

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) menjadi salah satu topik hangat selama beberapa tahun terakhir ini. Beberapa perusahaan nasional dan internasional mendukung pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menjadikan *CSR* sebagai *voluntary disclosure*, bukan menjadikannya laporan yang diprioritaskan. Kajian *CSR* semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi di mana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat.

Perkembangan pengungkapan *CSR* di Indonesia dimulai sejak ditetapkannya UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang keharusan perseroan terbatas melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Di sisi lain pelaksanaan program *CSR* selain disebabkan kewajiban undang-undang No. 40 tahun 2007 dan penerapan *Good Corporate Governance*, juga terkait dengan pencapaian tujuan milenium *Development goals* yang telah digagas oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Muhammad Yasir Yusuf, “Aplikasi *CSR* Pada Bank Syariah: Suatu Pendekatan Masalah dan *Maqasid Syariah*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ar Raniry, Vol. 4, No.2 (Juni 2010), 99.

Adapun beberapa definisi yang menjelaskan tentang CSR sebagai sebuah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan berbagai persoalan sosial dan lingkungan dengan kegiatan bisnis mereka, serta berbagai jalinan hubungan dengan semua *Stakeholder* yang dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan moral. Ada lima dimensi yang termasuk dalam definisi CSR tersebut, yaitu: dimensi kedermawanan, *Stakeholder*, sosial, lingkungan, dan ekonomi. Pendapat dengan dimensi CSR yang senada juga dikemukakan oleh *World Business Council For Sustainable Development*, sebuah lembaga forum bisnis yang digagas oleh Badan Perserikatan Bangsa-bangsa untuk kalangan bisnis agar dapat berkontribusi dalam pembangunan.

Perusahaan publik di Indonesia telah banyak menerapkan praktik pengungkapan CSR. CSR ini muncul disebabkan karena adanya perubahan tingkat kesadaran masyarakat akan pemahaman bahwa perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang mementingkan diri sendiri sehingga terasingkan dari lingkungan masyarakat tempat perusahaan itu beroperasi, melainkan sebuah perusahaan harus melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sekitarnya sehingga membutuhkan pengungkapan CSR. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Norman dan MacDonald mengenai “*Triple Bottom Line*”, penelitiannya mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya memfokuskan tanggungjawabnya hanya kepada *Single Bottom* saja melainkan lebih kepada *Triple Bottom Line* yaitu manusia, laba dan

lingkungan perusahaan<sup>2</sup>, ini mengindikasikan pergeseran pandangan tradisonal yang lebih mengutamakan pertanggungjawaban hanya sebatas kepada *Stockholder* saja. Manusia berkaitan dengan sentuhan *humanisme* yang dikelola oleh perusahaan, manusia juga berkaitan dengan variabel-variabel sosial seperti misalnya level partisipasi dalam pengambilan keputusan dan tingkat kemampuan. Laba merupakan variabel atau besaran ekonomi yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba atau keuntungan.

Perbankan yang merupakan salah satu perusahaan jasa, *servqual* perlu diadopsi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan meningkatkan kualitas tentu saja akan memberi keuntungan pada bank syariah. Diantaranya adalah akan meningkatkan profitabilitas, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, dan kinerja bank<sup>3</sup>. Pelaksanaan program *CSR* bank syariah bukan hanya untuk memenuhi amanah undang-undang, akan tetapi lebih jauh dari itu bahwa tanggung jawab sosial bank syariah dibangun atas dasar falsafah dan *tasawwur* (gambaran) Islam yang kuat untuk menjadi salah satu lembaga keuangan yang dapat mensejahterkan masyarakat. Program *CSR* bank syariah harus benar-benar menyentuh kebutuhan asasi

---

<sup>2</sup> I Wayan Suartana, “Akuntansi Lingkungan dan Triple Bottom Line Accounting: Paradigma Baru Akuntansi Bernilai Tambah”, Jurnal Bumi Lestari, Vol. 10, No. 1, Universitas Udayana (Februari 2010), 109.

<sup>3</sup> Septin Puji Astuti, “Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah”, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 1, (April –Juni 2009), 49.

masyarakat untuk menciptakan pemerataan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat.

Bank BRI Syariah (BBS) sebagai salah satu bank bank syariah yang telah berkomitmen untuk menerapkan kebijakan *CSR*. BBS menyadari bahwa *CSR* merupakan hal penting dalam mendukung tumbuh kembang sebuah bank. BBS menepatkan *CSR* sebagai bagian program jangka panjang perusahaan. Dalam pelaksanaan kegiatan *CSR* Bank BRI Syariah menggunakan pendapatan keseimbangan *Profit, People, dan Planet* yang dikenal *Tripel Bottom Line*. Bank tidak hanya semata-mata mengejar kepentingan ekonomi (*Profit*), namun juga mengejar kepentingan aspek masyarakat (*People*) dan lingkungan (*Planet*)<sup>4</sup>.

