

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara maksimal dan meminimalkan risiko kerugian. Berbagai cara dan strategi disusun perusahaan dalam upaya peningkatan keuntungan. Kegiatan utama yang dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu melakukan kegiatan produksi dengan menghasilkan produk berupa barang dan kegiatan penawaran produk berupa jasa.

Saat ini perkembangan ekonomi, pembangunan, serta teknologi yang semakin maju dapat membuat tingkat kesadaran masyarakat menjadi semakin tinggi sehingga menyebabkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan meningkat. Prioritas perusahaan yang baik tidak hanya berfokus untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi juga memperhatikan lingkungan, sosial, ekonomi, serta masyarakat dimana perusahaan tersebut berdiri. Baik secara langsung maupun tidak langsung, operasional sebuah perusahaan dapat berdampak terhadap lingkungan.

Kondisi lingkungan yang buruk dan perbedaan tingkat perekonomian yang besar antara masyarakat dengan pelaku ekonomi sering kali menimbulkan keretakan hubungan diantara keduanya. Masyarakat mulai melakukan tindakan terhadap perusahaan. Hal ini kemudian dianggap sebagai ancaman bagi perusahaan. Menyadari hal tersebut, perusahaan pun

mulai menunjukkan pemenuhan tanggung jawab sosial atau biasa dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR) yang merupakan suatu gagasan bahwa perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam bentuk ekonomi atau nilai perusahaan saja, akan tetapi juga tanggung jawab terhadap masalah sosial yang ada lingkungan setempat (Wati, 2019).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu program sosial yang diluncurkan oleh suatu perusahaan untuk mengembangkan cara-cara yang lebih baik bagi masyarakat luas, yaitu berupa kegiatan sosial yang dapat membantu masyarakat luas dalam menghadapi kenyataan yang ada pada saat ini dan memberikan kemudahan kepada masyarakat luas mengenai apa yang mereka butuhkan (Juanda dan Rivandi, 2021).

Dahulu kegiatan *corporate social responsibility* dilakukan secara sukarela oleh perusahaan dan juga tidak diwajibkan secara hukum dan perundang-undangan (Lubis, Panggabean, dan Ramadhan, 2022). Namun, saat ini di Indonesia *corporate social responsibility* secara yuridis telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Dalam UU Perseroan Terbatas, ketentuan mengenai *corporate social responsibility* dapat ditemukan di dalam pasal 1 angka 3 dan pasal 74 (Nadhiroh, 2020).

Banyak bidang yang menerapkan *corporate social responsibility*, industri perbankan merupakan salah satunya. Sektor perbankan memelihara hubungan langsung dengan masyarakat dalam menjalankan kegiatan

komersialnya. Oleh karena itu, penting bagi perbankan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat demi kepentingan dan citra perusahaan di mata pemegang saham dan masyarakat luas.

Menurut Kholis (2020:66) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* saat ini sesungguhnya telah menjadi fenomena global. Di Geneva, Swiss, pada 5 Juli 2007 telah dilangsungkan konferensi UN *Global Compact*, dihadiri lebih 600 eksekutif senior korporasi dunia. Tujuan konferensi adalah memperbaiki praktik bisnis dengan memperhatikan lingkungan hidup dan aspek sosial di dalam dan di luar perusahaan. Korporasi diminta memperlihatkan kepedulian dan tanggungjawab kemasyarakatan lebih besar.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia masih berada pada tahap pembagian keuntungan yang dipergunakan untuk menjawab *felt needs* (keinginan) daripada *real needs* (kebutuhan nyata) masyarakat. Hal ini disebabkan banyak perusahaan belum memahami pentingnya mengetahui dan memfasilitasi kebutuhan nyata masyarakat melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang tepat. Jika dalam penanganan yang kurang tepat, maka hal tersebut akan menimbulkan sebuah masalah baru lagi, karena permasalahan yang seharusnya diselesaikan, tidak terselesaikan dalam masyarakat (Nayenggita, Raharjo, dan Resnawaty, 2019).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Joko (2020) mengungkapkan bahwa masalah dasar dalam pengelolaan *corporate social*

