinasional. Karena cukup sulit untuk mencapai kesepakatan mengenai apa yang disebut sebagai perilaku tanggung jawab secara sosial dalam suatu budaya, apalagi menentukan nilai-nilai etika umum antar budaya.

Di Indonesia, ketika undang-undang No. 40 tahun 2007 disahkan perbincangan tentang CSR kembali menghangat, meskipun konsep CSR itu telah banyak diperbincangkan awal tahun 2000-an. Namun sampai pada undang-undang 40/2007 disahkan sangat sedikit buku Indonesia yang mengupas masalah CSR.

Hingga saat ini, perusahaan yang telah melaksanakan program CSR cukup banyak bermunculan. Jenis dan bagaimana cara mereka mengaplikasikan CSR juga berbeda-beda. Di level dunia misalnya, keterlibatan Shell Foundation di Lembah Bunga, Afrika Selatan, mendirikan sebuah *Early Learning Centre* untuk membantu mendidik masyarakat, anak-anak, serta mengembangkan keterampilan baru untuk orang dewasa. Di Indonesia, perusahaan rokok PT. HM Sampoerna mengoptimalkan layanan kepada masyarakat seiring upayanya focus pada program CSR. Programnya antara lain Bakti Pendidikan sejak tahun 2001. Selain pada bidang pendidikan, kegiatan CSR juga dilakukan pada bidang Ekonomi, Sosial dan Lingkungan. Selain itu, banyak lagi perusahaan di Indonesia yang sudah melaksanakan program CSR. (Sumber : Yusuf Wibisono, membedah konsep dan aplikasi CSR ; 2007).

Konsep 3P (*profit, people, planet*) menjadi terobosan besar dalam dunia CSR. Menurut John Elkington (1997) dalam konsep tersebut jika perusahaan ingin *sustain*, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P, yakni bukan hanya

profit yang menjadi tujuan utama, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). (sumber : Yusuf Wibisono, membedah konsep dan aplikasi CSR ; 2007)

Kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) juga berperan dalam membentuk *corporate image* (citra perusahaan). Menurut Kotler (2012) menjelaskan bahwa *corporate image is the consumer's response to the total offering and is defined as a sum the belief, ideas, and impressions that a public has an organization*, yang artinya citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. Pelaksanaan CSR yang baik akan memberikan kesan yang baik pula kepada masyarakat, sehingga dapat membentuk *corporate image*.

Program CSR perusahaan dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga terjadi hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan komunitasnya. Beberapa perusahaan bersifat proaktif dalam pendekatannya terhadap CSR, sehingga menjadikan CSR sebagai alasan utama mengapa perusahaan itu berdiri. Sementara perusahaan-perusahaan lainnya bersifat reaktif, yaitu mengadopsi perilaku yang bertanggung jawab secara social hanya jika diharuskan. Hal tersebut saat ini banyak dijumpai di banyak perusahaan di Indonesia. Banyak pelaku bisnis menganggap bahwa CSR hanya merupakan keharusan semata, dikarenakan pemerintah telah mengeluarkan aturan yang baku, sehingga penerapannya seolah-olah hanya sekesarnya dan buka dari

kesadaran perusahaan mengenai bagaimana CSR dapat dimanfaatkan sebagai investasi jangka panjang perusahaan.

Kota Malang saat ini sedang berbenah dalam memperbaiki infrastruktur umum kota. Walikota Malang yang baru yakni Bapak Moch. Anton, membuat kebijakan yaitu setiap perusahaan yang ada di Kota Malang harus melaksanakan CSR untuk pembangunan infrastruktur umum (seperti dikutip dari beritajatim.com). Bank BRI Kantor Wilayah Malang menyambut baik kebijakan walikota dengan melaksanakan CSR pembangunan dan renovasi Alun-alun Kota Malang. Sebagai perusahaan perbankan, Bank BRI turut peduli dengan kelestarian alam. Pembangunan Alun-alun Kota Malang dapat menjadi lahan terbuka hijau untuk Kota Malang, dan menjadi sarana wisata baru bagi masyarakat sekitar Kota Malang.

Kegiatan CSR Bank BRI ternyata tidak hanya turut serta dalam pembangunan Alun-Alun Kota Malang, masih ada banyak kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Bank BRI. Sepanjang tahun 2015, Bank BRI telah menganggarkan Rp. 129.390.000.000,-. Hasil tersebut meningkat dari tahun 2014 yang anggaran untuk kegiatan CSR mencapai Rp. 103.910.000.000,- (sumber : laporan tahunan BRI 2015). Hal tersebut menunjukkan komitmen manajemen Bank BRI dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian skripsi ini diberikan judul :

“Penerapan *Corporate Social Responsibility* CSR sebagai strategi bisnis pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (Kantor Wilayah BRI Malang)”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Seperti apa bentuk CSR yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kantor Wilayah Malang?
- 1.2.2 Bagaimana penerapan CSR yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kantor Wilayah Malang dalam membentuk *Corporate Image*?
- 1.2.3 Bagaimana penerapan CSR PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kantor Wilayah Malang sesuai dengan konsep 3P (*profit, people, planet*) ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Untuk mengetahui bentuk CSR yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kantor Wilayah Malang.
- 1.3.2 Untuk mengetahui penerapan CSR dalam membentuk *Corporate Image* PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kantor Wilayah Malang.
- 1.3.3 Untuk mengetahui penerapan CSR PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kantor Wilayah Malang berdasarkan konsep 3P.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan diselesaikannya penelitian ini, diharapkan akan memberikan kepada beberapa pihak, antara lain :

- 1.4.1 Bagi Pembaca
 - 1.4.2.1 Menambah pengetahuan pembaca, terutama dalam bidang manajemen strategi dan penerapan *Corporate Social Responsibility*.

1.4.2.2 Membantu pembaca dalam mencari referensi teori untuk mengatasi permasalahan yang sama.

1.4.2 Bagi Instansi/Perusahaan terkait

1.4.3.1 Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan bahan masukan kepada perusahaan untuk mengevaluasi penerapan CSR sebagai salah satu bentuk strategi bisnis perusahaan.

1.4.3.2 Hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengembangan keputusan strategis dan dapat digunakan sebagai bahan informasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Diantaranya adalah akademisi dalam bidang Manajemen dan *Public Relation*, selain dari akademisi penelitian terdahulu juga ada yang dari jurnal internasional. Hal tersebut menunjukkan, bahwa kegiatan CSR saat ini adalah sebagai kewajiban bagi suatu perusahaan dan kegiatan CSR sudah dianggap sebagai salah satu strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan pesaing. Diantara penelitian terdahulu adalah :

Penelitian dari Novia Marwah pada tahun 2015. Penelitian tersebut diberi judul “Corporate Social Responsibility PT. Bank Mandiri (Studi Implementasi Program Mandiri Bersama Mandiri di Mrican, Kelurahan Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta)”. Tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan konsep, implementasi, dan hasil dari program Mandiri Bersama Mandiri (MBM) yang dilakukan oleh Bank Mandiri di Mrican, Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah deksriptif kualitatif, yaitu pengamatan suatu obyek dan mengintepretasikannya dalam uraian kata-kata. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini adalah dengan model Miles dan Huberman, yaitu dengan mengumpulkan data, menyajikan data dalam teks naratif, dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep CSR MBM secara

garis besar adalah membangun kemandirian masyarakat melalui pemanfaatan potensi local masyarakat. Implementasi CSR yang dilaksanakan oleh Bank Mandiri melalui program pengembangan pertanian perkotaan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dan pengembangan fasilitas public di Mrican mempunyai manfaat atau hasil untuk pemberdayaan masyarakat Mrican. Hasil tersebut berupa hasil fisik dan non-fisik. Hasil fisik berupa terciptanya lingkungan bersih dan asri di Mrican, terwujudnya balai pertemuan warga, bertambahnya pengetahuan masyarakat, terbentuknya ibu-ibu terampil, terciptanya kemandirian masyarakat, dan bertambahnya jaringan bisnis bagi masyarakat.

Penelitian dilakukan oleh Khan Majid, pada tahun 2013. Judul penelitiannya adalah “*Corporate Social Responsibility and Corporate Reputaion : A Case of Cement Industry in Pakistan*”. Dalam penelitiannya tersebut, peneliti ingin mengeksplorasi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada industry semen di Pakistan dan menggunakan metode survei melalui kuesioner pada perusahaan industry semen yang ada di Pakistan. Dalam penelitian ini, terdapat empat dimensi CSR yang diterapkan : tanggung jawab lingkungan, tanggung jawab pelanggan, tanggung jawab komunitas, dan tanggung jawab hukum. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada keterikatan yang kuat antara tanggung jawab sosial perusahaan semen dan reputasi perusahaan itu sendiri khususnya di industry semen Pakistan. Tanggung jawab sosial memiliki peran yang krusial di Pakistan dan bisa menjadi tolak ukur untuk reputasi perusahaan.

Penelitian dari Lyoolla Ingga Permata pada tahun 2012. Penelitian tersebut diberi judul “Penerapan CSR Sebagai Strategi Bisnis PT. Bank Pembangunan

Jawa Timur – Bank Jatim”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran CSR sebagai strategi bisnis perusahaan. CSR adalah investasi jangka panjang bagi perusahaan, bagi perusahaan perbankan CSR sangat berarti bagi investasi jangka panjang perusahaan guna menarik lebih banyak nasabah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat bidang yang diambil oleh Bank Jatim sebagai realisasi program CSR diantaranya bidang sosial, pendidikan, kebudayaan, dan kesehatan. Bidang-bidang tersebut dianggap sangat penting karena diharapkan dapat membantu masyarakat Jawa Timur, serta meningkatkan pengetahuan tentang Bank Jatim.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil topik yang sama yaitu *corporate social responsibility* (CSR). Namun, penelitian menambahkan konsep *triple bottom line* atau 3P yang dikemukakan oleh John Elkington. Konsep 3P tersebut, antara lain : *profit, people, dan planet*.

2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1. Pengertian CSR

Konsep CSR dewasa ini sangat populer, namun belum dijumpai keseragaman dalam mendefinisikan konsep CSR. Agoes dan Ardana (2009:89) memberikan beberapa definisi CSR yang dikutip dari buku karangan Yusuf Wibisono (2007) dan buku lain karangan A.B Susanto (2007).

John Elkington mendefinisikan melalui konsep “3P” (*profit, people, dan planet*) yang dituangkan dalam bukunya “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” yang dirilis pada tahun 1997. Ia berpendapat bahwa jika perusahaan ingin sustain, maka ia perlu memperhatikan 3P, yakni

bukan hanya *profit* yang menjadi fokus utama namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

The World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*” yang dapat diartikan sebagai berikut : komitmen bisnis untuk secara terus-menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat local, serta masyarakat luas pada umumnya.

The World Bank memandang CSR sebagai “*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*” yang dapat diartikan sebagai berikut : komitmen bisnis yang berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup.

A.B. Susanto mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.

Sedangkan menurut Bing Tedjo Tanudjaja (2006) CSR dapat diartikan sebagai komitmen industry untuk mempertanggung-jawabkan dampak operasi dalam dimensi social, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan.

Ada berbagai macam jenis CSR yang berkembang di kalangan perusahaan. Untuk lebih memahami sifat dan cakupan tanggung jawab social yang harus direncanakan, para manajer strategis dapat mempertimbangkan empat jenis komitmen social, yaitu : ekonomi, hukum, etika, dan diskresi (Pearce dan Robinson 2008:72)

- a. Tanggung jawab Ekonomi, merupakan tanggung jawab social perusahaan yang paling mendasar. Untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan, manajer harus memaksimalkan laba, jika memungkinkan. Tanggung jawab inti perusahaan adalah menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat dengan biaya yang layak. Dalam menjalankan tanggung jawab ekonomi, perusahaan juga dapat bertanggung jawab secara social dengan menyediakan pekerjaan yang produktif bagi angkatan kerja dan membayar pajak untuk pemerintah local dan negara.
- b. Tanggung Jawab Hukum, mencerminkan kewajiban perusahaan untuk mematuhi undang-undang yang mengatur aktivitas bisnis.
- c. Tanggung Jawab Etika, mencerminkan gagasan perusahaan mengenai perilaku bisnis yang benar dan layak.

- d. Tanggung Jawab Diskresi, merupakan tanggung jawab yang diambil secara sukarela oleh suatu organisasi bisnis. Tanggung Jawab ini mencakup aktivitas hubungan masyarakat, kewarganegaraan yang baik, dan tanggung jawab social perusahaan secara penuh. Melalui aktivitas hubungan masyarakat, manajer berupaya memperkuat citra perusahaan, produk, serta jasa mereka dengan mendukung suatu alasan yang bermanfaat.

2.2.2 Sejarah dan Perkembangan CSR

Penerapan CSR modern jika dilihat dari sejarahnya mulai berkembang pesat selama 20 tahun terakhir ini. Keprihatinan utama adalah karena perilaku korporasi demi memaksimalkan laba, yang menjadi lazim mempraktekkan cara yang tidak adil dan tidak etis. Wibisono dalam Sita (2011) menjelaskan bahwa pada tahun 1970-an, muncul sebuah pemikiran bahwa bumi tempat tinggal kita memiliki daya dukung yang terbatas dimana manusia terus berkembang dan bertambah padat. Oleh karena itu, eksploitasi perlu dilakukan secara hati-hati.

Seiring dengan perjalanan waktu, tren penerapan CSR mulai berubah. Kegiatan pendermaan yang awalnya sangat populer kala itu berganti dengan kegiatan pemberdayaan. Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro pada tahun 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) (Sita, 2011).

Terobosan besar dalam konteks CSR ini juga dilakukan oleh John Elkington melalui konsep “3P” (*profit, people, planet*) yang dituangkan dalam bukunya “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” yang diterbitkan pada tahun 1997. Ia berpendapat bahwa jika perusahaan ingin *sustain*, maka ia perlu memperhatikan 3P, yakni bukan hanya *profit* yang menjadi tujuan utama, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dalam kaitan itulah, penerapan CSR dipandang sebagai sebuah keharusan. CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga sebuah kewajiban. CSR adalah suatu peran bisnis dan harus menjadi bagian dari kebijakan bisnis. Maka, bisnis tidak hanya mengurus permasalahan laba, tetapi juga sebagai sebuah institusi pembelajaran. Bisnis harus mengandung kesadaran sosial terhadap lingkungan sekitar.

Penerapan CSR di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman kegiatan dan pengelolaannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dollar AS dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa. Meskipun dana ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat, dilihat dari angka kumulatif tersebut, perkembangannya CSR di Indonesia cukup mengembirakan. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau

sekitar 413 juta per kegiatan. Sebagai perbandingan, di AS porsi sumbangan dana CSR pada tahun 1998 mencapai 21,51 miliar dollar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (Saidi, dalam Tanudjaja Bing Tedjo, 2006).

Terdapat tiga tahapan dalam paradig CSR, diantaranya yaitu *corporate charity*, *corporate philanthropy*, dan *corporate citizenship*. Berikut penjelasannya:

Tahap pertama adalah *corporate charity*, yakni dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan, Tahapan kedua adalah *corporate philanthropy*, yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan social, Tahap ketiga adalah *corporate citizenship*, yaitu motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial (Saidi, 2004:69).

Mengutip Koestoer (2007), motif menjelaskan bahwa untuk bertanggung jawab secara sosial alasan internal lihat niat perusahaan untuk meningkatkan bisnis sementara perasaan yang baik untuk menjadi bagian dari pengembangan masyarakat. Menjadi konsisten dengan visi dan misi perusahaan, perusahaan juga mengharapkan beberapa keuntungan finansial. Citra baik dan reputasi, serta memperoleh dukungan dalam menjalankan operasinya (lisensi sosial untuk beroperasi) juga motivasi umum perusahaan di Indonesia. Selain itu, beberapa perusahaan memulai strategi CSR mereka dari pengalaman buruk mereka / kegagalan di masa lalu, di mana mereka masih membayar biaya itu sampai saat ini.

Dalam konteks visi dan misi, sebagian besar perusahaan multinasional menetapkan tujuan yang jelas dan nilai-nilai mereka diwujudkan dalam prinsip

bisnis atau kode etik. Namun demikian, banyak pihak berpendapat bahwa kode etik tersebut akan menentukan keberhasilan praktik CSR, kecuali mereka konsisten melaksanakan pedoman melalui penegakan internal terus menerus (Kemp, 2001).

Motivasi CSR dimulai dari nilai-nilai individu karyawan perusahaan. Pola pikir individu harus bergeser dari kepentingan diri sendiri menjadi diri sendiri dan orang lain. Karyawan harus menggunakan “hati” mereka dengan kesadaran multi-perspektif, dan tidak hanya didikte oleh “pikiran” dan struktur kerja. Penalaran moral dan kematangan emosi juga nilai-nilai yang sangat penting yang dibutuhkan oleh warga perusahaan terkemuka (Waddock, 2006). Yanti Triwadiantini Koestoer (2007), menjelaskan bahwa ada beberapa lingkungan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan CSR, diantaranya sector pemerintah, konsumen dan faktor masyarakat, serta pengaruh masyarakat sipil.

2.2.3 Dasar Peraturan CSR

Dalam perkembangannya CSR tentu saja tidak berkembang sendiri, peran pemerintah dalam suatu negara juga sangat diperlukan, mengingat CSR merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi hajat hidup orang banyak. Masyarakat sebagai *stakeholder* disini sangat diperlukan peranannya sebagai pengawas dan pelaku CSR itu sendiri. Menurut Suhaimi (2007) suatu perusahaan butuh semacam referensi dari pemerintah mengenai CSR. Dengan adanya referensi, perusahaan lebih mudah mencari budger. Selain itu dapat dengan adanya referensi, perusahaan cenderung melakukan aktivitas serupa. Misalnya salah satu perusahaan terjun di pendidikan, semuanya akan mengikuti hal serupa. Padahal ada banyak bidang lain yang juga butuh perhatian.

Penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan dan keputusan menteri, yaitu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal LN No. 67 TLN No. 4274, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Keputusan Menteri BUMN Nomor : Kep-236/MBU/2003 tentang program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Mewajibkan CSR sebagai salah satu upaya pemerintah dalam menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi.

Sejalan dengan hal tersebut, berdasarkan Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan didefinisikan sebagai 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.

Selain UU yang telah disahkan pemerintah, di tingkat global terdapat juga ISO 26000 tahun 2010. Dibuat pertama kali dengan tujuan untuk perlindungan konsumen, kemudian membesar menjadi perlindungan untuk seluruh pemangku kepentingan dengan 7 subjek (kumpulan isu) inti. Telah diluncurkan pada tanggal 1 November 2010, setelah disetujui 93% negara anggota ISO yang memilih, termasuk Indonesia. Sifatnya adalah *guideline*, sehingga bisa dibuat menjadi standar manajemen. Diyakini sebagai standar terpenting hingga satu decade mendatang. Definisi dan cakupan dalam ISO 26000 adalah sebagai berikut :

“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society ; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships” (ISO 26000, 2010 dalam Lingkar Studi CSR, 2011)

Tanggung jawab sebuah organisasi atas dampak dari keputusan dan kegiatan pada masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan stakeholder, adalah sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional, dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktekkan dalam hubungannya. (ISO 26000, 2010 dalam Lingkar Studi CSR, 2011)

Kemudian pada tanggal 23 Maret 2011, Standard Disclosure GRI G3.1 diluncurkan pertama kali di Singapura pada forum CSR Asia *Sustainability Disclosure*. Perubahan paling penting ada pada (1) aspek HAM, yang mendapatkan tambahan dua indicator terkait penilaian dan remediasi, (2) aspek Masyarakat, yang ditambahkan informasi soal dampak negative perusahaan serta upaya meminimumkannya, serta (3) tambahan sensitivitas gender. Perubahan parsial terus dilakukan, dan akan dikumpulkan untuk menjadi GRI G4, yang akan diluncurkan Desember 2012.

