
Peran CSR BRI Peduli dalam Meningkatkan Citra PT Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus BRI KC Pekalongan)

Ardiansyah¹, Nuzulul^{2*}

UIN K.H. Abdurahman Wahid, Pekalongan^{1,2}

ardiansachmad.id@gmail.com¹, nuzulul@mhs.uingusdur.ac.id^{*2}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) "BRI Peduli" yang dilaksanakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang (KC) Pekalongan, serta dampaknya terhadap citra perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis secara mendalam tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program CSR. Data diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan pemangku kepentingan, observasi lapangan, dan studi literatur terkait. Temuan menunjukkan bahwa program BRI Peduli berhasil meningkatkan citra positif perusahaan melalui implementasi inisiatif yang mencakup aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Konsep Triple Bottom Line (people, planet, profit) menjadi kerangka utama, didukung penerapan prinsip keberlanjutan, akuntabilitas, dan transparansi secara konsisten. Program ini melibatkan berbagai kegiatan, seperti pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan UMKM, penghijauan untuk pelestarian lingkungan, pemberian beasiswa kepada siswa berprestasi dari keluarga kurang mampu, serta renovasi fasilitas umum. Keterlibatan masyarakat lokal menjadi faktor penting dalam keberhasilan program. Namun demikian, terdapat kendala seperti keterbatasan sumber daya, cakupan wilayah yang luas, dan kurangnya partisipasi masyarakat pada tahap awal perencanaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa BRI Peduli tidak hanya memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat reputasi BRI sebagai lembaga keuangan yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan, sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan. Dengan demikian, CSR menjadi elemen strategis dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Kata kunci : Citra Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Triple Bottom Line*

ABSTRACT

This study aims to initiate the implementation of the *Corporate Social Responsibility* (CSR) program "BRI Peduli" implemented by PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Pekalongan Branch Office and its impact on the company's image. Using a qualitative descriptive approach, this study analyzes in depth the stages of planning, implementation, and evaluation of the CSR program. Data were obtained through structured interviews with stakeholders, field observations, and related literature studies. The findings show that the BRI Peduli program has succeeded in improving the company's positive image through the implementation of initiatives that cover social, environmental, and economic aspects according to community needs. The Triple Bottom Line concept (people, planet, profit) is the main framework, supported by the principles of sustainability, accountability, and transparency consistently. This program includes various activities, such as community economic empowerment through MSME training, reforestation for environmental preservation, providing scholarships to outstanding students from underprivileged families, and the realization of public facilities. The involvement of local communities is an important factor in the success of the program. However, there are obstacles such as limited resources, wide coverage area, and lack of community participation in the early stages of planning. This study concludes that BRI Peduli not only provides real benefits to the community but also strengthens BRI's reputation as a financial institution that cares about community welfare and environmental desires while supporting the company's business desires. Thus, CSR becomes a strategic element in building closer relationships with the community and increasing the company's competitiveness.

Keywords: Corporate Image, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Triple Bottom Line*

PENDAHULUAN

Dalam era bisnis modern, banyak perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada upaya memaksimalkan keuntungan secara ekonomis, tetapi juga mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan kelestarian lingkungan dalam kegiatan operasional mereka. Konsep ini dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR), yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Implementasi CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga mampu meningkatkan citra positif perusahaan di mata publik (Situmeang, 2016).

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terkemuka di Indonesia, turut menjalankan program CSR melalui inisiatif *BRI Peduli*. Program ini diwajibkan berdasarkan Pasal 74 Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007, yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kontribusinya terhadap pembangunan berkelanjutan. Dalam hal ini, BRI Peduli berperan penting dalam mendukung upaya pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat, sekaligus memperkuat citra positif perusahaan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, 2007).

Penelitian ini berfokus pada implementasi program *BRI Peduli* di Bank BRI Pekalongan, dengan tujuan mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan citra perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi proses persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi program CSR. Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan pihak internal BRI, serta observasi langsung di lokasi kegiatan CSR. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen dan publikasi resmi terkait *BRI Peduli*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini berhasil menciptakan citra positif perusahaan melalui penerapan prinsip *triple bottom line* yang meliputi *people*, *planet*, dan *profit*, sesuai dengan prinsip-prinsip CSR yakni keberlanjutan, akuntabilitas, dan transparansi (Wibisono, 2007).

