



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Perbankan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan tersebut tercermin dari jumlah kantor cabang dan kantor cabang pembantu, jaringan ATM (*Automated Teller Machine* yang diterjemahkan menjadi Anjungan Tunai Mandiri), maupun kartu kredit yang berada di toko-toko serta jaringan perdagangan barang dan jasa lainnya seperti *mobile banking* dan *internet banking*. Perkembangan tersebut menempatkan perbankan Indonesia sejajar dengan perbankan di negara maju lainnya yang pada akhirnya perbankan Indonesia memang cukup siap dalam menghadapi persaingan global, terutama persaingan industri perbankan di kawasan Asia Tenggara.

Dalam industri perbankan di Indonesia dikenal beberapa golongan bank sesuai dengan kepemilikannya. Kelompok bank yang terbesar dewasa ini adalah bank-bank BUMN yang dimiliki oleh Pemerintah yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia 1946 (BNI 46) dan juga Bank Tabungan Negara (BTN).

Kelompok kedua adalah bank-bank yang dimiliki oleh Pemerintah daerah atau yang dikenal sebagai Bank Pembangunan Daerah (BPD) yang dimiliki oleh propinsi atau gabungan beberapa propinsi. Bank yang dimiliki oleh satu propinsi antara lain adalah Bank DKI, Bank Jateng, Bank Jatim dsb. Sementara BPD yang dimiliki oleh lebih dari satu propinsi seperti misalnya Bank Sumsel-Babel yang dimiliki oleh propinsi Sumatera Selatan dan propinsi Bangka- Belitung dan Bank Jabar-Banten yang dimiliki oleh propinsi Jawa barat dan propinsi Banten. Dewasa ini jumlah BPD ada sebanyak 26 bank.

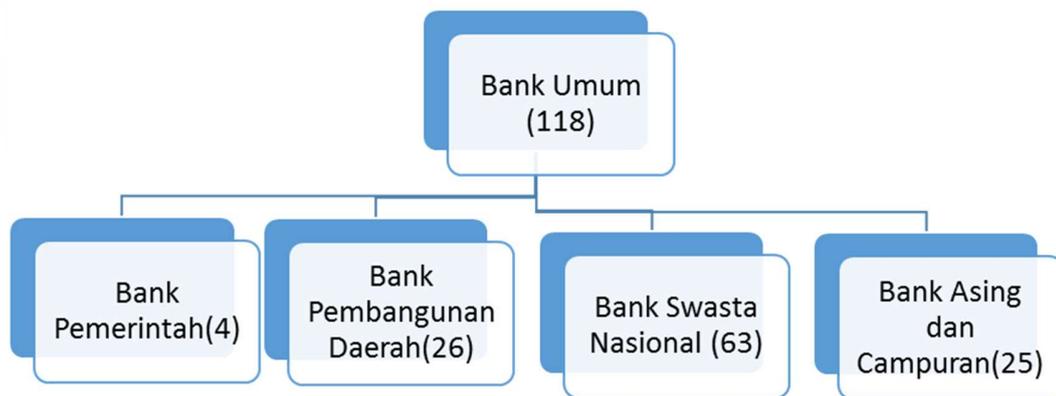
Kelompok bank yang tiga adalah Bank-bank Campuran maupun juga Cabang Bank Asing yang beroperasi di Indonesia. Contoh dari bank-bank kelompok ini adalah Citibank, Deutsche Bank, Standard Chartered bank dan sebagainya. Dewasa ini jumlah bank campuran yang ada di seluruh Indonesia, mencapai 114 bank.

Kelompok bank yang keempat adalah bank-bank swasta nasional. Bank bank yang termasuk dalam kelompok ini sahamnya dimiliki oleh para perorangan maupun perusahaan yang bukan termasuk kategori Pemerintah maupun Pemerintah daerah. Sebagian bank-bank tersebut sahamnya sudah didaftarkan di pasar modal sehingga menjadi perusahaan Tbk (Terbuka) seperti contohnya PT. Bank Central Asia Tbk. Kelompok ini juga sering dikelompokkan lagi menjadi Bank Swasta Devisa, yaitu bank swasta yang diperbolehkan melakukan transaksi devisa seperti kegiatan ekspor impor, pengiriman uang keluar negeri dan sebagainya. Kelompok lainnya adalah Bank Swasta

Non Devisa yang tidak diperbolehkan melakukan transaksi devisa. Dalam kelompok bank swasta devisa tersebut, bank yang terbesar berdasarkan jumlah asetnya adalah PT. Bank Central Asia Tbk. Jumlah bank swasta nasional ada 63 bank dewasa ini.

Perkembangan bank-bank menurut kepemilikan tersebut dapat dilihat dalam table berikut.

Gambar 1.1 Industri Perbankan Indonesia



Sumber: <http://www.bi.go.id/id/perbankan/ikhtisar/lembaga/Contents/Default.aspx>

Dengan banyaknya jumlah bank yang beroperasi di Indonesia, maka persaingan antar bank di industri perbankan di Indonesia tersebut menjadi sangat keras. Ketatnya persaingan inilah yang akhirnya mengharuskan bank-bank untuk bekerja keras dalam memenangkan persaingan sehingga dapat mengembangkan usahanya sebaik-baiknya.

Perbankan dimanapun di seluruh dunia adalah suatu industri yang dasar utamanya adalah kepercayaan. Dengan kepercayaan tersebut maka para nasabah dengan senang hati menaruh uangnya di bank dalam bentuk simpanan yang berupa rekening giro, rekening tabungan dan juga simpanan deposito berjangka. Begitu besarnya peranan kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan pada akhirnya menuntut bank-bank tersebut membangun reputasi mereka. Oleh karena itu mengelola reputasi perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam pengembangan industri perbankan dimanapun diseluruh dunia, termasuk juga di Indonesia.