Pada bulan Agustus 2010, GRI dan *The Prince’s Accounting for Sustainability Project* membentuk *International Integrated Reporting Committee* (IIRC) – yang bertujuan menyatukan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Inisiatifnya diluncurkan pada G20 Summit 2011, bulan Juni. Sebagai anggota G20, jelas inisiatif ini akan berdampak di Indonesia, dan perusahaan harus terus memantau perkembangannya.

Kemudian terdapat pula AA1000. Ini adalah rangkaian standar, terdiri dari 3 dokumen : prinsip akuntabilitas, standar pembinaan hubungan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder engagement*) dan standar *assurance*. Ketiganya merupakan standar atas praktik terbaik yang diadopsi oleh perusahaan-perusahaan berkinerja CSR terbaik.

2.2.4. Manfaat CSR bagi Perusahaan

2.2.4.1 Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankan. CSR akan mendongkrak citra positif dari perusahaan dalam rentang waktu panjang dan akan meningkatkan reputasi perusahaan.

2.2.4.2 Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami serta memaafkan perilaku perusahaan. Ini merupakan implikasi terhadap perusahaan yang telah menanamkan benih kebaikan di tengah masyarakat, efeknya apabila perusahaan berbuat kesalahan maka masyarakat akan dengan mudahnya memaafkan. Ini merupakan sebuah ikatan batin antara perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dengan masyarakat sekitar.

2.2.4.3 Keterlibatan dan kebanggaan bagi karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara

konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas. Dengan peningkatan kinerja dan produktivitas perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan karena semangat kerja karyawan yang bertambah sehingga produksi pun semakin banyak.

2.2.4.4 Mampu memperbaiki dan mempererat hubungan-hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholders* bila CSR dilaksanakan secara konsisten. Pelaksanaan CSR yang konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang diraih perusahaan. hal ini mengakibatkan para *stakeholders* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.

2.2.4.5 Meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam Riset *Raper Search Worldwide*⁷⁸, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

2.2.4.6 Insentif-insentif lainnya seperti pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal itu perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat menjalankan tanggung jawab sosialnya.

2.2.5. Tahapan CSR

Pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil risiko, serta kondisi operasioanl masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan pelanggan, karyawan, komunitas dan lingkungan sekitar, yang merupakan titik awal yang sangat baik menuju pendekatan CSR yang lebih luas. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Adapun tahapan-tahapan yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam implementasi CSR antara lain :

2.2.5.1 Tahapan Perencanaan

Perencanaan terdiri dari 3 (tiga) langkah utama yaitu :

a. *Awareness bulding*

Merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai pentingnya arti CSR dan komitmen manajemen. Upaya ini dilakukan melalui seminar, lokarya, diskusi dan lain sebagainya.

b. *CSR assessement*

Merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif.

c. CSR manual building

Merupakan pedoman implementasi dari hasil *assessment* yang telah dilakukan. Upaya yang mesti dilakukan antara lain melalui *benchmarking* (mempelajari program CSR dari perusahaan lain yang dinilai lebih sukses dalam implementasi program ini), menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instan, penyusunan manual ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan. Penyusunan manual CSR dibuat sebagai acuan, pedoman dan panduan dalam pengelolaan kegiatan-kegiatan social kemasyarakatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.2.5.2 Tahapan Implementasi

Tahapan implementasi ini terdiri dari 3 (tiga) langkah utama yaitu :

a. Sosialisasi

Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada konsumen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi CSR khususnya mengenai pedoman penerapan CSR dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan penuh seluruh komponen perusahaan.

b. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman CSR yang ada, berdasarkan *roadmap* yang telah disusun.

c. Internalisasi

Internalisasi adalah tahap jangka panjang mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis perusahaan seperti melalui sistem manajemen kinerja.

2.2.5.3 Tahapan evaluasi

Tahapan evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi dilakukan dengan pengambilan keputusan selanjutnya. evaluasi juga bisa dilakukan dengan meminta pihak independen untuk melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang telah dilakukan.

2.2.5.4 Tahapan pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

2.2.6 Konsep Triple Bottom Line (3P)

Menurut John Elkington, perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). CSR merupakan kepedulian perusahaan dengan konsep dasar "3P" atau dikenal dengan istilah *triple bottom line*, yaitu : *profit*, *people*, dan *planet*.

2.2.6.1 Profit

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar *profit* atau mendongkrak harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. Menurut Jennifer Woofter, ada beberapa poin yang tergolong dalam *profit* yaitu :

- a. *Good Jobs* (Peningkatan Kinerja)
- b. *Fair Wages* (upah yang adil)
- c. *Infrastructure* (Infrastruktur)
- d. *Fair Trade* (perdagangan yang adil)

2.2.6.2 People

Masyarakat merupakan *stakeholders* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat dibutuhkan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Selain itu juga perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika ingin eksis dan akseptabel, perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat

sosial. Menurut Jennifer Woofter, ada beberapa poin yang dapat digolongkan dalam *people* yaitu :

- a. *Health Services*
- b. *Education Services*
- c. *Community and culture*
- d. *Social Justice*

2.2.6.3 Planet

Unsur ketiga yang harus diperhatikan juga adalah planet atau lingkungan. Jika perusahaan ingin eksis dan akseptabel maka harus disertakan pula tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Semua kegiatan yang kita lakukan mulai kita bangun tidur di pagi hari hingga kita terlelap di malam hari berhubungan dengan lingkungan. Air yang kita minum, udara yang kita hirup, seluruh peralatan yang kita gunakan, semuanya berasal dari lingkungan. Menurut Jennifer Woofter, ada beberapa poin yang dapat digolongkan dalam *planet* yaitu :

- a. *Zero pollution and waste*
- b. *Renewable energy*
- c. *Conservation*
- d. *Restoration*

2.2.7 Corporate Image

Menurut Rhenald Kasali (2003) citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar organisasi tetap hidup dan orang-orang di dalamnya dapat terus

mengembangkan kreativitasnya dan bahkan dapat memberi manfaat dengan lebih berarti bagi orang lain.

Menurut Kotler dan Keller (2009) citra perusahaan merupakan respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi. Citra perusahaan yang baik sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena akan berpengaruh terhadap seluruh elemen yang ada di dalam perusahaan tersebut. Citra perusahaan merupakan kesan objek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi yang terpercaya.

Menurut Samuel Wijaya (2008) indikator dari *corporate image* terbagi menjadi tiga bagian yaitu :

1. *Moralities*

berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan memiliki moral terhadap lingkungan dan sosialnya.

2. *Management*

berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan tersebut dikelola dengan baik

3. *Performance*

berkaitan dengan kinerja dari perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

2.3 Strategi Bisnis

2.3.1. Pengertian Strategi

Strategi dapat diartikan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Definisi strategi sendiri menurut Pearce dan Robinson (2008:6) adalah suatu rencana yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran perusahaan. Jadi, strategi bersifat jangka panjang dan memiliki orientasi ke depan. Strategi merupakan suatu proses dimana kita menentukan skala prioritas yang berfungsi sebagai panduan bagi fungsi-fungsi organisasi. Michael Porter (2007:11) mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik.

Dari berbagai pengertian-pengertian di atas mengenai pengertian strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi adalah rencana tentang serangkaian manuver yang mencakup seluruh elemen yang ada dalam perusahaan untuk menjamin keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Strategi digunakan perusahaan untuk mengarahkan langkah perusahaan sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga dapat membangun kerja sama antar unit dalam perusahaan agar bisa bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.3.2. Manajemen Strategi

Menurut David (2009:5), mendefinisikan bahwa Manajemen Strategis adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya. Hunger dan Prahalad (2003:16), mendefinisikan bahwa strategi perusahaan sebagai rumusan perencanaan yang komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Menurut Wheelen dan Hunger (2012:53), Manajemen Strategik adalah sekumpulan keputusan manajerial dan aksi pengambilan keputusan jangka panjang didalam perusahaan. Hal ini termasuk analisis lingkungan (lingkungan eksternal dan internal), formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi dan control.

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Glueck dan Jauch, 2001). Pengertian strategi secara umum dan khusus sebagai berikut:

2.3.2.1 Pengertian Umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2.3.2.2 Pengertian Khusus

Strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

2.3.3. Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi menurut Fred R. David (2004: 19) terbentuk dalam suatu kerangka manajemen strategi yang terdiri dari tiga tahap, yaitu:

2.3.3.1 *Strategic Formulation*; terdiri dari audit internal dan eksternal, pernyataan visi dan misi, tujuan, dan pemilihan alternatif strategi.

2.3.3.2 *Strategic Implementation*; terdiri dari pelaksanaan strategi berupa isu-isu manajemen dan isu-isu fungsional.

2.3.3.3 *Strategic Evaluation*; berupa pengukuran dan penilaian terhadap kinerja.

2.3.4. Penerapan CSR sebagai Strategi Bisnis Perusahaan

Di era saat ini, CSR bukan hanya sebagai pemenuhan kewajiban sebuah perusahaan menaati peraturan pemerintah saja. Dewasa ini CSR telah banyak diminati dan diperhatikan oleh kalangan pembuat keputusan dalam suatu perusahaan sebagai strategi bisnis yang memiliki banyak manfaat. Menurut Supratono (2007: 295-308) bahwa tidak ada salahnya melakukan CSR, karena semua kalangan sangat diuntungkan. Sejalan dengan hal itu, Kenneth Dayton dalam Laura P. Hartman (2005:268) menyatakan :

“We are not in business to maximum profit for our shareholders. We are in business to serve society. Profit is our reward for doing it well. If business does not serve society, society will not long tolerate our profits or even our existence”

pernyataan diatas dapat diartikan bahwa kita di dalam bisnis tidak untuk memaksimalkan keuntungan demi pemegang saham. Kita dalam berbisnis adalah untuk melayani lingkungan. Keuntungan adalah *reward* atas bisnis kita yang berjalan dengan baik. Jika berbisnis tidak untuk melayani lingkungan/masyarakat, maka lingkungan tidak akan mentolerir keuntungan kita dalam jangka panjang, atau bahkan lingkungan tidak akan menganggap keberadaan bisnis kita.

2.3.5 Implementasi Strategi CSR

Implementasi CSR pada setiap perusahaan tentu saja berbeda satu sama lain. Hal ini sangat bergantung pada misi, budaya, lingkungan, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki

oleh perusahaan. namun meski tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Kerangka kerja dalam mengimplementasi CSR masih dapat dirumuskan. Menurut AB. Susanto (2009: 49-63) kerangka kerja implementasi CSR tersebut terdapat sejumlah proses antara lain, penilaian terhadap CSR, mengembangkan strategi CSR, membangun komitmen CSR, mengimplementasikan komitmen CSR, verifikasi dan laporan mengenai kemajuan, serta yang terakhir adalah evaluasi dan perbaikan.

2.3.5.1 Penilaian terhadap CSR

Penilaian CSR yang tepat harus memberikan pemahaman mengenai hal-hal : nilai dan etika perusahaan, dorongan internal dan eksternal yang memotivasi perusahaan untuk melakukan CSR, isu-isu penting CSR yang berdampak bagi perusahaan, para *stakeholder* kunci, struktur pengambilan keputusan yang berlaku dalam perusahaan, SDM dan anggaran yang dimiliki, aktivitas CSR yang tengah berjalan.

2.3.5.2 Mengembangkan Strategi CSR

Berikut ini adalah langkah-langkah dalam mengembangkan strategi CSR, yaitu :

- (1) membangun dukungan dengan manajemen senior dan karyawan
- (2) pengamatan terhadap pihak lain
- (3) mempersiapkan matriks aktivitas CSR
- (4) mengembangkan opsi bagi kelanjutan program CSR
- (5) membuat keputusan dalam hal arah, pendekatan, dan focus.

2.3.5.3 Membangun Komitmen CSR

Dalam prosesnya, pengembangan komitmen CSR dapat dimungkinkan terjadinya kesalahpahaman. Berikut ini adalah cara yang dapat ditempuh dalam rangka

membangun komitmen CSR : (1) melakukan *scanning* terhadap komitmen CSR (2) bediskusi dengan *stakeholder* utama (3) membuat kelompok kerja untuk membangun komitmen (4) menyiapkan draf awal (5) konsultasi bersama *stakeholder* yang terkena dampak (6) revisi dan terbitkan komitmen.

2.3.5.4 Mengimplementasikan Komitmen CSR

Setelah beberapa proses diatas, implementasi komitmen CSR merupakan hal yang paling penting. Berikut adalah langkah-langkah yang perlu dilakukan : (1) membangun sebuah struktur pengambilan keputusan CSR yang terintegrasi (2) siapkan dan implementasikan rencana bisnis CSR (3) menetapkan sasaran yang terukur dan mengidentifikasi pengukuran kinerja (4) libatkan karyawan dan juga pihak-pihak lain yang menjadi sasaran komitmen CSR (5) merancang dan menjalankan pelatihan mengenai CSR (6) membangun mekanisme guna memberikan perhatian terhadap perilaku yang problematic (7) ciptakan rencana komunikasi internal dan eksternal.

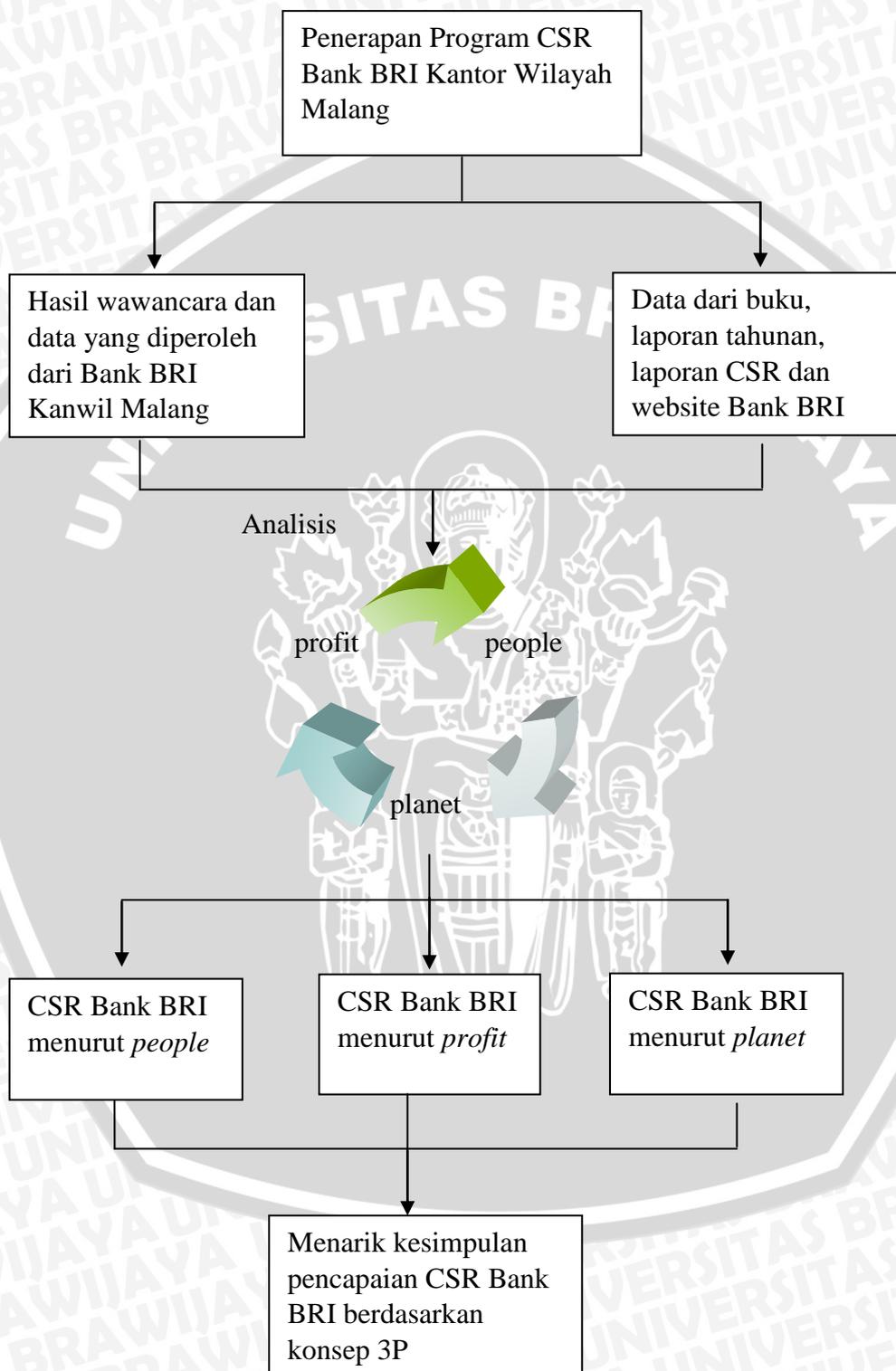
2.3.5.5 Verifikasi dan Laporan Mengenai Kemajuan

Verifikasi adalah pengukuran yang dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti internal audit, kajian industry dan *stakeholder*, serta audit dari pihak ketiga. Bukti kemajuan CSR adalah hal yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan, karena dapat menjadi dasar pengambilan keputusan bagi pihak-pihak berkepentingan yang mungkin ingin membeli produk perusahaan, menginvestasikan dananya, dan lain-lain.

2.3.5.6 Evaluasi dan Perbaikan, mengenai program CSR yang telah dilakukan dan yang akan dilakukan di masa mendatang.

2.4. Kerangka Pikir

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : data yang diolah, 2016



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Moleong (2013:6) penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif, di mana penelitian ini menurut Indiarto dan Supomo (1999:26) adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Metode deskriptif juga dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan arau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Menurut Moleong (2013:11) penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat lampau. Penelitian ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya.

Penelitian kualitatif jauh lebih subjektif daripada penelitian atau survei kuantitatif dan menggunakan metode sangat berbeda dari mengumpulkan informasi, terutama individu, dalam menggunakan wawancara secara mendalam dan grup fokus. Sifat dari jenis penelitian ini adalah penelitian dan penjelajahan terbuka berakhir dilakukan dalam jumlah relative kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam. Peserta diminta untuk menjawab pertanyaan umum, dan interviewer atau moderator grup periset menjelajah dengan tanggapan mereka untuk mengidentifikasi dan menentukan persepsi, pendapat dan perasaan tentang gagasan atau topik yang dibahas dan untuk menentukan derajat kesepakatan yang ada dalam grup. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif secara langsung tergantung pada kemampuan, pengalaman dan kepekaan dari interviewer atau moderator grup.

Karakteristik penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2008:20) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah (lawan eksperimen), bersifat deskriptif karena data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambaran sehingga tidak menekankan pada angka, dan pada penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada hasil. Digunakan analisis deskriptif karena dalam penelitian ini akan digambarkan mengenai pelaksanaan strategi PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Bank BRI – cabang Kanwil Malang.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor wilayah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. yang berlokasi di Malang, pada tahun 2016.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.3.1.1 Data Primer

Data primer merupakan data atau informasi yang diperoleh dari sumber pertama, yang secara teknis dalam penelitian disebut responden. Data primer dapat berupa data-data yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Pada penelitian ini data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara dengan pihak manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Wilayah Malang.

3.3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Pada penelitian ini data sekunder berupa gambaran umum PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Wilayah Malang.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

3.3.2.1 Data Internal

Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi dimana penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data internal merupakan data berupa hasil wawancara dengan pihak manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Wilayah Malang.