Namun, keberhasilan program ini tetap menghadapi tantangan, terutama dalam menjangkau lingkungan yang luas dan memastikan keberlanjutan implementasi CSR di berbagai wilayah operasional. Studi ini memberikan wawasan penting bagi perusahaan dalam mengoptimalkan pelaksanaan CSR sebagai strategi meningkatkan citra perusahaan sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Corporate Social Responsibility*. Pengertian CSR melalui definisi dari buku *Corporate Social Responsibility* (Ilona Vicenovie Oisina Situmeang,

2016) adalah sebuah wujud kepedulian perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. CSR merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang di sekitarnya. Definisi ini sejalan dengan pandangan The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang menyatakan bahwa CSR merupakan tindakan perusahaan yang dilandasi oleh pertimbangan etis, yang tidak hanya bertujuan meningkatkan ekonomi, tetapi juga kualitas hidup bagi karyawan, keluarga mereka, serta masyarakat sekitar dan masyarakat luas (Hadi, 2011).

John Elkington (1997), dalam bukunya *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*, mengemukakan konsep "Triple Bottom Line" yang terdiri dari tiga elemen utama: *people*, *planet*, dan *profit*. Konsep ini bertujuan untuk mengintegrasikan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam bisnis. *People* merujuk pada komunitas yang berada di sekitar perusahaan, yang merupakan pemangku kepentingan yang penting dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan. *Planet* berkaitan dengan lingkungan fisik perusahaan, di mana perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melestarikan sumber daya alam demi keberlanjutan jangka panjang. Sedangkan *profit* berfokus pada keuntungan finansial yang tetap menjadi tujuan utama perusahaan, namun harus sejalan dengan pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Elkington menekankan bahwa perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang dalam jangka panjang harus memperhatikan ketiga aspek ini secara seimbang (Elkington, 1997).

Selain itu, dalam pelaksanaan CSR, terdapat beberapa prinsip yang harus dipertimbangkan. Menurut Crowther (2008), ada tiga prinsip utama yang mendasari pelaksanaan CSR: *sustainability*, *accountability*, dan *transparency*. Prinsip *sustainability* mengacu pada upaya perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada dengan memperhatikan kelangsungan sumber daya tersebut untuk generasi yang akan datang. *Accountability* mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab dan terbuka atas segala aktivitas yang dilakukan, terutama yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat. *Transparency* memastikan adanya keterbukaan informasi yang jelas kepada publik dan pemangku kepentingan mengenai dampak dan hasil dari program CSR yang dilakukan, sehingga mengurangi ketidakpastian dan kesalahpahaman (Crowther, 2008).

Dalam mengimplementasikan CSR, terdapat tahapan yang harus dilalui. Nor Hadi (2011) membagi implementasi CSR menjadi tiga tahap utama: perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Perencanaan adalah langkah awal yang krusial dalam menentukan arah dan strategi CSR, yang didasarkan pada analisis terhadap kondisi sosial dan lingkungan. Wibisono (2007) menekankan bahwa perencanaan yang matang akan mempermudah implementasi dan mencapai tujuan yang diinginkan. Implementasi adalah tahap pelaksanaan program CSR yang sudah

direncanakan, yang memerlukan kondisi organisasi yang mendukung dan kepercayaan antara pihak terkait untuk memastikan kelancaran program. Terakhir, evaluasi bertujuan untuk menilai keberhasilan dan dampak dari program CSR, serta untuk mengidentifikasi apakah ada penyimpangan yang perlu diperbaiki guna meningkatkan efektivitas program di masa depan.

Secara keseluruhan, CSR bukan hanya sekadar kewajiban bagi perusahaan, tetapi juga merupakan bagian dari strategi jangka panjang yang mendukung keberlanjutan bisnis serta meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan pemangku kepentingan. Implementasi CSR yang efektif memerlukan perencanaan yang matang, pelaksanaan yang tepat, serta evaluasi yang berkelanjutan untuk memastikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

Selain menggunakan Teori CSR, peneliti juga menggunakan Teori Citra dalam penelitian ini. Citra merupakan elemen penting dalam membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat, karena mencerminkan bagaimana perusahaan atau produk dilihat oleh publik. Menurut Kotler (2000), citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Persepsi ini terbentuk dari pengalaman, interaksi, dan ekspektasi masyarakat terhadap nilai yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebuah perusahaan yang memiliki citra positif akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari konsumennya. Hal ini penting untuk mendukung keberlanjutan bisnis dan memperkuat daya saing perusahaan di pasar.