responsibility di Indonesia adalah anggapan bahwa kegiatan tersebut barulah sebatas kewajiban yang harus ditaati karena merupakan perintah Undang-Undang yang ada. Perusahaan masih enggan dalam menyelenggarakan kegiatan *corporate social responsibility* yang bersifat “kewajiban” yang benar-benar harus dilaksanakan tanpa harus memandang hal tersebut sebagai kewajiban kontraktual dan perintah Undang-Undang. Esensi dan signifikansi dari *corporate social responsibility* masih belum dapat terbaca sepenuhnya oleh pelaku bisnis, sehingga kegiatan *corporate social responsibility* sendiri bagi sebagian perusahaan masih sekedar wacana dan terkadang implementasinya berdasarkan atas tuntutan masyarakat.

Menurut Zagita Zilvana (2021) menyatakan bahwa ukuran dari suatu perusahaan dan bentuk kepemilikan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontribusi perusahaan dalam kegiatan *corporate social responsibility*. Dalam jurnal tersebut diungkapkan juga bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan tersebut, maka semakin besar pula potensi perusahaan tersebut dalam melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, kemudian faktor lain yang dapat mempengaruhi adanya kegiatan *corporate social responsibility* di suatu perusahaan diakibatkan karena struktur kepemilikan asing dan memiliki cabang di luar negeri.

Penerapan *corporate social responsibility* di Indonesia pada saat ini masih ada perusahaan yang sangat bergantung pada manajemen puncak perusahaan. Artinya, kebijakan *corporate social responsibility* ini tidak

dapat dipastikan bahwa dapat sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Apabila pimpinan perusahaan mempunyai kesadaran moral yang tinggi, maka besar kemungkinan perusahaan akan menerapkan *corporate social responsibility* yang baik. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya diarahkan pada kepentingan kepuasan pemegang saham serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi penerapan *corporate social responsibility* ini hanya menjadi pajangan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Gloria Anyangoooko (2019) mengungkapkan bahwa etika dalam perusahaan merupakan faktor utama yang dapat memotivasi perusahaan untuk ikut terlibat dalam kegiatan *corporate social responsibility*, sebab dengan adanya etika dalam perusahaan maka akan timbul rasa kewajiban untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility* sehingga dapat memberikan sesuatu yang akan bermanfaat bagi masyarakat sekitar atas adanya perusahaan tersebut.

Menurut Nabila Kumala (2023) mengungkapkan bahwa meskipun *corporate social responsibility* telah diatur secara tegas di Indonesia melalui beberapa peraturan, masih banyak permasalahan yang muncul dalam implementasinya. Beberapa permasalahan tersebut antara lain adalah kurangnya pemahaman tentang konsep *corporate social responsibility*, kurangnya komitmen dan konsistensi perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility*, kurangnya partisipasi dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam merencanakan dan mengevaluasi *corporate*

social responsibility, serta kurangnya pengawasan dan peniaian terhadap dampak *corporate social responsibility* bagi masyarakat, lingkungan dan ekonomi.

Menurut Widokarti (2020) menyatakan bahwa letak dasar masalah yang sering muncul terkait dengan penyaluran dan pengelolaan *corporate social responsibility* di Indonesia yakni mengenai kejelasan bagaimana sebuah perusahaan seharusnya mengimplementasikan program *corporate social responsibility*-nya, apakah dikelola secara langsung atau dilaksanakan oleh pihak ketiga dan bagaimana proses program tersebut dilaksanakan, serta bagaimana mensinergikan dari setiap aktivitas pelaksanaan dan penyalurannya agar masyarakat bisa merasakan secara langsung manfaat dari pelaksanaan program *corporate social responsibility* dari perusahaan.

Program *corporate social responsibility* yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan, misalnya tidak tepat sasaran dan cakupan jangkauan yang terbatas. Hal ini terjadi karena seringkali perusahaan lebih fokus pada upaya untuk memenuhi kewajiban hukum atau sekadar meningkatkan citra mereka tanpa memahami masalah yang dihadapi oleh masyarakat sekitar. Selain itu, kurangnya keterlibatan dengan pihak terkait baik komunitas lokal maupun organisasi *non-pemerintah* juga dapat menyebabkan ketidakmampuan program *corporate social responsibility* dalam mengidentifikasi dan menangani akar permasalahan secara efektif.