3.3.2.2 Data Eksternal

Data Eksternal merupakan data yang didapatkan dari luar perusahaan atau organisasi dimana penelitian dilakukan. Pada penelitian ini data eksternal berupa buku, laporan tahunan, laporan CSR dan artikel serta web site yang memuat informasi tentang *Corporate Social Responsibility* pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Wilayah Malang.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data menentukan tingkat keakuratan hasil penelitian. Proses pengumpulan data yang sistematis akan membantu proses penelitian selanjutnya. Data-data diperoleh dari PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, difokuskan pada bidang manajemen strategi, khususnya mengenai *Corporate Social Responsibility*. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data antara lain :

3.4.1. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2008: 410) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam mengintrepretasikan situasi dan fenomena yang terjadi (Susan Stainback dalam Sugiyono 2008:412). Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pihak manajemen PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk – Bank BRI cabang Kantor Wilayah Malang. Berikut beberapa informan pada penelitian ini :

- a. Informan pertama, Ibu Anci Relly selaku *Business Program* Bank BRI Kantor Wilayah Malang
- b. Informan kedua, Mantan Pimpinan BRI Kantor Wilayah Malang. Nama informan tidak ingin dipublikasikan.
- c. Informan ketiga, Tutur Taliningsih Mahasiswa FMIPA UM
- d. Informan keempat, Muhammad Hafizh peserta pelatihan bisnis Bank BRI

3.4.2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat data dari dokumen perusahaan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Sugiyono (2008: 422) menyatakan bahwa hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel/dapat dipercaya jika didukung oleh foto-foto

ataupun karya tulis yang telah ada. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan dokumentasi yang dimiliki perusahaan berupa data, foto, peraturan dan kebijakan tertulis serta berbagai dokumentasi pendukung lainnya.

3.5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Data yang ada dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Zuriyah (2007:94) dalam penelitian yang bersifat deskriptif analitis, data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar, perilaku, tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistic, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif yang memiliki arti lebih kaya dari sekadar angka atau frekuensi. Analisis ini digunakan untuk menjelaskan secara lebih mendalam mengenai bagaimana strategi bisnis dan penerapan CSR pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk – Bank BRI cabang Kanwil Malang.

Teknik analisis data ini dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu :

3.5.1 Mengumpulkan data

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data dari hasil dokumentasi langsung di perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk – Bank BRI cabang Kanwil Malang dan wawancara kepada pihak manajemen perusahaan.

3.5.2 Melakukan analisis

Sesuai dengan kerangka pikir yang telah dibuat, proses analisis dilakukan saat peneliti melakukan observasi, serta saat merumuskan strategi CSR baru bagi perusahaan. dalam melakukan analisis peneliti akan meminimalkan objektivitas dan selalu menerapkan etika-etika penelitian.

3.5.3 Menarik kesimpulan

Tahap terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan, yaitu data yang telah terkumpul dan dipilih kemudian diringkas dalam bentuk deskripsi berupa kata-kata.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM).

Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke



dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

4.1.2. Bidang Usaha, Produk dan Layanan

Dalam rangka mengantisipasi persaingan perbankan yang semakin ketat dan upaya meningkatkan mutu pelayanan kepada seluruh nasabah serta memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, Bank BRI menyediakan dan mengembangkan produk dan layanan jasa bank, antara lain :

4.1.2.1 Layanan Simpanan BRI

1. Tabungan

(a) Tabungan BritAma, (b) Simpedes, (c) Simpedes TKI, (d) Tabungan Haji, (e) Tabungan BritAma Dollar, (f) BritAma Bisnis, (g) BritAma Rencana, (h) BritAma Valas, (i) Tabungan BRI Junio, (j) TabunganKu.

4.1.2.2 Layanan Kredit

1. Pinjaman Mikro

(a) KUPEDES

2. Pinjaman Ritel

(a) Kredit Agunan Kas, (b) Kredit Investasi, (c) Kredit Modal Kerja, (d) KMK Ekspor, (e) KMK Konstruksi, (f) KMK Konstruksi BO I, (g) Kredit BRIGuna, (h) Kredit Waralaba, (i) Kredit SPBU, (j) Kredit Resi Gudang, (k) Kredit Kepemilikan Gudang, (l) KMK Talangan SPBU, (m) Kredit Batubara, (n) Kredit Waralaba Alfamart, (o) Kredit Dengan Pola Angsuran Tetap

3. Pinjaman Menengah

(a) Agribisnis

4. Pinjaman Program
 - (a) KPEN-RP, (b) KKPE Tebu, (c) KKPE
5. Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRI

4.1.2.3 Layanan Transaksi Internasional

1. BRI Trade Finances & Services

Sebagai komitmen BRI untuk memberikan layanan terbaik kepada Anda, kami hadir untuk menyediakan berbagai produk serta layanan inovatif yang dipergunakan untuk mendukung transaksi bisnis perdagangan Internasional maupun dalam negeri.

Trade Finance Officer (TFO) kami yang tersebar di seluruh Indonesia siap melayani kebutuhan bisnis Anda, juga didukung oleh *Trade Processing Center (TPC)* sehingga proses transaksi trade finance anda lebih cepat dan tepat.

- a. Ekspor
- b. Impor
- c. SKBDN
- d. Standby L/C atau Bank Garansi
- e. BROS (BRI RTE *Online System*)

2. BRIFast Remittance

BRI Remittance merupakan jasa layanan pengiriman uang valas antar bank yang diselenggarakan oleh BANK BRI. Beragam fleksibilitas layanan BRI Remittance dari BANK BRI siap melayani kebutuhan pengiriman dana valas anda, baik bisnis maupun kebutuhan pengiriman untuk keluarga tercinta

a) Incoming Remittance (Transfer Masuk)

Layanan pengiriman uang dari luar negeri melalui telegraphic transfer dan BRIfast web services. Kiriman uang dari luar negeri dapat dikreditkan ke rekening penerima di BRI atau dapat ditarik tunai seluruh unit kerja BRI.

b) Outgoing Remittance (Transfer Keluar)

Transfer dana valas anda untuk rekan bisnis dan keluarga di luar negeri melalui lebih dari 1.200 Bank Koresponden dan counterpart kerjasama BRI di seluruh dunia.

3. BRI Money Changer

BRI Money Changer adalah layanan bisnis jual beli uang kertas asing (Banknotes).

4. Unit Kerja Luar Negeri

a. BRI New York Agency (BRINYA)

BRI New York memilki lisensi agency dari NYSBD pada tanggal 8 April 1988. BRI New York Agency menyediakan produk dan jasa untuk commercial banking, yaitu termasuk pinjaman (sindikasi, korporasi dan konsumen), trade finance, treasury dan wire transfer.

b. BRI Cabang Cayman Island (BRICIB)

BRI Cayman Island Branch didirikan pada tahun 1992 dan memiliki lisensi tipe B dari Cayman Island Monetary Authority. Aktifitas bisnis termasuk pinjaman, trade finance dan treasury.

c. BRI Hong Kong Representative Office (BRI HKRO)

BRI Hong Kong Representative Office didirikan pada tahun 1989. Tujuan utama adalah mewakili kantor pusat BRI dalam berhubungan dengan nasabah, counterpart dan otoritas Hong Kong.

Selain itu, untuk melayani kebutuhan perbankan konsumen yang semakin banyak dan kemajuan teknologi yang semakin canggih menuntut bank harus lebih berinovasi dalam mengembangkan layanan kepada konsumennya, oleh dasar tersebut Bank BRI memberikan jasa pelayanan penunjang lainnya.

4.1.2.4 Jasa Bank

1. Jasa Bisnis

(a) Jasa Bank Garansi, (b) jasa Kliring.

2. Jasa Keuangan

(a) Bill Payment, (b) Jasa Penerimaan Setoran, (c) Transaksi Online, (d) Transfer dan LLG

3. Jasa Kelembagaan

(a) SPP Online, (b) Cash Management BRI

4. E-Banking

(a) ATM BRI, (b) SMS Banking BRI, (c) Internet Banking BRI, (d) E-Buzz, (e) KIOSK BRI, (f) Mini ATM BRI, (g) BRIZZI, (h) MoCash, (i) EDC Merchant, (j) BRILink

5. Treasury

(a) Foreign Exchange, (b) Money Market, (c) Fixed Income, (d) Produk Derivatif, (e) Keunggulan dan Prosedur

4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

4.1.3.1 Visi

- Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Sebagai Bank yang mempunyai cabang paling banyak di Indonesia dan sudah tersebar sampai ke desa-desa, tentunya Bank BRI mempunyai jumlah nasabah yang tidak sedikit. Kepuasan dan kenyamanan dalam bertransaksi adalah fokus utama Bank BRI.

4.1.3.2 Misi

- Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek Good Corporate Governance (GCG) yang sangat baik.
- Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders).

Peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah merupakan tujuan utama Bank dalam melaksanakan kegiatan usahanya yang diaplikasikan dalam pemberian bantuan permodalan bagi usaha-usaha yang produktif. Untuk melaksanakan hal tersebut

dibutuhkan Sumber daya manusia yang professional dan teknologi informasi yang handal serta dapat melaksanakan praktek Good Corporate Governance (GCG) yang sangat baik. Dengan hal tersebut diharapkan agar semakin menambah kepercayaan *stakeholder* terhadap kinerja bank.

4.1.4 Arti Logo Perusahaan

Gambar 4.1. Logo Bank BRI



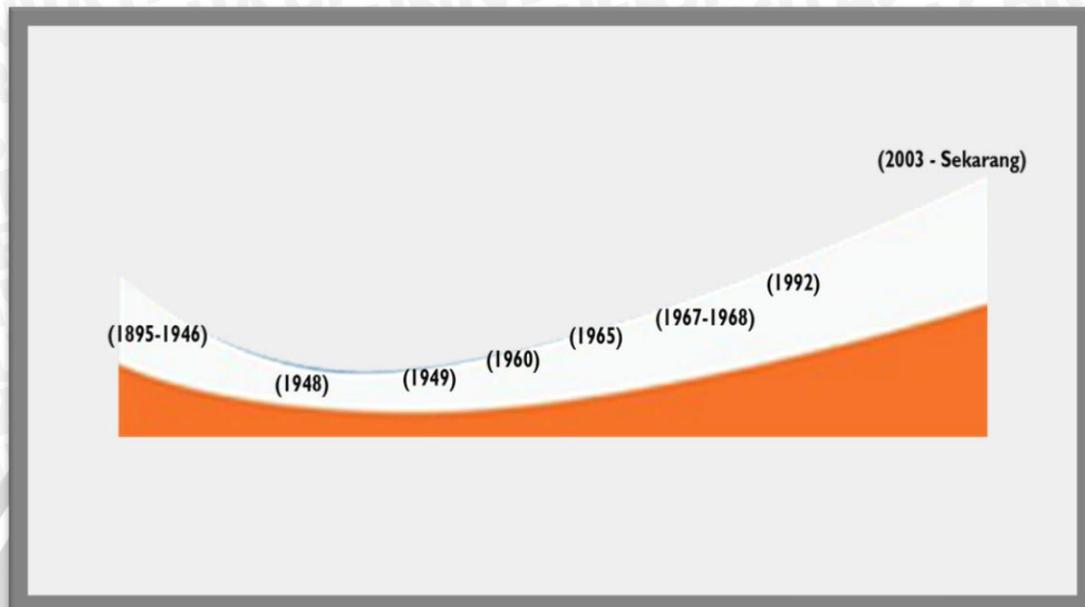
Bank BRI tercatat sebagai bank pertama yang berdiri di Indonesia. Bahkan sebelum Indonesia merdeka, Bank BRI telah berperan dalam peningkatan kualitas perekonomian masyarakat. Mulai menjadi bank untuk usaha para petani dan diberhentikan operasionalnya oleh pihak pemerintah Belanda yang pada saat itu masih menjajah Indonesia. Jatuh bangun Bank BRI menjadikan Bank BRI lebih kuat dan lebih matang dalam menghadapi tantangan perekonomian di masa mendatang

dan Bank BRI senantiasa memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat Indonesia.

Melihat dari sejarah yang panjang dari Bank BRI, logo dari Bank BRI juga memiliki makna yang didalamnya terdapat Visi dan Misi Bank BRI. Logo mewakili Visi dan Misi dari sebuah perusahaan, lembaga, maupun instansi yang diwakilinya. Tentu saja pemilihan bentuk, warna, dan peletakan dari sebuah logo memiliki arti dan prinsipnya masing-masing. Sebuah logo dapat menceritakan sejarah lahirnya instansi, lembaga, perusahaan, maupun sebuah organisasi. Selain itu, logo juga dapat mencitrakan ideologi, passion, serta hasrat dari penggunanya. Dengan kata lain, logo merupakan sebuah identitas. Logo adalah cerminan dari pengguna. Oleh karena itu sebuah logo sangat sarat akan makna yang filosofis, ideologis, dan historis.

Berdasarkan filosofi bentuk, Garis Horizontal menggambarkan keadaan yang tenang dan pasif, sedangkan bentuk melengkung memiliki makna dinamis dan lincah. Serta perubahan ketinggian garis dari kiri ke kanan pada bagian logo tersebut mengisahkan perjalanan dari Bank BRI yang terus bangkit meskipun sempat terjatuh. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BRI adalah perusahaan yang senantiasa berkembang menjadi lebih baik meskipun pernah terjatuh Bank BRI tidak menyerah untuk bangkit kembali menjadi perusahaan yang lebih baik.

Gambar 4.2. Logo Sejarah Bank BRI



Bila melihat dari gambar diatas, logo diagram dari Bank BRI diatas terinspirasi dari sejarah Bank BRI yang naik turun dan dinamis.

- 1895 Merupakan tahun kelahiran Bank BRI yang kemudian diresmikan sebagai Bank Pemerintah pada tahun 1946 setelah periode kemerdekaan RI.
- 1948 Kegiatan Bank BRI sempat terhenti pada masa perang mempertahankan kemerdekaan.
- 1949 Mulai aktif kembali setelah Perjanjian Renville.
- 1960 Dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM).
- 1965 Pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia berdasarkan PenPres No. 17 tahun 1965.

- 1967-1968 Pengembalian fungsi dan ditetapkan kembali Bank BRI sebagai Bank umum.
- 1992 Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia.
- 2003 Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Gambar 4.3 Logo lama Bank BRI



Bentuk logo dengan garis melengkung, memberikan citra dinamis dan lincah. selain itu bentuk melengkung juga merupakan line of beauty yang melambangkan keindahan dan keelokan. Penataan huruf B, R, dan I pada logo tersebut yang ditata sedemikian rupa sehingga memberi kesan irama dari huruf B yang memiliki dua lengkungan, kemudian huruf R yang tersisa satu lengkungan dan digantikan dengan bentuk yang lurus, dan selanjutnya huruf I yang melebur bersama garis pembatas tanpa adanya lengkungan seperti pada huruf B dan R. Irama tersebut mencerminkan Misi BRI yang berusaha memberikan pelayanan terbaik agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Selanjutnya Kotak dengan sudut yang lembut pada sekeliling huruf BRI memiliki makna bahwa pelayanan Bank BRI memiliki cakupan yang luas untuk segala kalangan. Penataan lengkungan tersebut juga dapat mewakili keadaan ekonomi yaitu :

- Pada huruf "B" terdapat dua Lengkungan yang berarti kehidupan ekonomi yang masih sangat labil karena bentuk lengkung juga mewakili makna tujuan yang kurang jelas.
- Pada huruf "R" terdapat satu Lengkungan yang kemudian berlanjut dengan garis diagonal yang dapat dimaknakan kurang seimbang yang dapat mewakili masyarakat dengan kehidupan ekonomi menengah.
- dan kemudian pada Huruf "I" yang merupakan garis vertikal tegak lurus melambangkan kestabilan, keagungan, dan kemegahan yang dapat mewakili kalangan masyarakat dengan ekonomi yang sangat baik.

4.1.5 Pencapaian Aktivitas Bisnis Bank BRI

Bank BRI senantiasa berupaya untuk terus menerus memberikan layanan terlengkap dan berkualitas untuk memenuhi semua kebutuhan nasabah di sepanjang waktu. Untuk merealisasikan hal tersebut, bank akan terus berupaya melakukan inovasi produk dan layanan kepada para nasabah, serta berupaya untuk menghadirkan pelayanan yang terbaik. Secara umum bank mencatat keberhasilan di tahun 2015 dengan pertumbuhan dana pihak ketiga sebesar 7,5% dari tahun 2014, pendapatan bunga bersih pada tahun 2015 juga mengalami peningkatan 13,29% dari tahun 2014. Pada posisi Rasio Kecukupan Modal (CAR) Bank BRI mencapai 20,59% atau diatas ketentuan tentang kewajiban pemenuhan modal minimum yang sebesar 8%. Tingkat Non Performing Loan (NPL) tahun 2015 sebesar 2,02%, perolehan di tahun 2015 mengalami sedikit peningkatan dari tahun tahun 2014 yang sebesar 1,78%.

4.1.5.1 Hasil Usaha

Dalam tahun 2015, terdapat peningkatan laba bersih sebesar 4,9% dari tahun 2014. Pada tahun 2014 laba bersih yang diperoleh Bank BRI adalah sebesar Rp. 24.227 triliun dan mengalami peningkatan pada tahun 2015 menjadi sebesar Rp. 25.411 triliun. Hal ini didukung dengan banyaknya inovasi yang dilakukan Bank BRI, seperti menambah jumlah mesin ATM di daerah pedesaan, menambah dan mempermudah pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR), dan mendirikan Teras BRI dimana Teras BRI ini adalah perluasan jaringan kerja dari Bank BRI yang semakin mempermudah dalam melayani kebutuhan nasabah.

Gambar 4.4. Laba Bersih

Sumber : Laporan Tahunan Bank BRI 2015

1. Pendapatan Bunga

Pendapatan bunga naik sebesar 13,29% pada tahun 2015, pada tahun 2015 pendapatan bunga bersih adalah sebesar Rp. 58.280 miliar, perolehan tersebut mengalami peningkatan dibandingkan pada tahun 2014 dengan pendapatan bunga bersih sebesar Rp. 51.442 miliar. Kenaikan tersebut disebabkan karena meningkatnya simpanan nasabah di Bank BRI. Dengan meningkatnya inovasi dan kerjasama dalam tanggung jawab sosial dilakukan Bank BRI secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap Bank BRI. Simpanan nasabah pada tahun 2015 sebesar Rp. 669,00 triliun.

2. Pendapatan Operasional Lainnya

Pendapatan operasional lainnya pada tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp. 12.409 miliar atau meningkat sebesar 33,44% dari tahun 2014 dengan pendapatan operasional lainnya sebesar Rp. 9.299 miliar. Peningkatan ini didukung dengan semakin bertambahnya jumlah mesin ATM Bank BRI yaitu sebanyak 22.792, bertambahnya jumlah EDC menjadi 187.758, dan semakin bertambahnya unit kerja operasional yang dijalankan Bank BRI menjadi 10.612 unit kerja.

4.1.5.2 Rasio Kecukupan Modal (CAR)

Posisi Rasio Kecukupan Modal (CAR) Bank BRI pada tahun 2015 mencapai 20,59%, atau diatas ketentuan tentang kewajiban pemenuhan modal minimum yang sebesar 8%. Hasil ini mengalami peningkatan dari tahun 2014 yang posisi rasio kecukupan modal mencapai 18,31%. Kenaikan ini dipengaruhi oleh jumlah pinjaman yang semakin tinggi, yaitu sebesar Rp. 581,09 triliun dan aset perusahaan sebesar Rp. 878,43 triliun pada tahun 2015. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa Bank BRI adalah bank yang layak dan baik dari sisi permodalan.

