



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH KEKUATAN CSR DALAM MEMBANGUN  
SEBUAH CITRA PERUSAHAAN PADA  
PT PANIN BANK TBK**

**KARYA AKHIR**

**OLEH:**

**DHIAN TYAS UNTARI**

**55107110051**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2010**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH KEKUATAN CSR DALAM MEMBANGUN  
SEBUAH CITRA PERUSAHAAN PADA  
PT PANIN BANK TBK**

**KARYA AKHIR**

**OLEH:**

**DHIAN TYAS UNTARI**

**55107110051**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2010**

## ABSTRACT

Competition between Indonesian Companies looks like never stop. Especially nowadays when consumers become more critical in evaluating image of a company. Today, a good company isn't measured by profit only, but also by its effort to do its corporate social responsibility. Corporate social responsibility is also a long term investment for a company because public more accept a company which has good activities of corporate social responsibility. In long term, it will be more beneficial to company which has good image. Nowadays if a company doesn't have a good track record on doing its CRS, public will not consume the company's product or service because the negativity of corporate image.

CSR is a concept for a company that use triple bottom line concept which are profit, people and planet. CRS is a complex mix between perception, impression and empiris on customer mind about a company when the company is being compared with another company.

CSR variable as a general are, consists of building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance and protecting the environment, is use to measure the satisfaction of public on company's corporate social responsibilities activities. But CSR variable as public side are perception, impression and empiris. And variable of corporate image are, psyche, material and social.

The research is conduct by using questioners by 59 respondents which are currently know or being involved in CSR program by Panin Bank KCP CBD Pluit, and all the question on questioner are valid and reliable. To test the influence linear regression is use.

Validity, reliability and linearity test on the questions in questioner gives result that all of questions are valid and reliable. The test is made at 5% of significant level.

The regression resulted in enough evidenced that CRS activities variable affect the image of Panin Bank. And t test resulted to refuse  $H_0$  and receive  $H_1$ . The conclusion of this research is that CSR activities variable have a significant influence to the corporate image.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua petnyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Kekuatan CSR Dalam Membangun Sebuah Citra Perusahaan Pada PT Panin Bank Tbk**

Bentuk Karya Akhir : Riset

Nama : Dhian Tyas Untari

NIM : 55107110051

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 14 Januari 2010

Merupakan hasil study pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumber dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta 9 Januari 2010

METERAI  
TEMPEL  
FAKES MENANGKAP RUMAH  
TOLAK  
29122AAEP-8738253  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000 DUP

Dhian Tyas Untari

## **PENGESAHAN**

Judul : **Pengaruh Kekuatan CSR Dalam Membangun Sebuah  
Citra Perusahaan Pada PT Panin Bank Tbk**

Bentuk Karya Akhir : Riset

Nama : Dhian Tyas Untari

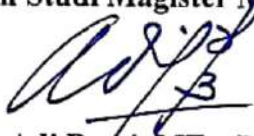
NIM : 55107110051

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal :

**Mengesahkan**

**Ketua Program Studi Magister Manajemen**



**Ir. Har Adi Basri, MEc., Ph.d**

**Pembimbing Utama**



**Dr. Husein Umar, MM**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tanggungjawab sosial perusahaan atau lebih singkatnya disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sebuah komitmen yang berkelanjutan dari sebuah perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawan, komunitas dan lingkungan sekitar serta masyarakat luas. CSR lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, dan eksploitasi buruh. Pendeknya, perusahaan berdiri secara diametral dengan kehidupan sosial. Selama ini persepsi yang berkembang dalam masyarakat bahwa perusahaan hanya berorientasi pada profit belaka, menghalalkan segala cara dan kurang berempati kepada karyawan.

Kita tidak bisa mengelak atas perubahan dunia di mana sistem kapitalisme sering sekali kita lihat dan rasakan. Berpijak pada sistem kapitalisme inilah timbul sebuah persepsi dimana masyarakat harus selalu mempertimbangkan kepentingan pebisnis. Pertimbangan bukan berarti tunduk, tapi harus saling menjaga kepentingan. Kapitalisme tidak seharusnya identik dengan pengerukan modal tanpa pertimbangan sosial. Untuk era sekarang, kapitalisme hanya bisa berkembang jika bersinergi dengan dunia sosial.