Negara Indonesia merupakan negara dengan memiliki jumlah penduduk terbanyak ke-4 di dunia yang komposisi penduduknya mayoritas masih sangat membutuhkan fasilitas-fasilitas pokok, di mana hal tersebut diperlukannya upaya yang lebih intensif untuk menjangkau panjang dan luasnya negara, salah satunya dengan kegiatan *corporate social responsibility*. Sebagai institusi BUMN, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. memiliki tanggung jawab sosial untuk turut berperan serta secara nyata ditengah-tengah masyarakat. Selain itu, diharapkan dapat turut memberikan contoh bagi dunia bisnis pada umumnya (Tasfira,2019).

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. berkomitmen sebagai agen pembangunan dalam memperlancar roda perekonomian dan menjalankan program-program yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan terus mengoptimalkan program *corporate social responsibility* yang berfokus pada tiga pilar yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Program *corporate social responsibility* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. memiliki dampak positif, di antaranya peningkatan kesejahteraan hidup, perubahan perilaku, dan peningkatan pendapatan. Namun demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa program *corporate social responsibility* juga memiliki dampak negatif, yaitu pembinaan dan bantuan yang kurang merata, akses informasi yang terbatas, serta kecemburuan sosial yang berpotensi menimbulkan konflik di antara komunitas (PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, 2023).

Dalam konteks praktik *corporate social responsibility*, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis telah berkomitmen untuk mendukung masyarakat setempat. Hal tersebut ditunjukkan dengan komitmen yang kuat terhadap upaya-upaya dalam sektor pendidikan dan kesehatan. Meskipun upaya ini telah memberikan manfaat yang signifikan bagi pendidikan dan masyarakat setempat, namun masih terdapat beragam isu sosial lainnya yang memerlukan perhatian serius. Secara umum cakupan *corporate social responsibility* yang ada di lembaga induk mereka PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Menggarisbawahi komitmennya mencakup sektor pendidikan, kesehatan, dan sosial. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan yang dapat menciptakan ketidakseimbangan antara apa yang diwakili oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis dalam fokus *corporate social responsibility* dengan cakupan pada lembaga induknya. Adanya perbedaan ini menarik minat penulis untuk meneliti lebih lanjut mengenai penerapan *corporate social responsibility* di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.

Berdasarkan latar belakang di atas, tidak semua program *corporate social responsibility* dapat terlaksana dengan baik. Artinya, banyak masyarakat yang belum merasakan dampak dari program tersebut atau hanya satu pihak saja yang mendapatkan keuntungan dari berjalannya kegiatan *corporate social responsibility* ini. Diangkatnya topik ini karena penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai penerapan *corporate social*

responsibility. Oleh karena itu, penulis merumuskan penelitian dengan judul
**“ANALISIS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DI PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk.
KANTOR CABANG PEMBANTU CIAMIS”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dirumuskan permasalahan penulis yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana standar pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk?
2. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis?
3. Bagaimana hambatan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis?
4. Bagaimana solusi dari hambatan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis:

1. Standar pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
2. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.
3. Hambatan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.
4. Solusi dari hambatan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data mengenai penerapan *corporate social responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis, serta bisa menjadi referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang luas serta mendalami mengenai penerapan *corporate social responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.

2. Bagi Perbankan

Membantu pihak perusahaan dalam memudahkan pihak-pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung dalam penerapan *corporate social responsibility* (CSR) di PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ciamis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sebuah bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dengan nama PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang pembantu Ciamis. Lokasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang pembantu Ciamis berada di Jl. Jenderal Sudirman No. 47, Ciamis, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa barat 46211, Indonesia.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan <i>otline</i> dan acc judul	■	■														
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan			■	■	■											
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal					■	■	■									
4	Seminar Proposal Tugas Akhir								■								
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan revisi								■								
6	Pengumpulan dan pengolahan data									■							
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir									■	■	■					
8	Ujian Tugas Akhir													■			
9	Revisi Tugas Akhir dan pengesahan Tugas Akhir													■			

Sumber: Data diolah penulis, 2024