Tabel 4.1. Rasio Kecukupan Modal (CAR)

RASIO KEUANGAN (BANK ONLY)			
PERMODALAN			
	2013	2014	2015

Rasio Kecukupan Modal (CAR)	16,99%	18,31%	20,59%
-----------------------------	--------	--------	--------

Sumber : Laporan Tahunan Bank BRI Tahun 2015

4.1.5.3 Simpanan Para Nasabah

Dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun sampai dengan periode akhir Desember 2015 mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya. Pada posisi akhir tahun 2010 sebesar Rp. 668.995 miliar atau mengalami kenaikan sebesar 7,5% dari posisi akhir tahun 2014 sebesar Rp. 622.322 miliar. Dana pihak ketiga terdiri dari Giro, Tabungan, dan Deposito.

1. Giro

Pada tahun 2015 meningkat sebesar Rp. 114.367 miliar atau 27% dibandingkan dengan akhir tahun 2014. Komposisi Giro tahun 2015 sebesar 17,1% dari total dana pihak ketiga di tahun 2015.

2. Tabungan

Pada akhir tahun 2015 meningkat sebesar Rp. 272.471 miliar atau 15,26% dibandingkan dengan akhir tahun 2014. Komposisi Tabungan tahun 2015 sebesar 40,73% dari total dana pihak ketiga di tahun 2015.

3. Deposito

Pada akhir tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp. 282.157 miliar atau 4,6% dibandingkan dengan akhir tahun 2014. Komposisi Deposito tahun 2015 sebesar 42,17% dari total dana pihak ketiga di tahun 2015.

Tabel 4.2. Dana Pihak Ketiga

SIMPANAN PARA NASABAH			
(Rp. Miliar)	2013	2014	2015
Dana Pihak Ketiga	504.281	622.322	668.995
- Giro	79.337	90.052	114.367
- Tabungan	212.997	236.395	272.471
- Deposito	211.948	295.875	282.157

Sumber : Laporan Tahunan Bank BRI Tahun 2015

4.2 Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan Bank BRI

Bank BRI memiliki beberapa bentuk CSR yang dilaksanakan. Bentuk CSR yang dilaksanakan Bank BRI diantaranya pada bidang pembangunan sarana umum, bantuan bencana alam, pendidikan, peningkatan kesehatan, pembangunan sarana ibadah, pelestarian alam, dan sosial. Program-program CSR Bank BRI tersebut termasuk kedalam BANGGA BERINDONESIA.

4.2.1 Penjelasan Umum BANGGA BERINDONESIA

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan merupakan amanah dari Undang-undang Perseroan Terbatas untuk berpartisipasi dalam usaha mewujudkan

pembangunan ekonomi berkelanjutan yang diharapkan akan bermanfaat bagi masyarakat maupun Bank BRI. Berdasarkan pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan didefinisikan sebagai 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. Dalam hal ini, Bank BRI membentuk program yang bertujuan untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial di masyarakat, program tersebut adalah Bangsa BERINDONESIA.

Bangsa BERINDONESIA adalah program yang dibentuk BRI untuk melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial di masyarakat. Bangsa BERINDONESIA bermakna ganda. Bangsa BERINDONESIA dapat berarti bangsa memberi Indonesia. Artinya Bank BRI bangga memberi sesuatu untuk kemajuan dan kesejahteraan bangsa Indonesia. Adapun Bangsa BERINDONESIA dapat juga bermakna bangga ber-Indonesia. Bank BRI bangga menjadi bangsa Indonesia yang secara tersirat memiliki makna nasionalisme dan patriotisme serta bagaimana Bank BRI berbuat sesuatu yang berarti untuk kejayaan Indonesia.

4.2.1.1 Visi dan Misi Bangsa BERINDONESIA

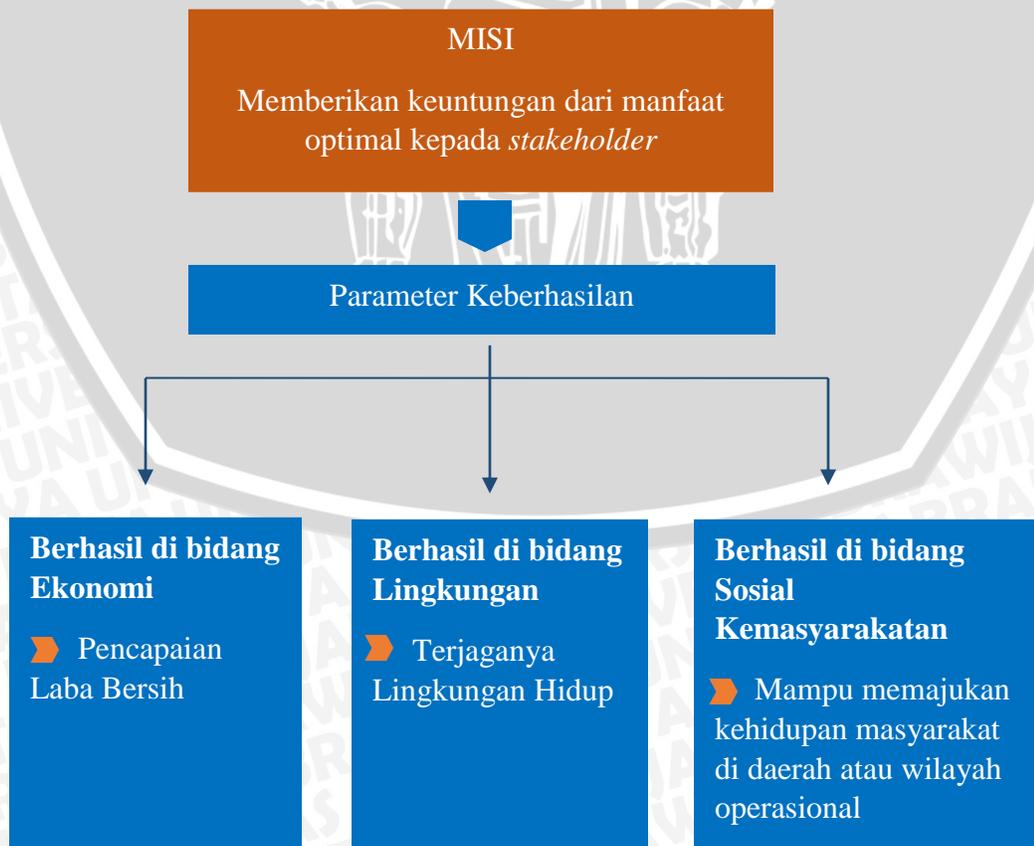
- Visi

Menjadi pelopor tanggung jawab sosial perusahaan dalam memberdayakan ekonomi masyarakat, lingkungan hidup, dan sosial masyarakat Indonesia.

Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dari Bank BRI bertujuan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat, lingkungan hidup dan sosial. Sehingga diharapkan dengan kegiatan Tanggung Jawab Sosial yang dilakukan Bank BRI dapat memberikan manfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.

- Misi
 1. Memberikan kontribusi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.
 2. Menumbuhkan wirausaha baru dalam bentuk pembinaan kelompok maupun kluster usaha.
 3. Berperan aktif untuk meningkatkan kualitas lingkungan hidup dan sosial masyarakat.

Gambar 4.5 Bagan Misi Tanggung Jawab Sosial Bank BRI



Sumber : Laporan Tahunan Bank BRI 2015

Pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial juga merupakan salah satu investasi sosial yang dilakukan BRI bersama masyarakat sekitar serta berbagai pihak seperti Pemerintah, Lembaga swadaya Masyarakat, dan organisasi kemasyarakatan atau lainnya. Sehingga dalam menetapkan tujuan program CSR, Perseroan senantiasa memasukan manfaat timbal balik bagi seluruh pihak. Tujuan CSR BRI ditetapkan sebagai berikut:

- Mewujudkan hubungan yang harmonis antara perusahaan, pekerja, dan masyarakat
- Mendukung perkembangan usaha kecil dan koperasi yang mandiri, tangguh dan berdaya saing, sehingga mampu mendorong penyerapan tenaga kerja, serta membantu peningkatan pengelolaan usaha yang professional
- Mengembangkan pola pembinaan usaha kecil dan koperasi, untuk mendapatkan manfaat timbal balik jangka panjang dengan bisnis Perseroan melalui penyaluran dana kemitraan dan pembinaan berkesinambungan, dengan mengedepankan aspek pemerataan, kemandirian, profesional, dan etika
- Memberikan partisipasi penuh pada program pelestarian lingkungan hidup, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat meliputi bidang pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan

4.2.1.2 Pelaksanaan Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Berdasarkan peraturan Menteri BUMN No. PER-09/MBU/07/2015, mengenai Program Bina Lingkungan bahwa setiap perusahaan di Indonesia baik swasta maupun BUMN wajib melaksanakan Program Bina Lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *shareholder* maupun *stakeholder* khususnya kepada masyarakat agar perusahaan terkait dapat memberikan dampak sosial bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk – Kantor Wilayah Malang dilaksanakan oleh bagian *Business Program*.

Business Program mempunyai fungsi untuk melaksanakan program-program kerja dari Kantor Cabang BRI yang berada di wilayah Kantor Wilayah BRI Malang. Bagian *Business Program* pada Bank BRI Kantor Wilayah juga mengatur program yang dilaksanakan oleh 24 Kantor Cabang BRI yang berada dalam wilayah Kantor Wilayah Malang yang tersebar dari Banyuwangi sampai Ngawi. Banyak program yang dilaksanakan oleh BRI Kantor Wilayah Malang untuk strategi jangka panjang perusahaan. Seperti pengembangan karyawan, peningkatan pelayanan kualitas kepada nasabah, dan Tanggung Jawab Sosial kepada masyarakat sekitar.

Dalam hal ini, *Business Program* merupakan filter perusahaan yang mengoordinir seluruh pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. *Business Program* menilai dan mengusulkan ke Direksi terhadap seluruh pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan yang diajukan oleh Kantor Cabang Bank BRI yang berada dalam wilayah Kantor Wilayah Bank BRI Malang. Selain itu, apabila dipandang perlu *Business Program* dapat

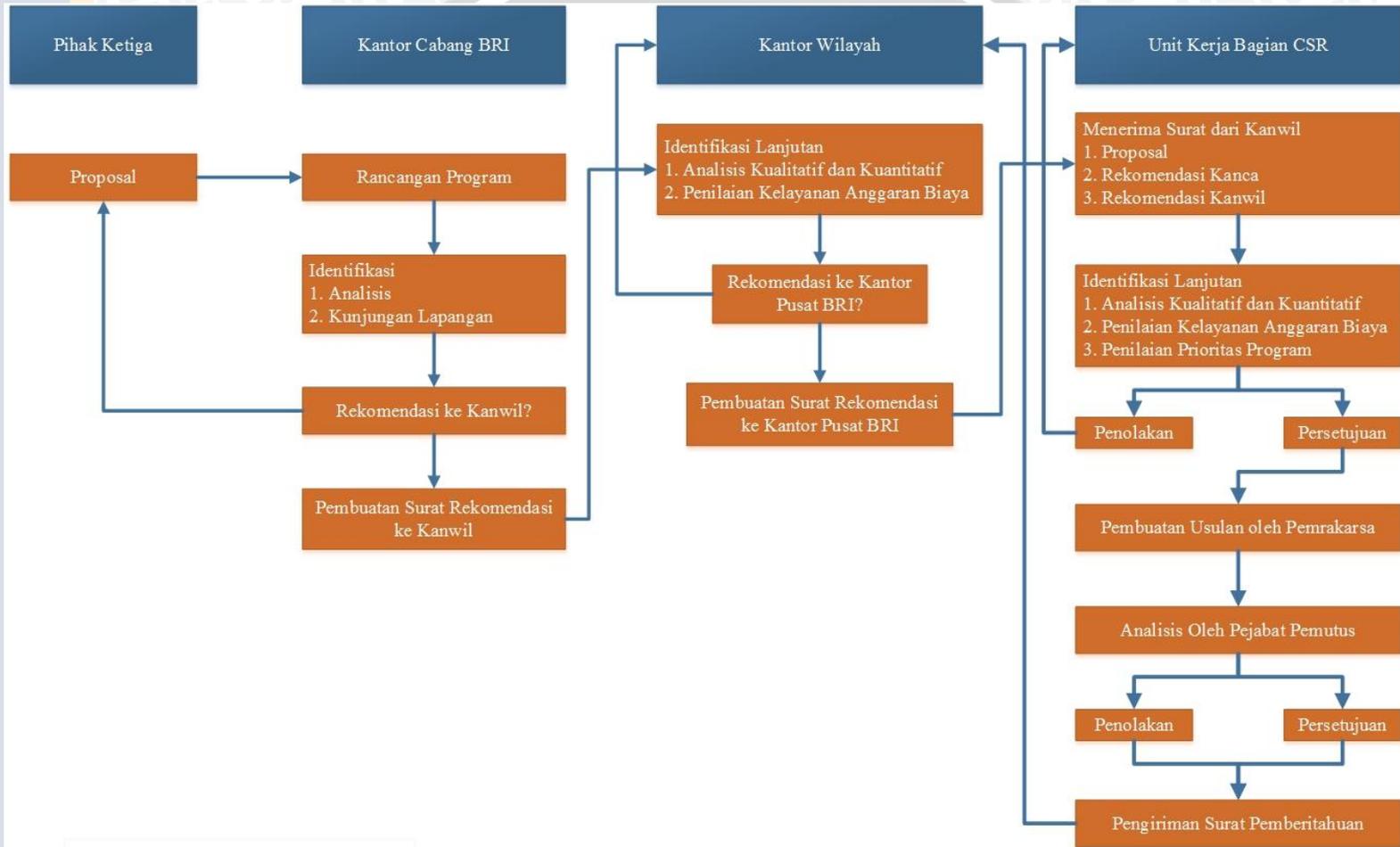
mengajukan usulan untuk melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Parameter pelaksanaan program tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dilakukan dengan memperhatikan potensi, kewajaran dari nilai Tanggung Jawab tersebut, dan pihak ketiga yang bekerjasama untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial. Pihak ketiga adalah pihak lain yang ikut kerjasama dalam terselenggaranya kegiatan Tanggung Jawab Sosial, contohnya pihak ketiga adalah Pemerintah Kota Setempat, Polresta, Universitas atau Sekolah terkait, Rumah Sakit, Instansi Pemerintah. Prinsip kewajaran diukur dengan mengacu berdasarkan perhitungan kepentingan dan skala prioritas sedangkan prinsip kewajaran dilaksanakan dengan mengacu pada pertimbangan rasional yang obyektif.

4.2.1.3 Alur Pengajuan Tanggung Jawab Sosial Bank BRI

Sebagaimana yang telah ditetapkan dalam peraturan Internal Bank BRI, bahwa Bank BRI akan menyeleksi program Tanggung Jawab Sosial dengan memperhatikan potensi, kewajaran nilai tanggung jawab sosial, dan pihak ketiga yang terkait dalam pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial. Berikut adalah alur dari pengajuan Tanggung Jawab Sosial Bank BRI.

Gambar 4.6. Alur Pengajuan CSR Bank BRI



Sumber : Buku CSR Bank BRI, 2015

Dari penjelasan alur pengajuan tanggung jawab sosial Bank BRI diatas, bahwa BRI tidak secara langsung menyetujui segala bentuk program tanggung jawab sosial. Dimulai dari pihak ketiga mengirimkan proposal kerjasama dengan kepada Kantor Cabang BRI, kemudian Kantor Cabang BRI melakukan analisis dan kunjungan lapangan untuk menilai apakah program tersebut layak untuk direkomendasikan kepada Kantor Wilayah BRI. Jika Kantor Cabang menyetujui kemudian pihak Kantor Cabang BRI membuat surat rekomendasi kepada Kantor Wilayah BRI untuk ditindaklanjuti lebih lanjut. Setelah berada di Kantor Wilayah BRI, program tersebut diserahkan kepada *Business Program* dan oleh *Business Program* rancangan program tersebut diserahkan kepada bagian audit program yang berada di Kantor Wilayah BRI. Pada bagian audit ini, *Business Program* memutuskan apakah program tersebut layak atau tidak untuk dilaksanakan. Setelah Kantor Wilayah menyetujui program tersebut dan dinggap layak untuk dilaksanakan, maka pihak Kantor Wilayah membuat surat rekomendasi kepada Kantor Pusat BRI pada bagian Unit Kerja CSR. Jika Kantor Pusat BRI sudah menyetujui program tersebut untuk dilaksanakan, maka Kantor Pusat BRI memberikan surat pemberitahuan kepada Kantor Wilayah BRI untuk melaksanakan program tanggung jawab tersebut.

4.2.1.4 Fokus Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Bank BRI memiliki beberapa fokus pada pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang telah dilaksanakan pada tahun 2015. Bank BRI Kantor Wilayah

Malang telah melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan dengan 8 program yang menjadi fokus pelaksanaannya, yakni :

1. Program Pembangunan Sarana Umum

Bank BRI ikut berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat khususnya untuk pembangunan sarana umum yang diperuntukkan kepada masyarakat. Dalam melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, selain melihat potensi dan kewajiban dari nilai tanggung jawab sosial itu sendiri Bank BRI juga mempunyai prinsip bahwa Tanggung Jawab Sosial harus dapat memberikan dampak yang baik dan besar kepada masyarakat. Pembangunan sarana umum dapat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Beberapa kegiatan CSR Bank BRI untuk pembangunan sarana umum, antara lain : pembangunan Alun-Alun Kota Malang, bantuan pembangunan aula yonif raider 509 di Jember.

2. Program Bantuan untuk Korban Bencana Alam

Salah bentuk kegiatan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh Bank BRI adalah Bantuan kepada korban yang terkena musibah bencana alam. Untuk membantu meringankan beban dari para korban bencana alam, Bank BRI melaksanakan beberapa kegiatan, yaitu : bantuan subsidi kepada korban bencana gunung kelud di kecamatan ngantang dan pujon Malang, bantuan tanggap bencana kekeringan di ponorogo.

3. Program Bantuan untuk Pendidikan

Pendidikan menjadi suatu kepedulian Bank BRI terhadap aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan keterampilan dan mengubah sikap perilaku masyarakat.

Pada saat ini Bank BRI melaksanakan kegiatan-kegiatan program pendidikan antara

lain : beasiswa, kewirausahaan, pembangunan sarana pendidikan, dan klinik bisnis pada universitas.

4. Program Bantuan Peningkatan Kesehatan

Kondisi kesehatan masyarakat menjadi salah satu fokus dari program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dari Bank BRI. Hal ini dikarenakan masalah kesehatan menjadi dampak yang cukup signifikan bagi perkembangan kehidupan masyarakat.

5. Program Pembangunan Sarana Ibadah

Bank BRI juga ikut berperan dalam meningkatkan ketakwaan masyarakat sekitar. Program yang diberi nama Indonesia Takwa ini dilaksanakan guna meningkatkan rasa silaturahmi antara Bank BRI dan Masyarakat.