Reputasi adalah hasil dari apa yang dilakukan oleh anda dan apa yang orang lain katakan mengenai anda. Reputasi bisa menjadi positif dan negatif, tergantung bagaimana anda mengelola reputasi anda. Apabila tindakan yang anda lakukan itu dianggap positif, maka reputasi anda akan lebih baik, dan begitu kebalikannya.

Antony Mayfield mendefinisikan bahwa reputasi sebagai “hasil dari apa yang telah anda lakukan dan apa yang orang-orang berkata tentang anda” (Mayfield, 2010. hlm.30) Dengan adanya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan perusahaan besar, mereka dapat menaikkan reputasi mereka dengan membantu mereka yang perlu dibantu, contohnya saat tragedi tsunami terjadi di Banda Aceh, Indonesia, perusahaan perusahaan besar seperti Unilever menggunakan program CSR untuk membantu dan sekaligus meningkatkan reputasi mereka dimata stakeholders, terutama daerah Aceh.

Yang menjadi obyek penelitian dalam tulisan ini adalah PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) yang sebagaimana dikemukakan sebelumnya adalah Bank Swasta Devisa yang terbesar di Indonesia dan menduduki urutan ketiga bank terbesar di Indonesia berdasarkan total asset yang dimiliki. Namun demikian, dengan menggunakan ukuran yang lain, bank tersebut merupakan bank yang terbesar dari sisi nilai sahamnya, atau yang dikenal sebagai Kapitalisasi Pasar (Market Capitalization) bahkan untuk ukuran Asia Tenggara. Dewasa ini berdasarkan nilai Kapitalisasi Pasar tersebut, Bank BCA menduduki tingkat pertama di ASEAN, kemudian diikuti oleh Bank DBS (Development Bank of Singapore) yang merupakan bank yang terbesar di ASEAN dilihat dari jumlah assetnya. Asset dari Bank DBS bahkan dewasa ini 6 kali lipat dari asset bank BCA, namun para investor global menilai bahwa Bank BCA memiliki nilai saham yang lebih baik dari Bank DBS. Penilaian investor terhadap BCA yang sangat jauh melampaui Bank DBS yang merupakan bank terbesar di Asia Tenggara yang kantor pusatnya di Singapura, yang merupakan salah satu Pusat Keuangan Global sungguh menimbulkan kekaguman tersendiri. Selain prestasi bisnis yang dicapai oleh bank tersebut, penilaian investor tersebut sebagian besar juga disebabkan oleh cara bank tersebut menjaga reputasinya, antara lain melalui program CSR (*Corporate Social Responsibility*) nya.

Selain untuk menjaga reputasi perusahaan tersebut, memang di Indonesia ada undang undang khusus yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan tanggung

jawab sosial kepada masyarakat sekitar. Dalam Undang-Undang Persero no.40 tahun 2007 Bab 1, Pasal 1 nomor 3 dinyatakan “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah 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.” Oleh sebab itu BCA menjalankan kegiatan sosial selain kewajiban sebagai PT di Indonesia namun untuk meningkatkan reputasinya juga.

Dengan besarnya bank tersebut maka Bank BCA perlu untuk selalu menjaga reputasinya setiap saat. Untuk itu Bank BCA memiliki program Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang direncanakan dengan baik dan meliputi berbagai program yang memberikan manfaat kepada masyarakat dimana program CSR tersebut dilakukan. Program CSR tersebut dikembangkan secara luas di seluruh Indonesia seperti contohnya Program Pengembangan Goa Pindul yang memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat disekeliling Goa Pindul. Pengembangan program CSR di Goa Pindul dipilih sebagai topik dari penelitian ini karena program tersebut berhasil mengembangkan daerah Goa Pindul menjadi daerah tujuan wisata sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat didaerah tersebut secara cepat setelah memperoleh bantuan dari BCA. Untuk menilai program CSR ada standar yang bernama ISO 26000 yang menjadi tolak ukur program tersebut.

ISO 26000 adalah standar “mutu” yang diakui dunia untuk mendefinisikan dan memberikan pedoman rinci tentang *social responsibility* atau tanggung jawab sosial. Selanjutnya, ISO 26000 lebih dikenal dengan sebutan ISO SR. Indonesia adalah salah satu dari 157 negara yang telah meratifikasi ketentuan tersebut. ISO SR adalah pedoman yang dapat digunakan oleh berbagai jenis dan tipe organisasi. Tidak dibatasi untuk organisasi swasta dalam wadah korporasi, tetapi layak diterapkan untuk semua organisasi, termasuk organisasi publik dan pemerintah.

Melihat hal tersebut peneliti memilih topik “Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Bank Central Asia Terhadap Reputation Management.” Sebab peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi-strategi tersebut dapat mempertahankan reputasi baik perusahaan tersebut dan juga bagaimana dapat menjaga reputasi dengan menggunakan program CSR.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimanakah implementasi strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Bank Central Asia Tbk (BCA) untuk mempertahankan reputasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi *corporate social responsibility* PT Bank Central Asia Tbk (BCA) untuk mempertahankan reputasi.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi akademis dalam ilmu komunikasi bidang studi public relations tentang manajemen reputasi bagi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

1.4.2 Praktis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan bahan masukan bagi PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dan juga kepada organisasi/perusahaan sejenis yang memiliki kegiatan manajemen reputasi.

UMMN