Definisi lain tentang citra dijelaskan oleh Djasmin Saladin (2006), yang menyatakan bahwa citra adalah salah satu perbedaan yang dapat dibanggakan oleh pelanggan, baik dari sisi produk maupun perusahaan itu sendiri. Saladin menekankan bahwa citra dapat menjadi aset strategis yang membedakan perusahaan dari pesaingnya. Dalam konteks CSR, citra perusahaan yang baik sering kali dikaitkan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dijalankan perusahaan, sehingga memperkuat hubungan emosional antara perusahaan dan masyarakat (Saladin, 2006).

Frank Jefkins memberikan pendekatan yang lebih rinci dengan mengidentifikasi enam jenis citra (Firdaus, 2016): citra bayangan (*mirror image*), yaitu bagaimana perusahaan melihat dirinya sendiri; citra yang berlaku (*current image*), yaitu persepsi masyarakat saat ini terhadap perusahaan; citra diharapkan (*wish image*), yaitu persepsi ideal yang ingin dicapai oleh perusahaan; citra perusahaan (*corporate image*), yaitu gambaran umum perusahaan secara keseluruhan; citra majemuk (*multiple image*), yaitu variasi persepsi masyarakat terhadap berbagai aspek perusahaan; dan citra penampilan (*performance image*), yaitu bagaimana kinerja perusahaan mencerminkan citranya. Keenam jenis citra ini menunjukkan bahwa pembentukan citra bukanlah proses tunggal, tetapi melibatkan berbagai elemen yang saling terkait (Firdaus, 2016).

Dalam konteks public relations, citra dibangun melalui komunikasi strategis yang

menghubungkan fakta-fakta yang ada dengan persepsi masyarakat. Menurut Frank Jefkins dalam Danasaputra (1995), citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta atau kenyataan. Oleh karena itu, citra perusahaan harus didukung oleh fakta yang relevan dan komunikasi yang transparan untuk menciptakan persepsi yang positif dan berkelanjutan. Seperti dijelaskan dalam buku *Dasar-Dasar Public Relations* oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2004), citra positif harus terus dipelihara melalui kegiatan yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan masyarakat (Jefkins, 1995).

Implementasi program CSR yang efektif dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan citra perusahaan. Sebagai contoh, kegiatan yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan dukungan sosial mencerminkan nilai-nilai tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan membangun citra yang kuat melalui CSR, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Citra yang baik juga memberikan dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan bisnis, karena perusahaan yang memiliki reputasi baik cenderung lebih mudah menarik mitra dan pelanggan baru (Nova, 2011).

PT Bank Rakyat Indonesia memiliki program CSR BRI Peduli yang sudah menerapkan konsep, prinsip dan tahapan menjalankan CSR sebagai bentuk tanggung jawab BRI terhadap lingkungan sosial juga sebagai cara BRI untuk mendapatkan kepercayaan dari lingkungan yang akan berdampak pada citra positif terhadap PT BRI itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Pekalongan. Fokus utama penelitian ini adalah memahami tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program CSR BRI Peduli di wilayah Pekalongan.

Tahapan penelitian deskriptif kualitatif dalam studi ini dimulai dengan identifikasi fokus penelitian, yang bertujuan untuk memahami proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program Corporate Social Responsibility (CSR) "BRI Peduli". Fokus ini dipilih untuk mengevaluasi dampak program terhadap masyarakat sekaligus memperkuat citra perusahaan (Karto et al., 2017).