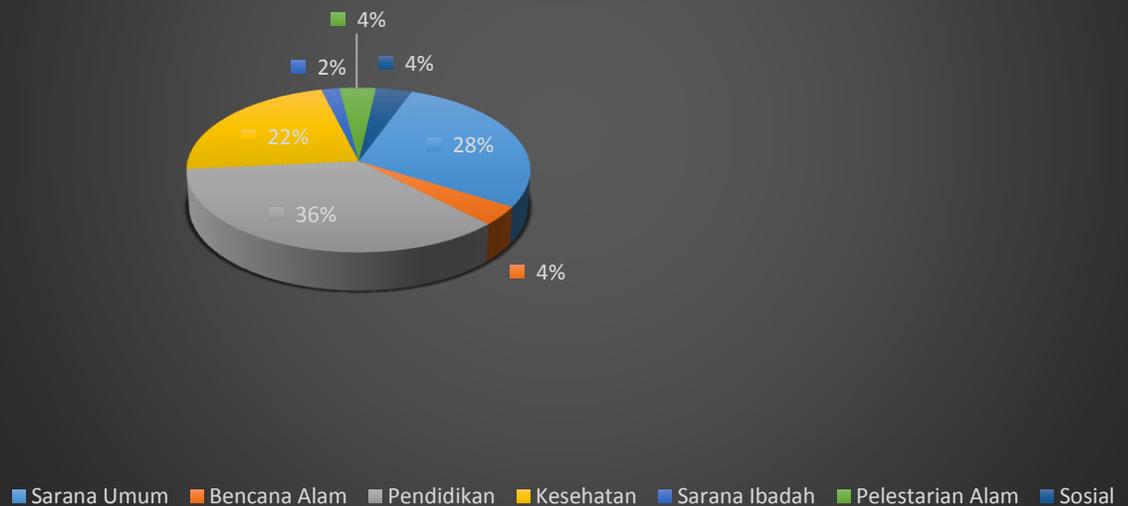
6. Program Pelestarian Alam

Kondisi alam yang semakin memprihatinkan seperti pembakaran dan penggundulan lahan yang digunakan untuk pembangunan *real estate* maupun pembangunan gedung-gedung tinggi menjadikan daya resap air menjadi berkurang. Hal tersebut menjadi salah satu dasar yang mendorong Bank BRI untuk melaksanakan program Pelestarian Alam ini.

7. Program Sosial Kemasyarakatan

Program bidang sosial memiliki cakupan kegiatan yang cukup luas dalam pelaksanaan kegiatannya. Hal ini dipengaruhi kondisi masyarakat yang ditinjau dari konteks sosial. Partisipasi Bank BRI dalam program bidang sosial diwujudkan dalam hal pemberian modal bagi Usaha Kecil Menengah (UKM), dan memberikan pelatihan bagi pelaku bisnis baru.

Gambar 4.7. Perbandingan Penyaluran CSR Bank BRI Kanwil Malang Tahun 2015



Sumber : Bank BRI Kanwil Malang, 2016

4.2.2 Program CSR Sarana Umum

Sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat dan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar, Bank BRI turut berperan dalam pembangunan beberapa sarana umum yang bisa digunakan oleh warga agar dapat memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat yang semakin banyak. Berikut adalah beberapa program CSR Sarana Umum Bank BRI Kantor Wilayah Malang :

- a. Bantuan revitalisasi Alun-Alun Kota Malang pada tahun 2015
- b. Bantuan pembangunan aula Yonif Raider 509 di Jember pada tahun 2015

- c. Bantuan pembangunan kantin STAIN/IAIN Jember pada tahun 2015
- d. Bantuan kursi tunggu dan TV untuk pengadilan Agama Jember pada tahun 2015.
- e. Bantuan kursi tunggu pembuatan SIM Polres Blitar pada tahun 2015.
- f. Bantuan Tandon Air KUD kertajaya Kediri pada tahun 2015.
- g. Bantuan pembangunan Gedung Raudhatul Athfal Kemenag Madiun pada tahun 2015.
- h. Bantuan pembangunan lapangan tembak kodim 081, Madiun pada tahun 2015.
- i. Bantuan pembangunan kantin dan tempat parkir Madrasah Aliyah Negeri Nganjuk pada tahun 2015.
- j. Bantuan pembangunan pipanisasi air bersih dalam program sebulan territorial 2015 kodim 0810 Nganjuk pada tahun 2015.
- k. Bantuan pembuatan gazebo paseban pendopo Ngawi pada tahun 2015.
- l. Bantuan 1 unit mobil operasional untuk divif 2 kostrad Malang pada tahun 2015
- m. Bantuan renovasi gedung aula “Andhaka Cakti” kodam V Brawijaya satuan Yonkav 3/Tank Malang pada tahun 2015.
- n. Bantuan 1 unit mobil ambulance untuk divif 1 kostrad Malang.
- o. Pembuatan sumur injeksi di Universitas Brawijaya dan Kota Malang dalam rangka Ulang Tahun BRI ke 120.

4.2.3 Program CSR Bantuan Bencana Alam

Bank BRI turut serta dalam membantu para korban yang terkena musibah bencana alam, beberapa kegiatan dilaksanakan Bank BRI Kantor Wilayah Malang dalam membantu para korban bencana alam, antara lain :

- a. Pemberian santunan kepada korban bencana alam gunung kelud di Ngantang, Kab. Malang pada tahun 2014.
- b. Pemberian santunan kepada korban bencana alam gunung kelud di Pujon, Kab. Malang pada tahun 2014.
- c. Pemberian santunan Rp. 50.000.000 untuk peternak di ngantang yang kehilangan ternaknya akibat bencana alam kelud di Ngantang, Kab. Malang pada tahun 2014.
- d. Bantuan paket sembako kepada pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Ngantang, Kab. Malang pada tahun 2014.
- e. Bantuan paket sembako kepada pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Pujon, Kab. Malang pada tahun 2014.
- f. Bantuan pendirian kemah/kamp untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Ngantang, Kab. Malang pada tahun 2014.
- g. Bantuan pendirian kemah/kamp untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Pujon, Kab. Malang pada tahun 2014.
- h. Bantuan pendirian *barracks* untuk subsidi makan dan memasak untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Ngantang, Kab. Malang pada tahun 2014.

- i. Bantuan pendirian *barracks* untuk subsidi makan dan memasak untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Pujon, Kab. Malang pada tahun 2014.
- j. Pengadaan air bersih untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud di Ngantang, Kab. Malang pada tahun 2014.
- k. Bantuan tanggap bencana kekeringan di kab. Ponorogo, Jawa Timur pada tahun 2015.
- l. Bantuan tanggap bencana alam gunung bromo kabupaten Probolinggo pada tahun 2015.

4.2.4 Program CSR Pendidikan

Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di bidang pendidikan yang menjadi fokus utama adalah Program Beasiswa, Program Pengadaan Sarana Penunjang Pendidikan. Berikut Program CSR pendidikan yang dilaksanakan oleh Bank BRI Kantor Wilayah Malang.

4.2.4.1 Program Beasiswa

Program Beasiswa diberikan kepada pelajar dan mahasiswa yang kurang mampu namun memiliki prestasi baik di bidang akademis maupun bidang non akademis. Aktualisasi dari program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan yang dilaksanakan Bank BRI pada bidang pendidikan lebih ditujukan kepada beasiswa untuk mahasiswa.

4.2.4.2 Program Pengadaan Sarana Penunjang Pendidikan

Bank BRI ingin turut serta dalam kemajuan pendidikan Indonesia khususnya Kota Malang. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pendidikan yang lebih baik Bank BRI mendukung untuk pengadaan sarana penunjang pendidikan. Berikut adalah beberapa program CSR pendidikan Bank BRI Kantor Wilayah Malang :

- a. Beasiswa pendidikan kepada mahasiswa Universitas Brawijaya yang memiliki nilai akademik maupun prestasi akademik yang baik dan kurang mampu. Kegiatan ini dilaksanakan pada tahun 2015.
- b. Program beasiswa kerjasama IKIP PGRI Madiun kepada mahasiswa IKIP PGRI Madiun yang memiliki nilai akademik yang baik maupun prestasi akademik yang baik dan kurang mampu secara ekonomi.
- c. Pembangunan gedung utama FEB UB untuk menunjang kualitas pendidikan yang berada di Universitas Brawijaya khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Pembangunan gedung utama FEB UB diresmikan pada tahun 2015.
- d. Pembuatan sanitasi untuk Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh pada Tahun 2015.
- e. Program berbagi buku untuk sahabatku (Nasabah Bank BRI yang masih berstatus pelajar) dalam rangka ulang tahun Bank BRI ke 120 pada tahun 2015.
- f. Bantuan kerjasama pendidikan dengan MAN 3 Malang untuk pengadaan mobil sekolah guna menunjang aktivitas para siswa MAN 3 Malang diluar lingkungan sekolah.

- g. Pembayaran uang saku mahasiswa/wi BNC III UB bulan desember 2015.
- h. Biaya living cost dan pembinaan BNC III bulan desember 2015 di Universitas Brawijaya.
- i. Uang saku mahasiswa/wi BNC III bulan oktober sampai November 2015.
- j. Living cost dan pembinaan BNC III bulan oktober sampai November 2015.
- k. Bantuan fasilitas pendidikan bagi Universitas Brawijaya, Malang pada tahun 2015.
- l. Bantuan pembangunan kantin fakultas peternakan Universitas Brawijaya, Malang pada tahun 2015.
- m. Bantuan pembangunan Dummy Bank Polinema Malang pada tahun 2015.
- n. Bantuan beasiswa mahasiswa berprestasi dari Universitas Indonesia an. Dita Rizki Indah Santoso pada tahun 2015.
- o. Bantuan penunjang 1 unit shuttle bus untuk kampus IAIN Jember pada tahun 2015.
- p. Bantuan pembangunan kolam renang di lingkungan perguruan Muhammadiyah Ngadiluwih Kediri pada tahun 2015.
- q. Bantuan alat penunjang pendidikan (Laptop) Universitas Negeri Malang (UM) pada tahun 2015.

- r. Bantuan perlengkapan ruang lobby front office dan ruang seminar UNISMA Malang pada tahun 2015.
- s. Bantuan pembangunan Entrepreneur Corner Universitas Gajayana Malang pada tahun 2015.
- t. Bantuan Video Conference Universitas Merdeka Malang pada tahun 2015.
- u. Bantuan perlengkapan Laboratorium FMIPA Universitas Negeri Malang pada tahun 2015.

4.2.5 Program CSR Peningkatan Kesehatan

Sebagai bentuk kepedulian terhadap kualitas kesehatan masyarakat, Bank BRI melakukan kegiatan-kegiatan di bidang kesehatan. Bentuk kegiatan program kesehatan adalah kegiatan yang terkait dengan kesehatan massal dan penyakit tertentu di suatu daerah serta kegiatan yang berhubungan dengan peningkatan kesehatan masyarakat. Berikut Program CSR Peningkatan Kesehatan yang dilaksanakan oleh Bank BRI Kantor Wilayah Malang.

- a. Pengadaan mobil ambulance kepada Rumah Sakit Saiful Anwar Kota Malang pada tahun 2015.
- b. Bantuan 1 unit ambulance untuk kodim 0823 Situbondo, Jawa Timur pada tahun 2015.
- c. Bantuan 1 unit ambulance triton untuk RS Bhayangkara Kediri, pada tahun 2015.
- d. Bantuan 1 unit ambulance polres Kediri, Jawa Timur pada tahun 2015.

- e. Bantuan 1 unit ambulance untuk kodim V Brawijaya Madiun Jawa Timur pada tahun 2015.
- f. Bantuan alat kesehatan Timbangan Darah UDD PMI Lumajang, pada tahun 2015.
- g. Bantuan 1 unit ambulance RS Bhayangkara Lumajang, Jawa Timur pada tahun 2015.
- h. Pengadaan mobil ambulance kepada Rumah Sakit Bhayangkara Tulungagung pada tanggal 09 Juli 2014.
- i. Pengadaan mobil ambulance kepada Rumah Sakit Islam Siti Aisyah Madiun pada tahun 2014.
- j. Bank BRI Kantor Wilayah Malang bersama PMI melaksanakan kegiatan donor darah para karyawan Bank BRI Kantor Wilayah Malang dalam rangka ulang tahun BRI ke 119. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2014.

4.2.6 Program CSR Pembangunan Sarana Ibadah

Dalam rangka mempererat tali silaturahmi antara Bank BRI dengan masyarakat, maka Bank BRI melaksanakan Program pembangunan sarana ibadah untuk masyarakat. Berikut adalah Program CSR Pembangunan Sarana Ibadah Bank BRI Kantor Wilayah Malang :

- a. Pembangunan Gereja untuk masyarakat di desa ngampel Kediri, Jawa Timur pada tahun 2015.

4.2.7 Program CSR Pelestarian Alam

Kondisi alam yang semakin memprihatinkan dan semakin berkurangnya Sumber Daya Alam mendorong Bank BRI untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan untuk melestarikan alam. Berikut adalah Program CSR Pelestarian Alam yang dilaksanakan oleh Bank BRI Kantor Wilayah Malang.

- a. Penanaman 63 pohon kamboja merah di Desa Pehserut, Sukomoro Nganjuk. Penanaman dilakukan di sepanjang Jl. Raya Nganjuk-Surabaya pada tanggal 29 Juli 2015
- b. Kegiatan penghijauan di Kawasan Wisata Nasional Bromo Tengger Semeru Dusun Cemoro Lawang, Desa Ngadisari dengan penanaman 2000 pohon di kawasan tersebut. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2015.
- c. Penanaman 1000 bibit pohon di Jember dalam rangka ulang tahun Bank BRI ke 120 pada tahun 2015.
- d. Bantuan pembangunan kawasan rumah pangan lestari kodim 0801 Pacitan, Jawa Timur pada tahun 2015.

4.2.8 Program CSR Bidang Sosial

Era globalisasi yang semakin sarat dengan persaingan memiliki kaitan yang cukup erat dengan masalah sosial. Bagi masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah, kemajuan era globalisasi dan teknologi menjadi permasalahan tersendiri karena terbatasnya modal. Hal tersebut mendasari Bank BRI untuk melaksanakan kegiatan guna membantu masyarakat yang kurang mampu. Berikut program CSR bidang sosial yang dilaksanakan oleh Bank BRI Kantor Wilayah Malang.

- a. Pemberian modal bagi pemilik usaha UMKM di Kota Malang yang potensial pada tahun 2015.
- b. Pemberian modal dan pelatihan bagi Mahasiswa yang memiliki usaha UMKM di Universitas Brawijaya pada tahun 2015
- c. Khitanan massal dalam rangka HUT Bank BRI ke 120, kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 16 Desember 2015 di Kota Kediri.
- d. Bantuan korban bencana kebakaran rumah an. Kel. Slamet Resongulomo – penerima manfaat pensiun di Kediri, Jawa Timur pada tahun 2015.

4.3 Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank BRI dalam membentuk *Corporate Image*

Corporate image atau citra perusahaan dapat terbentuk dengan pelaksanaan CSR yang baik. Citra perusahaan yang baik sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan. *Corporate image* merupakan tujuan dari kegiatan

CSR Bank BRI. Berikut adalah kutipan pernyataan dari Ibu Anci Relly selaku *Business Program* Bank BRI Kantor Wilayah (Kanwil) Malang.

“Salah satu strategi dari kegiatan CSR Bank BRI itu memang lebih kepada *branding* atau *brand image* dari Bank BRI itu sendiri. Dengan meningkatkan *branding* di mata masyarakat akan menjadi nilai investasi bagi Bank BRI di masa yang akan datang.”

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Informan kedua selaku mantan Pimpinan BRI Kanwil Malang mengenai program CSR yang dijalankan Bank BRI.

“Tujuan dari kegiatan CSR BRI itu adalah *branding* dimata masyarakat. Dengan *branding* yang kuat di masyarakat, diharapkan akan meningkatkan *profit* dari Bank BRI di masa mendatang selain memberikan manfaat kepada masyarakat dengan kegiatan CSR tersebut”.

Terdapat tiga indikator dalam *corporate image*, yaitu : *moralties*, *management*, *performance*. Berikut adalah implementasi CSR Bank BRI dalam membentuk *corporate image* Bank BRI.

4.3.1 *Moralities*

Moralitas adalah indikator pertama dalam *corporate image*. *Moralities* atau moralitas berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan memiliki moral terhadap lingkungan dan sosialnya. Bank BRI dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan telah menunjukkan moralitas tersebut. Melalui kegiatan CSR Bank BRI turut serta dalam pelestarian lingkungan dan kegiatan sosial kepada masyarakat. Berikut berbagai program CSR yang dilaksanakan Bank BRI :

Tabel 4.3. Program-program CSR Bank BRI

No.	Program-Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bank BRI
1.	Program CSR Pembangunan Sarana Umum
2.	Program CSR Bantuan Bencana Alam
3.	Program CSR Pendidikan
4.	Program CSR Peningkatan Kesehatan
5.	Program CSR Pembangunan Sarana Ibadah
6.	Program CSR Pelestarian Alam
7.	Program CSR Bidang Sosial

Sumber : Buku CSR Bank BRI, 2016

Bank BRI senantiasa memberikan kualitas terbaik dalam setiap program CSR yang dilaksanakan. Hal tersebut membuktikan bahwa Bank BRI sangat peduli dengan kegiatan CSR kepada masyarakat dan untuk membentuk *corporate image* atau citra perusahaan. Kepedulian Bank BRI dalam kegiatan CSR tersebut telah dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat, diantaranya adalah Tuter Taliningsih Mahasiswa FMIPA UM. Berikut tanggapan informan mengenai bantuan pembangunan Laboratorium di FMIPA UM.

“Menurut saya, program CSR Bank BRI pada bidang pendidikan sudah dilaksanakan dengan baik. Seperti pembangunan Laboratorium Pembelajaran FMIPA UM ini yang sangat baik kualitasnya. Berbagai keperluan praktikum seperti alat peraga, meja demonstrasi untuk praktikum, proyektor, dan lcd semuanya lengkap dan kualitasnya baik”.

Kegiatan CSR Bank BRI juga ikut dirasakan oleh Muhammad Hafizh, peserta pelatihan bisnis yang dilaksanakan Bank BRI dalam CSR program bidang sosial.

“kegiatan sangat bermanfaat bagi pemula seperti saya di dunia bisnis. Pada pelatihan ini saya belajar bagaimana menghadapi tantangan bisnis yang semakin ketat di kota Malang meskipun bisnis saya UMKM. Kegiatan yang dilaksanakan Bank BRI ini sangat baik dan bermanfaat, jadi menurut saya harus terus dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga”.

Pernyataan dari berbagai informan tersebut dapat menunjukkan bahwa kegiatan CSR Bank BRI telah tepat dan dilaksanakan dengan baik. Hal tersebut juga telah membentuk *corporate image* Bank BRI, dengan tanggapan positif dari berbagai masyarakat yang ikut merasakan dampak positif dari kegiatan CSR Bank BRI.

4.3.2 Management

Management berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan tersebut dikelola dengan baik. Tata kelola perusahaan yang diterapkan oleh Bank BRI sudah berjalan dengan sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya kode etik yang mengatur berbagai lapisan karyawan, mulai dari komisaris hingga karyawan unit kerja. Selain kode etik, Bank BRI juga menerapkan manajemen risiko untuk meningkatkan kualitas pengelolaan bank.

4.3.2.1 Kode Etik

Kode etik Bank BRI memaparkan prinsip dasar perilaku pribadi dan profesional yang diharapkan dilakukan oleh setiap Insan Bank dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Ini merupakan sebuah standar perilaku yang relatif wajar, sesuai dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pedoman bagi semua Insan Bank. Kode etik yang diterapkan Bank BRI memiliki tujuan, diantaranya :

1. Menciptakan lingkungan kerja yang baik dan kondusif sehingga dapat mendorong peningkatan kinerja Bank.

2. Membina hubungan baik dengan komunitas setempat dimana Bank menjadi bagian di dalamnya sehingga dapat menunjang kesuksesan Bank dalam jangka panjang.
3. Menjaga reputasi Bank.
4. Memberikan pedoman etika bagi insan Bank dalam melaksanakan tugas, kewenangan, kewajiban dan tanggung jawabnya.
5. Meningkatkan budaya sadar risiko dan budaya kepatuhan bagi semua insan Bank.

