

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha saat ini semakin pesat, banyaknya penawaran produk yang semakin bervariasi membuat konsumen berpindah-pindah dari satu produk ke produk lainnya. Hal tersebut membuat perusahaan memikirkan bagaimana agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat tanpa melanggar etika dalam berbisnis. Dalam hal ini, perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan bagaimana perusahaan mendapatkan keuntungan saja, akan tetapi perusahaan juga perlu memikirkan aspek sosial sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Archie B. Carrol mengenai konsep piramida *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial) yang biasa disebut *Triple Bottom Line* yaitu *profit* (mencari laba), *people* (mensejahterakan orang) dan *planet* (menjamin kelangsungan planet).

Menurut The World Business Council for Sustainable Development, *Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Adapun 5 (lima) peraturan yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggung jawab sosial:

1. Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL),

2. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007
3. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001
4. Guidance ISO 26000

Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia telah ada sejak tahun 1990-an yang telah diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam UU No. 40 Tahun 2007, pasal 74 ayat (1) menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL).

Dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang yaitu selain mendapatkan profit, perusahaan juga dapat membuat citra perusahaan di mata masyarakat itu baik. Apabila citra perusahaan baik akan meningkatkan tingkat pembelian produk yang berulang sehingga konsumen merasakan produk yang di produksi oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhannya dan hal ini akan membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan.

Menurut Mulyadi Nitisusatro (2010), konsumen akan memilih sebuah produk atau penyedia produk/jasa yang tepat dengan berbagai pertimbangan seperti dari kualitas produk, *brand*/merek produk, juga citra dari entitas atau penyedia produk. Menurut Griffin (2006:31) loyalitas lebih ditunjukkan pada suatu

perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambil keputusan. Adapun indikator konsumen yang loyal:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

*Corporate Social Responsibility (CSR)* perlu dibentuk dengan strategi yang matang agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Guna mendapatkan kejelasan arah dan fokus pada sektor apa *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang akan diimplementasikan oleh perusahaan. Dimana implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan memberikan dampak positif bagi perusahaan yaitu dapat meningkatkan citra positif perusahaan melalui kegiatan tersebut dan menjadi nilai bagi perusahaan dimata masyarakat. Kegiatan yang ada pada program *Corporate Social Responsibility (CSR)* pun dapat menjadi salah satu modal operasional bagi perusahaan dan penunjang bisnis.

Salah satu contoh perusahaan yang sudah menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia dengan produk-produknya yang berupa simpanan (tabungan, deposito, dan giro BRI) dan pinjaman (KUR, pinjaman mikro, pinjaman ritel komersial & menengah, briguna, dan pinjaman program). Oleh karena itu PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk termasuk perusahaan yang wajib menjalankan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* sesuai dengan peraturan Kepmen BUMN dan UU Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam menjalankan kegiatan usahanya senantiasa berusaha untuk tidak hanya memberikan manfaat bagi para pemegang sahamnya saja tapi juga berusaha untuk berperan serta dalam pemenuhan kesejahteraan bagi karyawannya dan masyarakatnya, serta berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan sesuai dengan visi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yaitu menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah dan sesuai dengan misinya yaitu:

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. 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.
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Dengan melaksanakan program yang sesuai dengan visi misi yang telah ditetapkan, perusahaan membutuhkan suatu alat yang dapat mengukur kinerja perusahaan. Dalam hal ini, untuk mengukur suatu perusahaan bisa menggunakan alat ukur kinerja yang umumnya dilihat dari aspek keuangan saja yaitu *Balanced Scorecard*. Menurut Kaplan dan Norton (1996), *Balanced Scorecard* merupakan alat pengukur kinerja eksekutif yang memerlukan ukuran komprehensif dengan empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Adapun Beberapa

program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dijalankan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk antara lain Indonesia Cerdas ( Program BRI Teras Usaha Mahasiswa, Program Pelatihan Usaha Produktif, Beasiswa Untuk Anak Indonesia, Renovasi, Pembangunan dan Bantuan Sarana Pendidikan ), Indonesia Sehat, Indonesia Membangun, Indonesia Lestari, Indonesia Sejahtera, dan Indonesia Bermitra.

Berdasarkan latar belakang diatas, yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Nasabah Sebagai Salah Satu Ukuran *Balanced Scorecard*”. Peneliti tertarik untuk memverifikasi dari penelitian terdahulu yaitu Gama Luky Yoasti (2013) dengan judul “Pengaruh Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Salah Satu Ukuran *Balanced Scorecard* PT Madubaru Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Yogyakarta”. Peneliti terdahulu menyatakan bahwa implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard*. Oleh karena itu peneliti ingin membuktikan kembali dari hasil peneliti terdahulu apakah hasil yang didapatkan pada penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda.

Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu peneliti hanya meneliti dari sisi perspektif pelanggan saja karena perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya senantiasa tidak hanya untuk menghasilkan laba tetapi pengakuan dan dukungan dari masyarakat juga penting bagi perkembangan perusahaan di masa

mendatang. Dalam hal ini, peneliti ingin menguji seberapa besar pengaruh implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah sebagai salah satu ukuran *balanced scorecard* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ponorogo Jl. Soekarno Hatta No.28.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ponorogo sudah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*?
2. Apakah terdapat pengaruh implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ponorogo?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ponorogo sudah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ponorogo.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari:

1. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Ponorogo, hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan berupa saran yang bermanfaat mengenai pentingnya implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard* sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas program *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk tujuan jangka panjang.
2. Bagi Universitas Kristen Maranatha, menambah referensi bacaan tentang pengaruh implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard*.
3. Bagi Peneliti, dapat lebih memahami dan menerapkan ilmu yang pernah peneliti dapat dari mata kuliah akuntansi manajemen untuk mencari hubungan antara implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap loyalitas nasabah sebagai salah satu ukuran *Balanced Scorecard* sehingga harapannya dapat menjadi lulusan dari program studi yang mempunyai kepedulian dalam sebuah entitas terhadap lingkungan sekitar.
4. Bagi Pihak Lain, Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan, referensi, dan sumber informasi tambahan.