Dalam program *CSR* yang dilakukan Bank BRI Syariah, belum sepenuhnya nasabah mengetahui akan adanya program *CSR* tersebut. Seiring dengan semakin besar dan luasnya pengaruh perusahaan terhadap kehidupan masyarakat, sudah seharusnya perusahaan bertanggungjawab terhadap keseluruhan lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal. Setiap keputusan dan tindakan yang diambil perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab perusahaan.

Loyalitas pelanggan meruakan hal yang sangat penting di tengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan, meciptakn hubungan yang kuat

---

<sup>4</sup> Hadi Nor, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2011), 22

dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, institusi atau perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya<sup>5</sup>. Menurut Kotler dan Keller kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan<sup>6</sup>.

Conference Board (New York), dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) pada tahun 1999 melakukan survei kepada 25.000 responden di 23 negara. Sebanyak 60% responden mengatakan bahwa etika bisnis, kesejahteraan karyawan, dampak perusahaan terhadap lingkungan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) adalah yang paling menentukan nilai perusahaan<sup>7</sup>.

Dengan demikian peneliti tertarik meneliti BBS Kota Serang, di mana BBS Kota Serang mengalokasikan sebagian *profitnya* untuk kegiatan *CSR*. Sehubungan hal tersebut, apakah pengaruh *CSR* yang dilakukan BBS Kota Serang terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Corporation Social*

---

<sup>5</sup> Kotler Dkk, *Manajemen Pemasaran, Ed-13*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 153.

<sup>6</sup> Kotler Dkk, *Manajemen Pemasaran, Ed-13...*, 143-144.

<sup>7</sup> Data diakses pada 11 September 2018 Dari <http://www.kutainegara.com/forum/viewtopic.php?t=1585>.

*Responsibility (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bri Syariah (Study Pada Bank Bri Syariah Kcp Serang)”*

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas penulis dapat mengidentifikasi masalahnya yaitu.

1. Strategi *CSR* yang dilakukan Bank BRI Syariah KCP Serang.
2. Proses penerapan *CSR* pada Bank BRI Syariah KCP Serang
3. Loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KCP Serang.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam suatu penelitian, batas ruang lingkup penelitian penting diterapkan. Hal ini bertujuan agar penelitian tidak menyimpang dalam keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya, dan sebagainya. Oleh karena itu, untuk mempermudah penelitian dan pembahasan penulis membatasi masalah yaitu hanya pada “*Pengaruh Corporation Social Responsibility (CSR) Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang*”

## **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang ada sebagai berikut :

1. Apakah *CSR* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KCP Serang?
2. Seberapa besar pengaruh *CSR* terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KCP Serang?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana *CSR* mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah KCP Serang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *CSR* terhadap loyalitas nasabah Bank BRI KCP Serang.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini hendaknya memberikan manfaat dan berguna bagi banyak pihak, antara lain:

1. Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang seberapa besar loyalitas nasabah Bank BRI syariah KCP Serang terhadap *CSR* dan menyelesaikan Studi Strata 1 pada Jurusan Ekonomi Syaria'ah dan Bisnis.

2. Bagi Pihak Akademik

- a. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai penelitian selanjutnya.
- b. Sebagai tambah wacana akademik di Universitas Agama Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

3. Bagi Instansi

Dari hasil penelitian kami ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran kepada bank syariah agar meningkatkan CSR terhadap masyarakat.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penelitian yang digunakan oleh penulis adalah terdiri dari 5 Bab yang masing-masing Bab terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN, yang dijadikan acuan dalam proses awal penelitian, didalamnya terdiri dari latar belakang masalah, Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Krangka Teori, Penelitian Terdahulu, Hipotesis, Metodologi Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, pada bab kedua menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdiri dari pengertian *Corporation Social Responsibility (CSR)* dan loyalitas nasabah , penelitian terdahulu serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN, menjelaskan tentang metodologi penelitian yang didasarkan dan dikembangkan berdasarkan pokok masalah utama, guna mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan. Pada bab ini terdiri dari ruanglingkup penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode analisis data, metode pengumpulan data, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan operasional variabel.



BAB IV HASIL PENELITIAN &PEMBAHASAN, terdiri dari deskripsi data pengaruh *Corporation Social Responsibility (CSR)* serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, terdiri dari kesimpulan dan saran.