4.3.2.2 Manajemen Risiko

Bank BRI menerapkan proses Manajemen Risiko secara konsisten pada setiap proses aktivitas bisnis maupun operasional perbankan sehari-hari, mengingat hal tersebut merupakan faktor penting untuk memastikan pencapaian target kinerja yang telah ditetapkan, yaitu menjadi bank yang sehat dan bertumbuh secara berkesinambungan.

Kebijakan Manajemen Risiko BRI mencakup kebijakan manajemen risiko secara individual serta terintegrasi dengan Perusahaan Anak BRI. Di dalam penerapan kerangka pengelolaan risiko secara terpadu (enterprise-wide risk management) yang meliputi empat pilar, yaitu:

1. Pengawasan Aktif Dewan Komisaris dan Direksi

Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Pengawasan Manajemen Risiko (KPMR) untuk melakukan evaluasi terhadap kebijakan dan implementasi manajemen risiko yang dilakukan Direksi.

2. Kecukupan Kebijakan, Prosedur, dan Penetapan Limit

Kebijakan Umum Manajemen Risiko BRI (KUMR BRI) menjelaskan tentang dasar-dasar kebijakan manajemen risiko BRI dan merupakan ketentuan tertinggi bidang manajemen risiko di BRI. KUMR BRI menjadi acuan kebijakan, prosedur, dan pedoman di bidang manajemen risiko sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Proses Manajemen Risiko dan Sistem Informasi Manajemen Risiko

a. Identifikasi Risiko

b. Pengukuran Risiko

c. Pemantauan Risiko

d. Pengendalian Risiko

4. Sistem Pengendalian Intern Manajemen Risiko

Tata kelola perusahaan yang diterapkan Bank BRI terbukti dengan diraihnya hasil evaluasi yang baik dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atas pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG). Berikut adalah hasil evaluasi dari OJK.

Tabel 4.4. Hasil Evaluasi OJK kepada Bank BRI

Peringkat	Definisi
PK-2 (Baik)	Mencerminkan Manajemen BRI telah melakukan penerapan Good Corporate Governance yang secara umum baik. Hal ini tercermin dari pemenuhan yang memadai atas prinsip-prinsip Good Corporate Governance. Apabila terdapat kelemahan dalam penerapan prinsip-prinsip Good Corporate Governance, maka secara umum kelemahan tersebut kurang signifikan dan dapat diselesaikan dengan tindakan normal oleh manajemen BRI

Sumber : www.bri.co.id

4.3.3 Performance

Performance berkaitan dengan kinerja dari perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Pencapaian kinerja Bank BRI khususnya pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada tahun 2015 sudah terlaksana dengan baik.

Berikut adalah tabel realisasi dana CSR Bank BRI :

Tabel 4.5. Realisasi Dana Program CSR Bank BRI

(Rp Juta)

No.	Jenis Program	Realisasi 2014	%	Realisasi 2015	%	% dari tahun sebelumnya
1.	Indonesia Cerdas	29.483	28.37%	31.029	24.55%	105.25%
2.	Indonesia Sehat	22.705	21.83%	17.452	13.81%	76.86%
3.	Indonesia Membangun	12.017	11.57%	31.397	24.84%	261.26%
4.	Indonesia Lestari	4.057	3.90%	2.387	1.89%	58.83%
5.	Indonesia Sejahtera	12.695	12%	23.546	18.63%	185.48%
6.	Indonesia Peduli	6.089	5.86%	3.194	2.53%	52.46%
7.	Indonesia Takwa	16.864	16.23%	17.385	13.75%	103.09%
Jumlah		103.910	100%	126.391	100%	121.63%

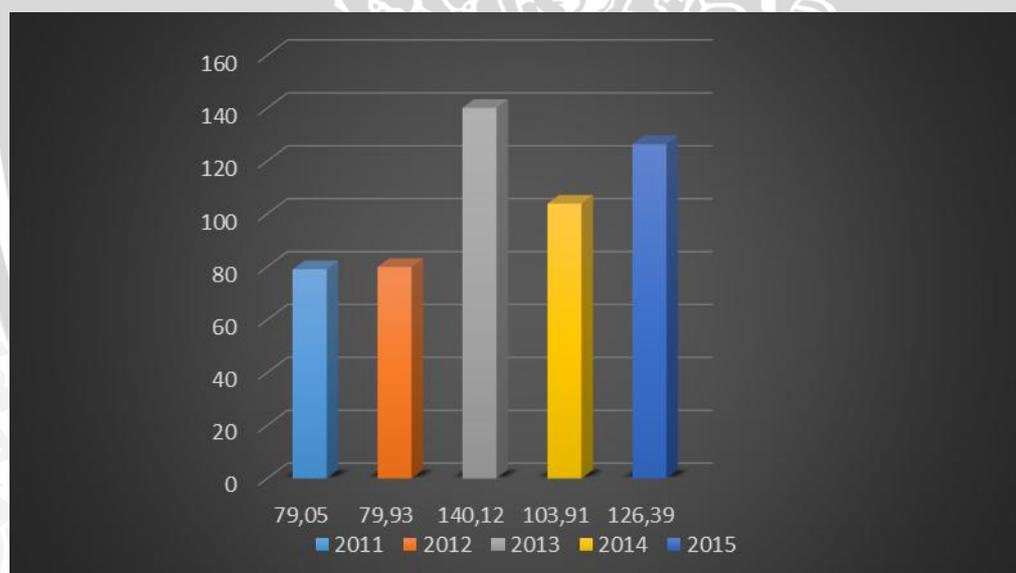
Sumber : Laporan Tahunan Bank BRI Tahun 2015

Untuk pembagian alokasi dana CSR pada masing-masing bidang dari tahun ke tahun Bank BRI selalu mengalami peningkatan, dari data diatas realisasi pada bidang pelestarian lingkungan dari tahun 2014 dan tahun 2015 mengalami penurunan, namun penurunan tersebut dialihkan kepada bidang lain seperti pada

bidang Pendidikan dari realisasi Rp. 29.483.000,- menjadi Rp. 31.029.000,- pada tahun 2015. Dan pada bidang Indonesia Membangun mengalami peningkatan dari 11,57% di tahun 2014 meningkat menjadi 24,84% pada tahun 2015.

Secara keseluruhan dana yang dianggarkan untuk kegiatan CSR pada tahun 2015 mengalami peningkatan dari tahun 2014. Pada tahun 2014 dana yang dianggarkan untuk kegiatan CSR adalah Rp. 103.910.000.000,- dan pada 2015 mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp. 126.390.000.000,-.

Gambar 4.8. Total Realisasi Program CSR Bank BRI selama 5 tahun terakhir
(Rp Juta)



Sumber : Laporan Tahunan Bank BRI Tahun 2015

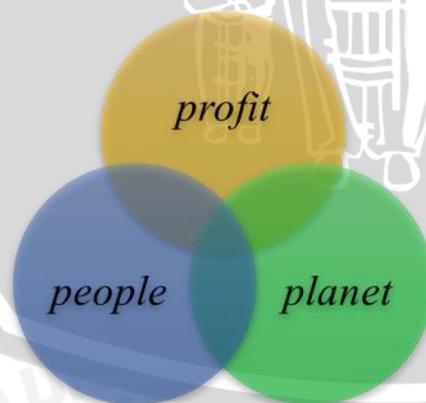
4.4 Pembahasan CSR Bank BRI berdasarkan Konsep 3P

Pada kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Bank BRI sebagaimana yang diungkapkan para informan telah menerapkan konsep 3P. Hal ini, sesuai dengan

yang dikemukakan oleh John Elkington. Perusahaan yang ingin *sustain* atau berkelanjutan jangka panjang harus memenuhi 3P tersebut. Bank BRI telah memenuhi konsep 3P tersebut, terbukti saat ini BRI tidak hanya berfokus pada keuntungan perusahaan (*profit*), tetapi juga berfokus pada kesejahteraan masyarakat (*people*) dan kelestarian lingkungan (*Planet*). Dengan penerapan konsep tersebut pada kegiatan CSR, dapat meningkatkan citra perusahaan Bank BRI di mata masyarakat.

Konsep *triple bottom line* adalah konsep yang memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan atau *sustain*, haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit* atau faktor ekonomi perusahaan, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep tersebut telah diterapkan oleh BRI dalam pelaksanaan CSR. Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam gambar berikut :

Gambar 4.9. Triple Bottom Line



Berdasarkan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan oleh Bank BRI, Bank BRI dalam kegiatan CSR sudah memenuhi beberapa aspek dalam konsep 3P ini. Berikut rincian kegiatan CSR Bank BRI berdasarkan dengan konsep 3P.

4.4.1 Profit / Economic

Menurut konsep *triple bottom line* dalam Jennifer Woofter, dikemukakan bahwa ada beberapa unsur yang mendukung profit perusahaan dapat tercapai, diantaranya : *Good Jobs, Fair Wages, Infrastructure, Fair Trade*. Dari beberapa unsur tersebut, kinerja Bank BRI dalam melaksanakan kegiatan CSR telah memenuhi dua unsur yakni : *good jobs, infrastructure, dan fair trade*.

1. *Good jobs* adalah peningkatan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendukung terciptanya *Good Corporate Governance (GCG)*.

Bank BRI telah melakukan beberapa peningkatan kinerja sebagai salah satu unsur yang mendukung *profit* perusahaan yang sehat dan berkelanjutan, diantaranya :

- a. Peningkatan Laba Bersih

Peningkatan laba bersih Bank BRI pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar Rp. 25.411 triliun, meningkat 4,9% dari tahun 2014 dengan laba bersih sebesar Rp. 24.277 triliun. Hal tersebut didukung dengan banyaknya inovasi yang dilakukan oleh Bank BRI, seperti menambah jumlag mesin ATM di daerah pedesaan, menambah dan mempermudah pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan bunga sebesar 0,41%, dan mendirikan Teras BRI, Teras BRI adalah perluasan jaringan kerja dari Bank BRI yang semakin mempermudah dalam melayani kebutuhan nasabah.

- b. Peningkatan Pendapatan Bunga

Peningkatan pendapatan bunga bersih Bank BRI pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar Rp. 58.280 miliar, meningkat

13,29% dari tahun 2014 dengan pendapatan bunga bersih sebesar Rp. 51.442 miliar. Kenaikan tersebut disebabkan karena meningkatnya simpanan nasabah di Bank BRI. Dengan meningkatnya inovasi layanan perbankan dan kerjasama dalam tanggung jawab sosial, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Bank BRI.

c. Peningkatan Pendapatan Operasional Lainnya

Pendapatan operasional lainnya pada tahun 2015 mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp. 12.409 miliar atau meningkat sebesar 33,44% dari tahun 2014 dengan pendapatan operasional lainnya sebesar Rp. 9.299 miliar. Peningkatan ini didukung dengan semakin bertambahnya jumlah mesin ATM Bank BRI yaitu sebanyak 22.792, bertambahnya jumlah mesin EDC menjadi 187.758, dan semakin bertambahnya unit kerja Bank BRI menjadi 10.612 unit kerja.

d. Peningkatan Rasio Kecukupan Modal (CAR)

Posisi Rasio Kecukupan Modal (CAR) Bank BRI pada tahun 2015 mencapai 20,59%. Hasil ini mengalami peningkatan dari tahun 2014 yang berhasil mencapai 18,31%. Kenaikan ini dipengaruhi oleh jumlah pinjaman yang semakin tinggi, yaitu sebesar Rp. 581,09 triliun dan aset perusahaan pada tahun 2015 sebesar Rp. 878,43 triliun.

e. Peningkatan Simpanan Para Nasabah

Pada posisi akhir tahun 2015 simpanan nasabah Bank BRI sebesar Rp. 668.995 miliar, mengalami kenaikan sebesar 7,5% dari posisi akhir tahun 2014 sebesar Rp. 622.322 miliar. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin bertambahnya kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah Bank BRI.

2. *Infrastructure* adalah dimana perusahaan berupaya dalam peningkatan produktivitas, peningkatan dan pembaharuan layanan untuk karyawan perusahaan maupun untuk para *stakeholder* dengan meningkatkan infrastruktur layanan di dalam dan di luar perusahaan. Bank BRI senantiasa memberikan layanan dan peningkatan layanan khususnya kepada para nasabah, layanan tersebut diantaranya : produk BRIZZI, layanan E dan M-Banking, Peningkatan jumlah mesin ATM, peningkatan jumlah mesin EDC, dan layanan bagi nasabah Bank BRI Prioritas. Bank BRI juga telah melakukan terobosan dengan meluncurkan Satelit perbankan, yang menjadikan Bank BRI sebagai Bank pertama di dunia yang memiliki Satelit sendiri. Dengan satelit tersebut Bank BRI bisa meminimalkan gangguan sistem di 11.000 kantor cabangnya yang seringkali terjadi dan Bank BRI bisa menghemat beban operasi sebesar 40% atau 200 miliar. Semua layanan yang diberikan oleh Bank BRI tersebut adalah untuk kenyamanan dan keamanan nasabah dalam melakukan setiap transaksi di Bank BRI dan untuk meningkatkan *profit* perusahaan.

3. *Fair Trade*

Fair trade atau perdagangan yang adil adalah sistem perdagangan yang berusaha untuk membantu produsen yang terpinggirkan melalui sistem pembayaran yang adil, kondisi tempat kerja yang layak, program sosial, transparansi, dan menjaga lingkungan. Pada Bank BRI, *fair trade* dilakukan dengan transparansi, program sosial, dan menjaga lingkungan. Transparansi yang dilaksanakan Bank BRI yaitu dengan cara terbukanya Bank BRI dalam menunjukkan laporan keuangan bulanan, per kwartal, dan per tahun, dan *sustainability report*. Kemudian *fair trade* yang dilakukan oleh Bank BRI adalah dengan program sosial dan program melestarikan lingkungan. Program sosial dan program melestarikan lingkungan tersebut dilakukan dalam kegiatan CSR Bank BRI. Hal tersebut adalah langkah Bank BRI dalam menciptakan perdagangan yang adil.

Lebih detil dari uraian di atas, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6. Program CSR BRI pada *Profit*

No.	<i>Profit / Economic</i>	
1.	<i>Good Jobs</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan laba bersih - Peningkatan pendapatan bunga - Peningkatan pendapatan operasional lainnya - Peningkatan Rasio Kecukupan Modal (CAR) - Peningkatan simpanan para nasabah
2.	<i>Infrastructure</i>	<ul style="list-style-type: none"> - BRIZZI - E-Banking - M-Bankng - Peningkatan jumlah mesin ATM - Peningkatan jumlah mesin EDC - BRI Prioritas - BRI Satelit
3.	<i>Fair Trade</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Transparansi dengan pengungkapan laporan keuangan perusahaan setiap tahunnya - Melaksanakan kegiatan CSR yang bertujuan untuk kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan

Kinerja Bank BRI untuk mendukung terciptanya *profit* perusahaan yang sehat masih belum maksimal. Masih ada beberapa unsur yang belum dilaksanakan dengan baik oleh Bank BRI, seperti *Fair wages*. Bank BRI kurang transparan dalam menunjukkan gaji dan bonus karyawan, terutama pada bonus. Tidak dijelaskan secara detail darimana bonus tersebut berasal dan tidak dijelaskan kenapa karyawan tersebut mendapatkan bonus. Menurut peneliti, Bank BRI harus lebih memperhatikan mengenai *fair wages* terutama transparansi pada karyawan

kantor BRI agar tercipta persaingan yang adil di dalam perusahaan dan terciptanya kondisi ekonomi yang sehat di perusahaan. Berikut adalah beberapa gambar pada unsur *profit / economic* Bank BRI. Penjelasan lihat pada lampiran.

Gambar 4.10. contoh-contoh pemanfaatan *profit* Bank BRI



Sumber : data yang diolah, 2016

4.4.2 *People / Social*

Dalam kegiatan CSR Bank BRI pada *people* atau *social*, terdapat beberapa unsur yang mendukung agar kegiatan CSR perusahaan dapat berjalan dengan baik. Unsur tersebut antara lain : *Health services, education services, community dan culture, dan social justice*. Dari beberapa unsur tersebut, Bank BRI telah melaksanakan tiga kegiatan dari empat unsur yang diharapkan pada komponen *people*, diantaranya :

1. *Health Services*

Health services adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan di bidang kesehatan. Perusahaan harus ikut berpartisipasi dalam meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat di sekitar. Dalam kegiatan CSR ini Bank BRI telah melaksanakan beberapa bantuan pada bidang kesehatan, diantaranya : bantuan ambulance kepada beberapa rumah sakit, dan bantuan ambulance kepada kesatuan TNI dan Polri. Beberapa rumah sakit yang mendapat bantuan dari Bank BRI antara lain : rumah sakit Saiful Anwar, rumah sakit Bhayangkara Tulungagung, rumah sakit Siti Aisyah

Madiun, dan rumah sakit Bhayangkara Kediri. Untuk kesatuan yang mendapat bantuan dari Bank BRI antara lain : Kodim 0823 Situbondo, dan Polres Kediri.

2. *Education Services*

Education services adalah bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan pada bidang pendidikan. Dalam kegiatan CSRnya, Bank BRI turut dalam peningkatan kualitas pendidikan masyarakat. Beberapa kegiatan CSR Bank BRI pada bidang pendidikan, antara lain : bantuan kendaraan penunjang pendidikan, beasiswa, dan bantuan fasilitas penunjang pendidikan.

3. *Social Justice*

Social justice adalah bentuk tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan CSR Bank BRI pada *social justice* ini adalah dengan pemberian pelatihan dan pemberian modal bagi pelaku bisnis.

Lebih detail program CSR pada *people* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7. Program CSR BRI pada *People*

No.	<i>People / Social</i>	
1.	<i>Health Services</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan ambulance kepada Rumah Sakit Bhayangkara Tulungagung - Bantuan ambulance kepada Rumah Sakit Saiful Anwar Malang - Bantuan ambulance kepada kodim 0823 - Bantuan ambulance kepada Rumah Sakit Bhayangkara Kediri - Bantuan ambulance kepada Polres Kediri - Bantuan ambulance kepada Rumah Sakit Siti Aisyiyah Madiun
2.	<i>Education Services</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan mobil penunjang pendidikan di MAN 3 Malang - Bantuan 1 unit bus untuk Kampus IAIN Jember - Beasiswa pendidikan kepada mahasiswa IKIP PGRI Madiun - Bantuan pembangunan gedung utama FEB UB - Bantuan pembangunan kantin Fapet UB - Bantuan fasilitas penunjang pendidikan (laptop) UM - Bantuan perlengkapan ruang lobby front office dan ruang seminar UNISMA - Bantuan pembangunan entrepreneur corner Universitas Gajayana - Bantuan laboratorium FMIPA UM
3.	<i>Social Justice</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan pemberian pelatihan dan modal bagi pelaku bisnis UMKM baru di Universitas Brawijaya

Kegiatan CSR Bank BRI pada *people* atau *social* ini sudah dilaksanakan dengan baik, namun masih ada beberapa unsur yang perlu ditingkatkan. Bagian yang perlu ditingkatkan adalah pada *community and culture*, yaitu pada usaha pelestarian kebudayaan daerah setempat. Di era modern ini, kebudayaan tradisional daerah sudah semakin tergerus oleh kebudayaan barat. Bank BRI seharusnya mampu turut serta dalam usaha pelestarian kebudayaan tradisional daerah tersebut. Ada beberapa contoh kegiatan yang dapat dilaksanakan Bank BRI dalam usaha pelestarian kebudayaan ini dengan meningkatkan ekonomi kreatif, diantaranya : mendukung seniman lokal untuk memasarkan karyanya, mendukung acara-acara kebudayaan di daerah setempat, dan mendukung komunitas seni untuk dapat bersaing dengan seni-seni modern. Berikut adalah beberapa gambar kegiatan dari unsur *people / social* Bank BRI.

