

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan memerlukan suatu efisiensi dengan mempersingkat serta mempercepat akses layanan yang merupakan kebutuhan nasabah saat ini, sehingga diharapkan dapat mendukung peran perusahaan perbankan dalam membentuk suatu ekuitas merek yang baik terhadap produk layanan jasanya. Semua bisnis bersaing satu sama lain, ini berdampak pada strategi pemasar untuk terus mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Ekuitas merek adalah kekuatan untuk membangun dan mendapatkan pangsa pasar.

Ekuitas merek dapat terbentuk melalui program *corporate social responsibility* (CSR). CSR mencakup upaya perusahaan untuk berkontribusi pada keberlanjutan sosial dan lingkungan, di luar tujuan murni ekonomis. Ketika perusahaan menerapkan program CSR yang efektif, ini dapat memiliki dampak positif pada persepsi konsumen tentang merek

perusahaan dan, akibatnya, membantu membangun ekuitas merek yang lebih kuat.

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial (Situmeang, 2016). Bank milik pemerintah yang terbesar dan tersebar di Indonesia, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, juga dikenal sebagai Bank BRI, adalah salah satu perusahaan yang telah menerapkan program CSR. Bank BRI, yang berdiri sejak 1895, telah memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian nasional..

Tabel 1.1 Penghargaan Program CSR PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)

No	Penghargaan	Kategori	Instansi
1.	CECT Sustainability Awards	Best Community Involvement and Development	CECT Trisakti University, Jakarta
2.	CECT Sustainability Award	Finance Industry	CECT Trisakti University, Jakarta
3.	Best Bank for CSR in Indonesia 2018-2020	Best Bank for CSR in Indonesia	ASIAMONEY, Jakarta
4.	Top CSR 2018	TOP CSR 2018 – Program PKBL BUMN	TopBusiness, Jakarta
5.	Top Leader on CSR Commitment	Top Leader on CSR Commitment	Jakarta
6.	Nusantara CSR Awards 2019	Peningkatan Mutu Pendidikan	La Tofi School of CSR, Jakarta
7.	Nusantara CSR Awards 2019	Pemberdayaan Ekonomi Komunitas	La Tofi School of CSR, Jakarta
8.	Nusantara CSR Awards 2019	Pengembangan Desa Wisata	La Tofi School of CSR, Jakarta
9.	Nusantara CSR Awards 2019	Pemberdayaan Penyandang Disabilitas	La Tofi School of CSR, Jakarta
10.	Nusantara CSR Awards 2019	Peningkatan Mutu Kesehatan	La Tofi School of CSR, Jakarta
11.	TOP CSR Awards 2021 # Star 5	TOP CSR Awards	Majalah Top Business
12.	TOP Leader on CSR Commitment 2021	TOP CSR Awards	Majalah Top Business

No	Penghargaan	Kategori	Instansi
13.	TOP CSR Awards 2022	TOP CSR Awards	Majalah Top Business
14.	Top CSR Golden Trophy 2022	TOP CSR Awards	Majalah Top Business
15.	TOP Leader on CSR Commitment 2022	TOP CSR Awards	Majalah Top Business
16.	Program CSR-Community Based Development Terbaik	Bidang Komunikasi	The 8th PR INDONESIA Awards (PRIA) 2023
17.	Program CSR-Sustainability Business Terbaik	Bidang Komunikasi	The 8th PR INDONESIA Awards (PRIA) 2023

Sumber: (bri.co.id, 2023), (infobrand.id, 2023), (Syahputra, 2023)

Dilansir dari website (bri.co.id, 2023) salah satu kegiatan CSR yang dilaksanakan PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021 tanggal 8 April 2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara kemudian dimasukkan ke dalam peraturan internal perusahaan melalui Surat Edaran No. SE. 50 –DIR/CSC/09/2021 tanggal 30 September 2021 tentang Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) BRI Peduli PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

BRI terus meningkatkan kualitas Program BRI Peduli melalui pengembangan sistem manajemen program yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan. Program TJSL BRI didasarkan pada konsep Triple Bottom Line, yaitu Pro People, Pro Planet, dan Pro Profit. Konsep ini merupakan dasar program BRI sebelumnya yang menyelaraskan nilai sosial perusahaan dengan nilai bisnis.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk mempunyai visi dan misi atas kegiatan program CSR yang dijalankan, visi tersebut yaitu

mengutamakan praktik tanggung jawab sosial perusahaan untuk memberikan manfaat dan nilai yang berkelanjutan kepada pemangku kepentingannya. Sedangkan terdapat 3 misi yaitu melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendukung bisnis Bank BRI dengan tata kelola dan pengelolaan yang baik, terencana, strategis, luas, dan berkelanjutan, menciptakan perpaduan nilai bagi BRI dan pemangku kepentingannya dan meningkatkan reputasi Bank BRI di mata pemangku kepentingannya. Selain visi dan misi terdapat 4 nilai utama program CSR BRI Peduli:

1. Transparan, didasarkan pada prinsip ini, setiap program tanggung jawab sosial dikelola secara terbuka, sehingga setiap pemangku kepentingan memiliki kesempatan untuk mengetahui dan memahami program tersebut serta memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengelolaan program tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Akuntabel, prinsip akuntabel artinya bahwa orang-orang yang mengelola program tanggungjawab sosial harus melakukan tugas dan kewenangannya secara efektif agar mereka dapat dipertanggungjawabkan dari waktu ke waktu.
3. Tanggung Jawab, konsep ini menyatakan bahwa pengelola program tanggungjawab sosial bertanggung jawab atas semua keputusan yang mereka buat. Ini juga berlaku untuk semua orang yang bekerja di organisasi pengelola program atau pihak lain yang terkait dengan pengelolaan program tanggungjawab sosial perusahaan.

4. Inklusif, prinsip-prinsip ini menentukan betapa pentingnya program tanggungjawab sosial perusahaan untuk menjangkau dan melibatkan pemangku kepentingan sehingga mereka tidak hanya menjadi objek program, tetapi juga menjadi subyek atau pelaku program tersebut. Selain itu, inklusif berarti program tanggung jawab sosial ditujukan kepada kelompok masyarakat yang terdampak langsung oleh operasi perusahaan dan kelompok rentan (*vulnerable*).

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi murni dari (Anggorowati, 2021) yang dimana memiliki perbedaan pada lokasi penelitian yang semula di Purworejo menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel, model penelitian, memiliki 7 hipotesis, teknik pengumpulan data menggunakan *non probability sampling*, teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *brand equity*?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *corporate image*?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *brand awareness*?

4. Apakah *corporate image* berpengaruh terhadap *brand equity*?
5. Apakah *brand awareness* berpengaruh terhadap *brand equity*?
6. Apakah *corporate image* memediasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity*?
7. Apakah *brand awareness* memediasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* mempunyai terhadap *brand equity*
2. Menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *corporate image*
3. Menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand awareness*
4. Menganalisis pengaruh *corporate image* terhadap *brand equity*
5. Menganalisis *brand awareness* terhadap *brand equity*
6. Menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity* yang dimediasi *corporate image*
7. Menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity* yang dimediasi *brand awareness*

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *brand equity* yang dimediasi oleh *corporate image* dan *brand awareness*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk dalam mengevaluasi hasil program CSR nya serta menilai efektivitas program tersebut dalam meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan ekonomi penerima manfaat.