4.11. Contoh-Contoh Program *People* Bank BRI



Sumber : Data yang diolah, 2016

4.4.3 *Planet / Environment*

Dalam kegiatan CSR Bank BRI pada *planet* atau *environment*, terdapat beberapa unsur yang dapat mendukung sebuah perusahaan menjadi perusahaan yang baik, sehat, dan bertanggung jawab sepenuhnya tidak hanya kepada manusia atau masyarakat melainkan juga kepada alam. Unsur-unsur tersebut adalah : *zero pollution and waste, renewable energy, conservation, dan restoration*. Dalam

kegiatan CSR ini, Bank BRI telah melaksanakan dua dari empat unsur yang diharapkan pada komponen *planet* :

a. *Zero Pollution and Waste*

Zero pollution and waste adalah bentuk tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk mengurangi tingkat polusi dan sampah. Bank BRI dalam upayanya mengurangi polusi dan sampah, melaksanakan bantuan pembangunan dan renovasi Alun-Alun Kota Malang. Taman kota atau lahan terbuka hijau menjadi solusi untuk mengurangi polusi udara. Selain itu, Bank BRI juga memberikan bantuan yakni pemberian tempat sampah sesuai dengan jenis sampahnya. Hal ini dapat mengurangi volume sampah dan sampah-sampah yang sudah terkumpul sesuai jenisnya bisa digunakan untuk berbagai barang daur ulang. Pemberian tempat sampah disekitar Alun-Alun Kota Malang juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya.

b. *Restoration*

Restoration adalah upaya pelestarian alam dan memulihkan kondisi alam sebagaimana sedia kala. Bank BRI turut serta dalam upaya melestarikan alam sebagai salah satu bentuk kegiatan CSR. Beberapa langkah yang dilaksanakan oleh Bank BRI antara lain : penanaman pohon di kawasan bromo tengger semeru, penanaman pohon di sepanjang jalan raya Nganjuk-Surabaya di Nganjuk, dan penanaman pohon di Jember.

Lebih detail kegiatan CSR Bank BRI pada *planet* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14. Program CSR BRI pada Planet

No.	Planet / Environment	
1.	<i>Zero Pollution and waste</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan pembangunan taman kota, Alun-Alun Kota Malang - Bantuan pemberian tempat sampah sesuai jenis sampah, di sekitar Alun-Alun Kota Malang
2.	<i>Restoration</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Penanaman 2000 pohon di kawasan bromo tengger semeru - Penanaman 63 pohon kamboja merah di Nganjuk - Penanaman 1000 pohon bibit di Jember

Sumber : Data yang diolah, 2016

Gambar 4.12. Contoh-Contoh Pemanfaatan Planet Bank BRI



Sumber : Data yang diolah, 2016

Berdasarkan konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh John Elkington dalam Jennifer Woofter, Bank BRI sudah melaksanakan kegiatan CSR dengan baik. Pada *profit*, Bank BRI telah melaksanakan berbagai macam langkah, salah satunya adalah perbaikan dan peningkatan infrastruktur layanan, dan peningkatan layanan keamanan perbankan. Meskipun ada beberapa bagian yang belum terlaksana dengan maksimal, namun kinerja Bank BRI dapat diapresiasi dengan peningkatan infrastruktur layanan perbankan.

Kemudian kegiatan CSR Bank BRI lainnya adalah *people* atau mensejahterakan masyarakat sekitar. Bank BRI dengan pangsa pasar terbesar yaitu hingga ke pedesaan menjadikan hubungannya dengan masyarakat sangat penting. Karena itulah banyak kegiatan CSR Bank BRI untuk mensejahterakan masyarakat. Ada berbagai kegiatan yang dijalankan oleh Bank BRI pada poin *people* ini, diantaranya : untuk peningkatan perekonomian masyarakat, untuk pelayanan kesehatan, pendidikan, dan kegiatan sosial lainnya.

Lalu untuk 3P yang terakhir adalah *planet*. Kegiatan CSR Bank BRI untuk pelestarian lingkungan masih belum maksimal seperti pada kegiatan untuk mensejahterakan masyarakat, namun kinerja Bank BRI dapat diapresiasi dengan berbagai program pelestarian lingkungan yang telah dijalankan, seperti penanaman pohon di berbagai tempat. Berikut adalah kegiatan CSR Bank BRI menurut konsep 3P:

Kegiatan CSR Bank BRI berdasarkan konsep *triple bottom line* atau 3P (*profit, people, planet*) ini secara tidak langsung dapat meningkatkan *goodwill* atau citra perusahaan di mata masyarakat. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Elkington dalam konsepnya *triple bottom line*, jika perusahaan ingin tetap *sustain* maka perusahaan tersebut harus melaksanakan 3P tersebut yaitu : *profit (economic), people (social), planet (environment)*.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Bank BRI Kantor Wilayah Malang, diantaranya :

5.1.1 Bank BRI telah melaksanakan kegiatan CSR di berbagai macam bidang. Berdasarkan konsep 3P yang dikemukakan oleh John Elkington dalam Jennifer Woofter, kegiatan CSR Bank BRI adalah sebagai berikut :

1. *Profit / Economic*
 - a. *Good Jobs* (peningkatan kinerja)
 - Peningkatan laba bersih
 - Peningkatan pendapatan bunga
 - Peningkatan pendapatan operasional lainnya
 - Peningkatan Rasio Kecukupan Modal (CAR)
 - Peningkatan simpanan para nasabah

b. *Infrastructure* (infrastruktur)

- Kartu BRIZZI, uang elektronik sehingga nasabah tidak perlu membawa uang saat berbelanja, makan di restoran, dan untuk urusan yang lain.
- Peningkatan fasilitas E dan M banking, dengan E dan M banking bisa untuk membayar biaya listrik dan air bulanan, membeli tiket transportasi umum, membeli pulsa, dan berbagai kebutuhan lainnya.
- Peningkatan jumlah mesin ATM
- Peningkatan jumlah mesin EDC
- BRI Prioritas, layanan perbankan eksklusif dengan konsep *one stop service*.
- BRI Satelit

c. *Fair Trade*

- Transparansi dengan pengungkapan laporan keuangan perusahaan setiap tahunnya.
- Melaksanakan kegiatan CSR yang bertujuan untuk kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan.

2. *People / Social*

a. *Health Services* (Pelayanan Kesehatan)

- Bank BRI memberikan bantuan kendaraan berupa ambulance kepada pihak Rumah Sakit dan Kesatuan TNI dan Polri.

b. *Education Services* (Pendidikan)

- Bank BRI memberikan bantuan kendaraan berupa mobil penunjang pendidikan, bus. Dalam bidang pendidikan Bank BRI juga memberikan bantuan berupa beasiswa, fasilitas penunjang pendidikan.

c. *Social Justice*

- Bank BRI memberikan bantuan modal bagi pelaku usaha baru.

3. *Planet / Environment*

a. *Zero Pollution dan waste*

- Bank BRI memberikan bantuan berupa pembangunan taman kota / alun-alun Kota Malang dan tempat sampah sesuai dengan jenis sampah di sekitar alun-alun kota Malang.

b. *Restoration*

- Bank BRI melaksanakan kegiatan penanaman pohon di berbagai daerah sebagai bentuk restorasi alam.

5.1.2 Berdasarkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank BRI sesuai dengan konsep 3P (*profit, people, planet*) dapat membentuk dan meningkatkan *corporate image* Bank BRI. Dengan meningkatnya *corporate image*, diharapkan pada masa mendatang perusahaan akan terus *sustain* serta memberikan keuntungan pada *stakeholder* dan pada Bank BRI.

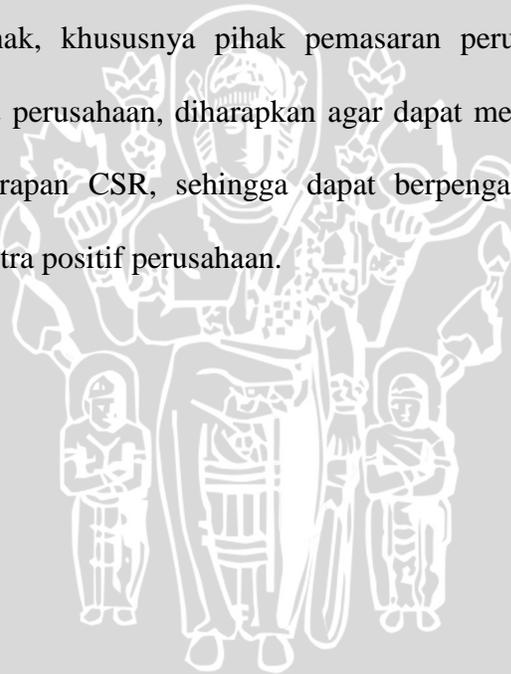
5.1.3 Menurut konsep *triple bottom line* atau 3P, yakni *profit*, *people*, dan *planet* yang dikemukakan oleh John Elkington, kegiatan CSR Bank BRI masih belum maksimal atau belum mencakup semua poin dalam konsep 3P. Namun, Bank BRI juga patut mendapatkan apresiasi dengan berbagai kegiatan yang dilaksanakan. Seperti untuk *profit* atau *economic*, Bank BRI telah melakukan berbagai peningkatan layanan infrastruktur. Sementara untuk *people* atau *social*, Bank BRI telah banyak melaksanakan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat seperti : pelayanan kesehatan, pendidikan, dan kegiatan sosial lainnya. Lalu untuk *planet* atau *environment*, Bank BRI melakukan berbagai macam kegiatan konservasi alam dan *zero pollution* untuk mengurangi polusi udara di lingkungan sekitar.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil dan kesimpulan pada penelitian mengenai CSR Bank BRI Kantor Wilayah Malang ini, saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

5.3.1 Bagi pihak manajemen perusahaan yang bertanggung jawab pada kegiatan CSR diharapkan semakin menyadari pentingnya penerapan CSR di dalam perusahaan dan dampaknya bagi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan, serta lebih termotivasi untuk menerapkan CSR sebagai pembentuk *corporate image* perusahaan yang baik, guna penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) serta lebih konsisten untuk kedepannya.

- 5.3.2 Bank BRI Kantor Wilayah Malang diharapkan lebih memperluas pelaksanaan CSR ke bidang-bidang lainnya sesuai dengan konsep 3P. Mengingat masih ada bagian-bagian dalam konsep 3P yang belum dilaksanakan oleh Bank BRI.
- 5.3.3 Melakukan kontroling pada kegiatan CSR yang telah selesai. Misalnya untuk CSR sosial untuk membangun sarana umum harus tetap melakukan kontroling agar tidak disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.
- 5.3.4 Bagi seluruh pihak, khususnya pihak pemasaran perusahaan dan bagian *business program* perusahaan, diharapkan agar dapat memanfaatkan dampak positif dari penerapan CSR, sehingga dapat berpengaruh signifikan bagi pendapatan dan citra positif perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility : dari voluntary menjadi mandatory*. Jakarta : Raja Grafindo Perkasa.
- David, Fred R. 2009. *Strategic Management*. Salemba Empat, Jakarta.
- Falck, Oliver & Stephan Hebllich. 2007. *Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good*. www.sciencedirect.com
- Hartman, Laura P. 2005. *Prespective in Business Ethic*. Mc Graw Hill, New York.
- Hunger, David; Wheelen, Thomas. 2012. *Manajemen Strategis*. Andi, Yogyakarta.
- Jauch, Lawrence R. Glueck William F. 2001. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (Edisi Pertama)*, Erlangga, Jakarta.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility : Transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*. Bandung, Refika Aditama.
- Khan Majid, Majid Abdul, Yasir Muhammad, Arshad Muhammad. 2013. *Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation : A Case of Cement Industry in Pakistan*. www.ijcrb.webs.com.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta. PT Pustaka Umum Grafiti.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Lingkar Studi CSR. 2011. *Pembangunan Berkelanjutan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), dan Penanganan Kemiskinan*. Jakarta.
- Marwah Novia. 2015. *Corporate Social Responsibility PT. Bank Mandiri (Studi Implementasi Program Mandiri Bersama Mandiri di Mrican, Kelurahan Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Moeleong, Lexi J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Sinar Graffika Offset.

- Pearce, John A & Richard, B Robinson. 2008. *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 1. Edisi Sepuluh. Penerjemah Yanivi Bachtiar, Salemba Empat, Jakarta.
- Permata, Ingg Lyoolla. 2012. *Penerapan CSR Sebagai Strategi Bisnis PT. Bank Pembangunan Jawa Timur – Bank Jatim*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Porter, Michael E. 1995. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Erlangga, Jakarta.
- PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. 2014. *Bangga Berindonesia Corporate Social Responsibility*. <http://bangga-berindonesia.com/home>. diakses pada 08 Desember 2015.
- PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. 2015. *Situs Corporate*. <http://bri.co.id/corporate>. Diakses pada Desember 2015
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. (2004). *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Pustaka
- Sekaran Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta, Salemba Empat.
- Semuel, H., Wijaya, E. 2008. *Corporate Social Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image Pada Restoran di Surabaya dari perspektif Pelanggan*. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Susanto, A.B. 2009. *Reputation Driven Corporate Social Responsibility*. Erlangga, Jakarta.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2008. *Perkembangan CSR di Indonesia*. www.petra.ac.id
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publicing, Gresik.
- Woofter, Jennifer dan Chester, Ronan. 2005. *Non-Financial Disclosure and Strategic Planning : Sustainability Reporting for Good Corporate Governance*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:829519/fulltext01.pdf>. Diakses pada 10 Juni 2016
- Yanti Triwidiantini Koestoer. 2007. *Corporate Social Responsibility in Indonesia, Building internal corporate values to address challenges in CSR Implementation*. <http://theoidha.wordpress.com>. Diakses pada 18 April 2016.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Tabel Realisasi Kegiatan CSR Bank BRI

Tahun Realisasi	Tempat Pelaksanaan	Kegiatan
2014	Ngantang, Kab. Malang	Pemberian santunan kepada korban bencana alam gunung kelud.
2014	Pujon, Kab. Malang	Pemberian santunan kepada korban bencana alam gunung kelud
2014	Ngantang, Kab. Malang	Pemberian santunan Rp. 50.000.000 untuk peternak di ngantang yang kehilangan ternaknya akibat bencana alam kelud
2014	Ngantang, Kab. Malang	Bantuan paket sembako kepada pengungsi korban bencana alam gunung kelud.
2014	Pujon, Kab. Malang	Bantuan paket sembako kepada pengungsi korban bencana gunung kelud
2014	Ngantang, Kab. Malang	Bantuan pendirian kemah/kamp untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud.
2014	Pujon, Kab. Malang	Bantuan pendirian kemah/kamp untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud.
2014	Ngantang, Kab. Malang	Bantuan pendirian <i>barracks</i> untuk subsidi makan dan memasak untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud.
2014	Pujon, Kab. Malang	Bantuan pendirian <i>barracks</i> untuk subsidi makan dan memasak untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud.
2014	Ngantang, Kab. Malang	Bantuan air bersih untuk pengungsi korban bencana alam gunung kelud.

2014	Tulungagung	Bantuan mobil ambulance kepada Rumah Sakit Bhayangkara Tulungagung
2014	Madiun	Bantuan mobil ambulance kepada Rumah Sakit Islam Siti Aisyiyah
2014	Malang	Bank BRI Kantor Wilayah Malang bersama PMI Kota Malang melaksanakan kegiatan donor darah para karyawan Bank BRI Kantor Wilayah Malang dalam rangka ulang tahun ke 119
2015	Malang	Beasiswa pendidikan kepada mahasiswa Universitas Brawijaya yang memiliki nilai akademik maupun prestasi akademik yang baik dan kurang mampu.
2015	Madiun	Beasiswa pendidikan kepada mahasiswa IKIP PGRI Madiun yang memiliki nilai akademik yang baik maupun prestasi akademik yang baik dan kurang mampu secara ekonomi.
2015	Malang	Pemberian modal dan pembinaan bagi pelaku bisnis UMKM baru kepada mahasiswa Universitas Brawijaya yang sudah memiliki usaha maupun bagi mahasiswa yang akan memulai usaha.
2015	Malang	Pameran UMKM di Sport Centre Universitas Brawijaya bagi pelaku bisnis UMKM binaan Bank BRI, kegiatan tersebut untuk membantu para pelaku bisnis UMKM untuk semakin mengembangkan bisnis mereka di benak masyarakat Kota Malang.
2015	Malang	Pembangunan gedung utama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya untuk menunjang kualitas pendidikan yang berada di Universitas Brawijaya khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

		Brawijaya.
2015	Malang	Program berbagi buku untuk sahabatku dalam rangka ulang tahun Bank BRI 120 tahun
2015	Malang	Bantuan mobil penunjang pendidikan di MAN 3 Malang
2015	Malang	Bantuan mobil ambulance kepada Ruma Sakit Saiful Anwar Kota Malang
2015	Kediri	Bantuan hibah tandon air.
2015	Nganjuk	Bantuan pembangunan pipanisasi air bersih dalam program serbuan territorial 2015
2015	Nganjuk	Penanaman 63 pohon kamboja merah di desa pehserut, sukomoro Nganjuk. Penanaman dilakukan di sepanjang JL. Raya Nganjuk - Surabaya.
2015	Pasuruan	Kegiatan penghijauan di kawasan wisata nasional Bromo Tengger Semeru dusun Cemoro Lawang, Desa Ngadisari dengan penanaman 2000 pohon.
2015	Jember	Penanaman 1000 bibit pohon di Jember dalam rangka ulang tahun Bank BRI ke 120 tahun
2015	Malang	Pembuatan sumur injeksi di Universitas Brawijaya dan Kota Malang dalam rangka ulang tahun BRI ke 120 tahun.
2015	Malang	Pemberian modal bagi pemilik usaha UMKM di Kota Malang yang potensial.
2015	Malang	Pemberian modal dan pelatihan bagi mahasiswa yang memiliki usaha UMKM di Universitas Brawijaya.
2015	Kediri	Khitanan massal dalam rangka ulang tahun Bank BRI ke 120 tahun.

2015	Malang	Bank BRI Kantor Wilayah Malang bersama Pemerintah Kota Malang melaksanakan kegiatan pengembangan dan renovasi Alun-Alun Kota Malang yang diresmikan tahun 2015.
2015	Malang	Pembayaran uang saku mahasiswa/wi BNC III UB bulan desember 2015
2015	Malang	Biaya living cost dan pembinaan BNC III bulan desember 2015
2015	Malang	Uang saku mahasiswa/wi BNC III bulan oktober sampai November 2015
2015	Malang	Living cost dan pembinaan BNC III bulan oktober sampai November 2015.
2015	Malang	Bantuan fasilitas pendidikan bagi Universitas Brawijaya, Malang
2015	Malang	Bantuan pembangunan kantin fakultas peternakan Universitas Brawijaya, Malang
2015	Malang	Bantuan pembangunan dummy Bank Polinema Malang.
2015	Jember	Bantuan beasiswa mahasiswa berprestasi dari Universitas Indonesia an.Dita Rizki Indah Santoso.
2015	Jember	Bantuan penunjang 1 unit shuttle bus untuk kampus IAIN Jember.
2015	Jember	Bantuan pembangunan aula yonif raider 509 Jember.
2015	Jember	Bantuan pembangunan kantin STAIN/IAIN Jember.
2015	Jember	Bantuan kursi tunggu dan TV untuk pengadilan agama Jember.
2015	Situbondo	Bantuan 1 unit ambulance untuk kodim

		0823 Situbondo.
2015	Blitar	Bantuan kursi tunggu pembuatan SIM Polres Blitar.
2015	Kediri	Bantuan pembangunan kolam renang di lingkungan perguruan Muhammadiyah Ngadiluwih Kediri.
2015	Kediri	Bantuan 1 unit ambulance triton untuk RS Bhayangkara Kediri.
2015	Kediri	Bantuan korban bencana kebakaran rumah an. Kel. Slamet Resongulomo – penerima manfaat pensiun Kediri.
2015	Kediri	Bantuan 1 unit ambulance polres Kediri, Jawa Timur.
2015	Madiun	Bantuan 1 unit ambulance untuk kodim V Brawijaya Madiun – Jawa Timur.
2015	Madiun	Bantuan pembangunan gedung raudhatul athfal kemenag Madiun.
2015	Madiun	Bantuan pembangunan lapangan tembak kodim 081, Madiun.
2015	Magetan	Bantuan pembangunan RTLH di Kab. Magetan.
2015	Nganjuk	Bantuan pembangunan kantin dan tempat parkir Madrasah Aliyah Negeri Nganjuk.
2015	Ngawi	Bantuan pembuatan Gazebo paseban pendopo Ngawi.
2015	Pacitan	Bantuan pembangunan kawasan rumah pangan lestari kodim 0801 Pacitan.
2015	Ponorogo	Bantuan tanggap bencana kekeringan di kab. Ponorogo, Jawa Timur.
2015	Lumajang	Bantuan alat kesehatan timbangan darah UDD PMI Lumajang

2015	Lumajang	Bantuan 1 unit ambulance RS Bhayangkara Lumajang.
2015	Malang	Bantuan 1 unit mobil operasional untuk divif 2 kostrad Malang.
2015	Malang	Bantuan renovasi gedung aula “Andhaka Cakti” kodam V Brawijaya satuan yonkav 3/Tank Malang.
2015	Malang	Bantuan 1 unit mobil ambulance untuk divif 1 kostrad Malang.
2015	Malang	Bantuan alat penunjang pendidikan (Laptop) Universitas Negeri Malang.
2015	Malang	Bantuan perlengkapan ruang lobby front office dan ruang seminar UNISMA Malang.
2015	Malang	Bantuan pembangunan Entrepreneur Corner Universitas Gajayana Malang.
2015	Malang	Bantuan Video Conference Universitas Negeri Malang.
2015	Malang	Bantuan perlengkapan Laboratorium FMIPA Universitas Negeri Malang.
2015	Probolinggo	Bantuan Tanggap Bencana Alam Gunung Bromo Kab. Probolinggo.

Sumber : Data yang diolah, 2016

Lampiran 2

Laporan Keuangan Tahunan Bank BRI 2015

Ikhtisar keuangan (Rp. Milyar)	Tahun					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NERACA						
Total Aset	404.286	469.899	551.337	626.101	801.984	878.426
Total Aset Produktif	379.696	432.647	499.042	568.546	728.094	781.931
Kredit Gross	252.489	294.515	362.007	448.345	510.697	581.095
Obligasi Rekap Pemerintah	13.626	8.996	4.316	4.511	4.304	3.816
Penyertaan Saham Neto	134	165	197	223	252	269
Total Liabilitas	367.612	470.079	486.455	546.526	704.278	765.299
Dana Pihak Ketiga	333.652	384.264	450.166	504.281	622.322	668.995
- Giro	77.364	76.779	80.075	79.337	90.052	114.367
- Tabungan	125.990	154.133	184.365	212.997	236.395	272.471
- Deposito	130.298	153.353	185.726	211.998	295.875	282.157
Liabilitas Berbeban Bunga Lainnya	17.297	19.361	15.784	20.896	57.435	68.601
Modal/Ekuitas	36.673	49.820	64.882	79.574	97.706	113.127
LABA/RUGI						
PENDAPATAN BUNGA :						
- Dengan bunga obligasi pemerintah	44.615	48.164	49.610	59.461	75.122	85.434
- Tanpa bunga obligasi	43.109	47.053	49.235	59.298	74.876	85.092

pemerintah						
Pendapatan Bunga Bersih :						
- Dengan bunga obligasi pemerintah	32.889	34.427	36.484	44.106	51.442	58.280
- Tanpa bunga obligasi pemerintah	31.382	33.316	36.109	43.943	51.197	57.937
Pendapatan operasional lainnya	5.545	5.776	8.390	8.348	9.299	12.409
Biaya operasional lainnya	(16.114)	(17.086)	(19.491)	(22.381)	(26.715)	(31.276)
CKPN	(7.917)	(5.533)	(2.700)	(3.946)	(5.719)	(8.900)
Laba sebelum pajak	14.908	18.756	23.860	27.910	30.804	32.494
Laba bersih tahun berjalan	11.472	15.088	18.687	21.354	24.227	25.411
Laba yang dapat didistribusikan kepada pemilik entitas induk	11.472	15.083	18.681	21.344	24.215	25.398
Laba yang didistribusikan kepada kepentingan non pengendali	Nihil	5,01	6,50	10,20	11,69	13,05
Laba rugi komprehensif	11.559	15.297	18.661	19.917	24.482	24.872
Laba komprehensif yang dapat didistribusikan kepada pemilik entitas induk	11.559	15.288	18.652	19.913	24.467	24.861

Laba yang dapat didistribusikan kepada kepentingan non-pengendali	Nihil	8,21	8,91	3,46	14,67	11,05
Laba Bersih per saham (Rp)	478,36	628,91	757,26	865,22	981,56	1030,43
RASIO KEUANGAN (BANK ONLY)						
PERMODALAN						
Rasio Kecukupan Modal (CAR)	13,76%	14,96%	16,95%	16,99%	18,31%	20,59%
AKTIVA PRODUKTIF						
Aset produktif dan non produktif bermasalah terhadap total aset produktif dan aset non produktif	2,19%	1,79%	1,19%	1,06%	1,09%	1,33%
Aset produktif bermasalah	2,24%	1,85%	1,46%	1,28%	1,26%	1,57%
CKPN asset terhadap asset produktif	4,58%	4,51%	3,43%	2,90%	2,40%	2,37%
Kredit bermasalah (NPL Gross)	2,78%	2,30%	1,78%	1,55%	1,69%	2,02%
PROFITABILITAS						
ROA	4,64%	4,93%	5,15%	5,03%	4,73%	4,19%
ROE	43,83%	42,49%	38,66%	34,11%	31,19%	29,89%
NIM	10,77%	9,58%	8,42%	8,55%	8,51%	8,13%
BOPO	70,86%	66,69%	59,93%	60,58%	65,42%	67,96%
LIKUIDITAS						

LDR	75,17%	76,20%	79,85%	88,54%	81,68%	86,88%
KEPATUHAN						
Persentase Pelanggan BMPK						
- Pihak terkait	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil
- Pihak tidak terkait	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil
Persentase Pelampauan BMPK						
- Pihak terkait	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil
- Pihak tidak terkait	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil	Nihil
Giro wajib minimum	8,05%	9,33%	10,64%	8,02%	8,07%	9,31%
Posisi devisa neto	4,45%	5,49%	3,00%	3,15%	3,86%	2,33%

Sumber : Laporan tahunan BRI 2015



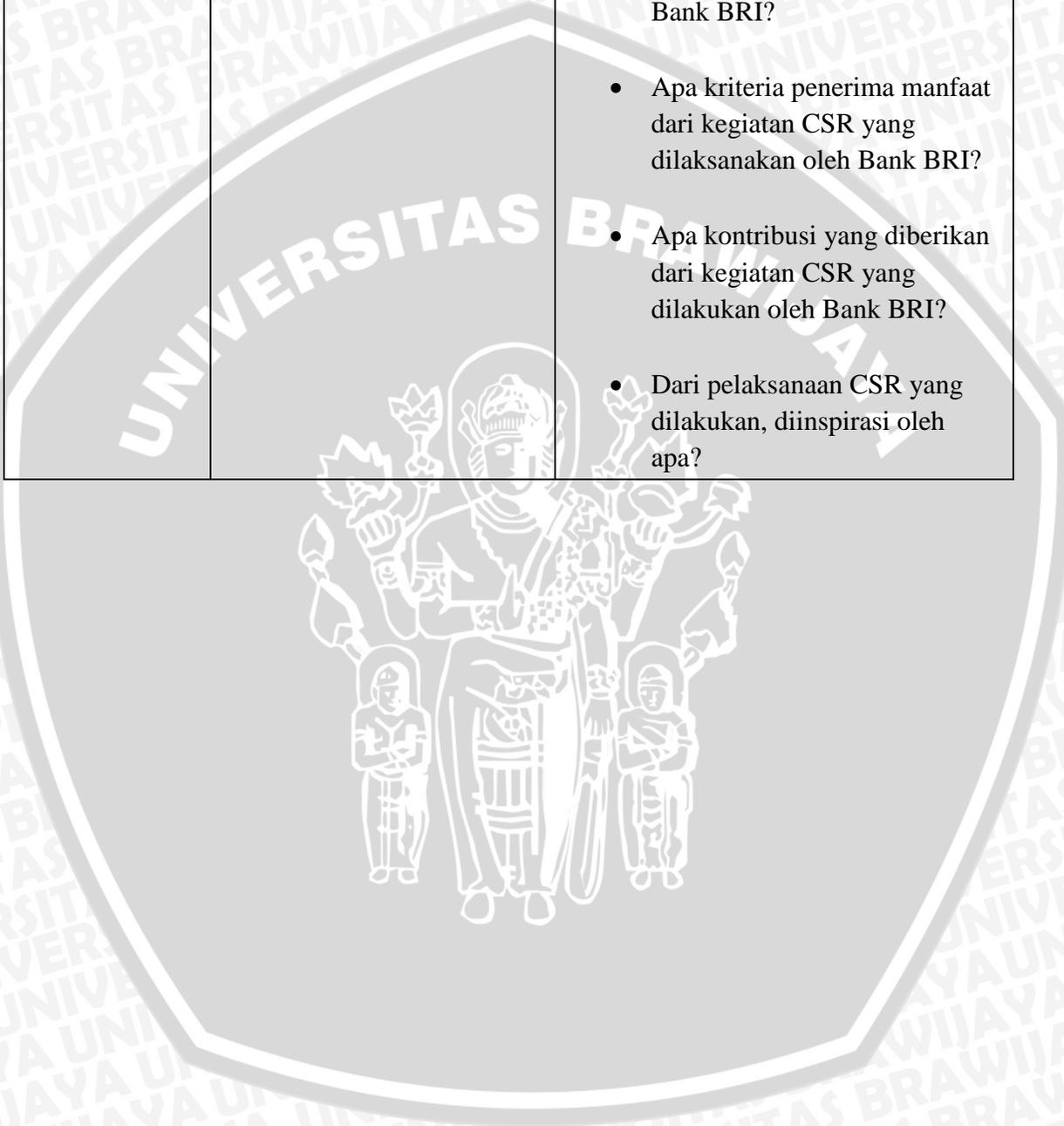
Lampiran 3

PANDUAN WAWANCARA

Pada wawancara yang dilakukan ini, penulis menggunakan tipe wawancara semi-terstruktur, yakni wawancara dituntun dengan skenario namun hal-hal yang menarik dapat dieksplorasi lebih lanjut. Pada awal wawancara, penulis melakukan salam perkenalan kepada narasumber dan memperkenalkan diri. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih atas waktu yang diberikan oleh narasumber. Untuk mengawali wawancara agar suasana tidak tegang, penulis memberikan pertanyaan awal yang hangat dan cenderung mudah untuk narasumber. Kemudian penulis masuk kepada pertanyaan-pertanyaan inti secara runtun sesuai dengan skenario yang telah dibuat. Penulis mengakhiri wawancara kembali dengan memberikan pertanyaan yang mudah untuk menghilangkan tensi, tidak lupa pada akhir wawancara penulis mengucapkan terima kasih atas waktu yang diberikan oleh narasumber. Berikut adalah rincian pertanyaan yang telah disusun untuk wawancara :

Informan	Permulaan	Pertanyaan
<i>Business Program</i> Bank BRI Kanwil Malang	<ul style="list-style-type: none"> • Memperkenalkan diri • Berterima kasih atas waktu yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana Bank BRI memahami kegiatan CSR? • Apa motivasi pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh Bank BRI? • Bagaimana pengelolaan kegiatan CSR yang

		<p>dilaksanakan oleh Bank BRI?</p> <ul style="list-style-type: none">• Bagaimana pengorganisasian CSR yang dilakukan oleh Bank BRI?• Apa kriteria penerima manfaat dari kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh Bank BRI?• Apa kontribusi yang diberikan dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh Bank BRI?• Dari pelaksanaan CSR yang dilakukan, diinspirasi oleh apa?
--	--	---



Lampiran 4

HASIL WAWANCARA I

Wawancara dilakukan dengan Ibu Anci Relly. Ibu Anci ini adalah karyawan Bank BRI Kantor Wilayah Malang yang melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank BRI Kantor Wilayah Malang atau lebih tepatnya pada bagian *Business Program*. Wawancara dilakukan beberapa kali untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

Hasil dari wawancara tersebut adalah sebagai berikut :

Penulis : Assalamualaikum Wr Wb. Mbak Anci

Bu Anci : Waalaikumsalam mas

Penulis : Saat ini CSR sudah berkembang jika dibandingkan dengan zaman dulu, dulu CSR kan lebih dianggap sebagai beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, karenanya banyak perusahaan yang kurang serius dengan kegiatan CSR ini. Namun saat ini CSR lebih dianggap sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan. Kalau menurut Bank BRI seperti apa?

Bu Anci : Bank BRI juga menganggap kegiatan CSR ini sebagai investasi untuk kelangsungan perusahaan, tetapi untuk kegiatan CSR ini tergolong sebagai biaya

perusahaan meskipun di sisi lain bisa menjadi sebagai investasi jangka panjang perusahaan.

Penulis : Lalu untuk alurnya CSR sendiri bagaimana mbak?

Bu Anci : Untuk alurnya jadi gini mas, pertama dari pihak ketiga, pihak ketiga itu ya kayak instansi atau lembaga gitu mengajukan proposal kerjasama ke Kantor Cabang dulu. Terus dari kantor cabang diverifikasi dulu, setelah diaudit, kantor cabang menyerahkan proposal itu ke kantor wilayah. Di kantor wilayah juga diaudit lagi sebelum di-acc ke kantor pusat. Setelah disetujui oleh kantor pusat baru program CSR itu bisa dilakukan.

Penulis : Jadi Kantor Wilayah itu sebagai perantara juga ya mbak?

Bu Anci : Iya

Penulis : Lalu apakah Kantor Wilayah juga memiliki program CSR sendiri mbak?

Bu Anci : Ada mas, tapi nggak sebanyak kegiatan CSR dari cabang, soalnya biasanya program dari Kanwil itu besar-besar makanya nggak sebanyak kayak di kantor cabang

Penulis : Apa saja mbak kegiatan CSR yang dari Kanwil?

Bu Anci : ya alun-alun malang itu yang paling besar, itu kerjasama dengan pemerintah Kota Malang, dan ada program dari Pak Walikota Malang juga itu. Terus ada pembangunan gedung utama fakultas ekonomi dan bisnis UB itu, pembangunan pagar di bukit cinta bromo, ada juga penanaman 1000 pohon di jember.

Penulis : Kemudian strategi bisnis apa mbak yang dijalankan Bank BRI untuk kegiatan CSR ini?

Bu Anci : Bank BRI sebelum melaksanakan suatu kegiatan CSR kita lihat dulu potensinya, *cost* yang keluar berapa, kerjasama apa saja yang sudah terjalin antara Bank BRI dan instansi yang terkait, terus keuntungannya apa saja yang didapatkan oleh Bank BRI. Strategi yang dijalankan BRI untuk kegiatan CSR itu lebih ke *branding* dengan harapan *branding* tersebut dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di BRI. Tujuan utama dari kegiatan CSR ini adalah untuk mencari nasabah. Misal untuk kegiatan CSR yang dilakukan di instansi itu, Bank BRI yang mengelola gaji karyawan instansi itu, secara tidak langsung setiap karyawan harus membuka rekening baru di Bank BRI, nah itu juga bisa mendapatkan nasabah. Kemudian untuk karyawan yang mau mengajukan pinjaman kredit, itu bisa ke Bank BRI.

HASIL WAWANCARA II

Untuk mendapatkan hasil yang dapat dipertanggung jawabkan dan hasil yang lebih akurat, maka penulis melakukan wawancara dengan informan kedua. Hasil wawancaranya sebagai berikut :

Penulis : Assalamualaikum Wr Wb Pak

Informan Kedua : Waalaikumsalam Mas

Penulis : Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini dipandang menjadi salah satu cara dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Bagaimana anda selaku mantan pimpinan Bank BRI melihat pelaksanaan CSR ini seperti apa?

Informan Kedua : memang benar mas bahwa kegiatan CSR sebagai salah satu cara dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. CSR Bank BRI lebih untuk membentuk *branding* atau *corporate image*. Sementara untuk *profit* akan mengikuti dari *branding* yang dicapai.

HASIL WAWANCARA III

Penulis melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat yang ikut merasakan dampak dari kegiatan CSR Bank BRI. Berikut adalah hasil wawancara dengan Tutur Taliningsih mahasiswa FMIPA UM :

Penulis : Assalamualaikum Wr Wb Mbak

Informan Ketiga : Waalaikumsalam Mas

Penulis : Kegiatan CSR yang dilakukan Bank BRI untuk bidang pendidikan salah satunya adalah pembangunan Laboratorium di FMIPA UM. Sebagai mahasiswa dan ikut merasakan fasilitas yang diberikan Bank BRI ini, bagaimana anda melihat kegiatan CSR Bank BRI ini?

Informan Ketiga : Saya senang sekali dengan Laboratorium yang diberikan oleh Bank BRI ini. Fasilitas yang ada di Lab. Juga sangat lengkap dan kualitasnya sangat baik. Saya sebagai yang ikut menikmati fasilitas ini merasa sangat terbantu ketika ada perkuliahan praktikum di Laboratorium.

HASIL WAWANCARA IV

Penulis juga melakukan wawancara kepada salah satu peserta pelatihan bisnis bagi pengusaha yang baru memulai usahanya, pelatihan tersebut dilaksanakan oleh Bank BRI Kanwil Malang di INBIS UB Malang. Berikut hasil wawancara dengan Muhammad Hafizh, peserta pelatihan bisnis Bank BRI.

Penulis : Assalamualaikum Wr Wb Mas

Informan Keempat : Waalaikumsalam Wr Wb

Penulis : Bagaimana menurut anda mengenai pelatihan bisnis oleh Bank BRI ini?

Informan Keempat : Sangat baik mas. Kegiatan yang sangat bermanfaat bagi pengusaha yang baru memulai bisnis seperti saya ini, dengan memberikan pelatihan untuk pengusaha baru dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Penulis : Apa dampak atau keuntungan yang anda rasakan dari pelatihan ini?

Informan Keempat : Keuntungannya lebih ke pengalaman dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan adanya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Selain itu Bank BRI juga memberikan bantuan modal bisnis.

Lampiran 5

Dokumentasi kegiatan CSR Bank BRI

1. Profit / Economic



2. People / Social

a. Bantuan ambulance Bank BRI kepada RS Bhayangkara Kediri



b. Bantuan ambulance Bank BRI kepada RS Saiful Anwar Malang



c. Bantuan mobil penunjang pendidikan MAN 3 Malang



d. Bantuan Laboratorium FMIPA UM



e. Bantuan pembangunan gedung utama FEB UB



3. Planet / Environment

a. Bantuan pembangunan dan renovasi Alun-Alun Kota Malang