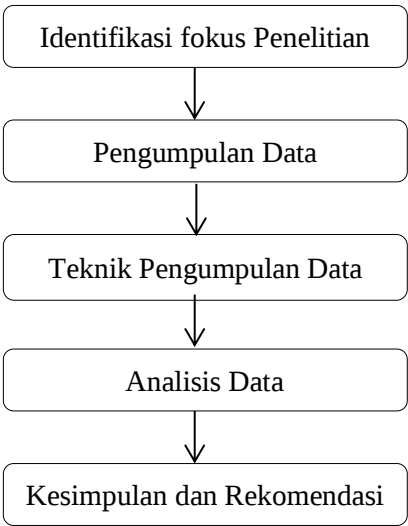
Tahap berikutnya adalah pengumpulan data, yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan pihak-pihak terkait di BRI Kantor Cabang Pekalongan, guna menggali informasi mengenai pelaksanaan program, pelibatan masyarakat, serta jenis dan dampak kegiatan CSR. Data sekunder, di sisi lain, berasal dari studi literatur, dokumen resmi program BRI Peduli, dan

laporan tahunan yang relevan (Jailani, 2023).
Proses pengumpulan data dilakukan dengan dua pendekatan utama. Penelitian lapangan melibatkan observasi langsung terhadap pelaksanaan kegiatan CSR, yang memberikan gambaran nyata mengenai aktivitas di lapangan. Penelitian kepustakaan digunakan untuk memperoleh landasan teoretis melalui berbagai literatur dan dokumen pendukung (Hadi, 2011)

Tahapan berikutnya adalah analisis data, di mana peneliti mendeskripsikan secara sistematis implementasi CSR, dampak positif yang dirasakan masyarakat, serta peran strategis program ini dalam memperkuat hubungan antara BRI KC Pekalongan dengan komunitas di sekitarnya. Analisis ini memberikan wawasan penting tentang keberhasilan program dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya (Crowther, 2008; Elkington, 1997)

Terakhir, hasil penelitian dirangkum dalam kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan menyoroti kontribusi positif program terhadap citra perusahaan dan kesejahteraan masyarakat, sementara rekomendasi fokus pada perbaikan dan pengembangan program CSR di masa mendatang. Tahapan ini menekankan pentingnya evaluasi berkelanjutan untuk mendukung keberlanjutan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan (Situmeang, 2016)

Gambar 1 merupakan diagram alur tahapan penelitian deskriptif kualitatif berdasarkan metode yang penulis gunakan. Diagram ini mencakup langkah-langkah mulai dari identifikasi fokus penelitian, pengumpulan data, hingga analisis dan kesimpulan.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Program CSR BRI Peduli di KC Pekalongan

BRI Kantor Cabang (KC) Pekalongan telah mengimplementasikan program CSR unggulan bernama BRI Peduli dengan mengadopsi konsep Triple Bottom Line, yang mencakup aspek sosial (people), lingkungan (planet), dan ekonomi (profit). Program ini dirancang sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan sekaligus strategi untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Dalam pelaksanaannya, BRI KC

Pekalongan menjalankan beberapa inisiatif utama yang sesuai dengan kebutuhan lokal dan tujuan keberlanjutan.

Salah satu fokus utama program adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Hal ini diwujudkan melalui pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang melibatkan pelatihan keterampilan bagi pelaku usaha kecil. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi individu, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi secara kolektif di wilayah Pekalongan. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan memungkinkan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun nasional.

Selain itu, program CSR BRI Peduli di Pekalongan turut mendukung pelestarian lingkungan. Inisiatif ini mencakup kegiatan penghijauan, pengelolaan sampah, dan kampanye kebersihan yang melibatkan komunitas lokal. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan lestari, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga ekosistem. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan organisasi lingkungan menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pelaksanaan program berbasis lingkungan ini (Adhitya, 2022).

Dukungan terhadap aspek sosial juga menjadi prioritas melalui berbagai kegiatan dukungan sosial. Beasiswa pendidikan diberikan kepada siswa berprestasi dari keluarga kurang mampu, sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas. Selain itu, program ini melibatkan renovasi fasilitas publik, seperti sekolah dan tempat ibadah, serta pemberian bantuan kepada masyarakat yang terdampak bencana alam. Langkah ini menunjukkan komitmen BRI untuk menjadi mitra masyarakat dalam menghadapi tantangan sosial dan ekonomi (Soemirat & E, 2004).

Pelaksanaan program BRI Peduli dilakukan secara sistematis, dimulai dari perencanaan yang didasarkan pada analisis kebutuhan masyarakat. Tahapan ini melibatkan dialog dengan pemangku kepentingan lokal untuk memastikan program yang relevan dan berdampak nyata. Proses pelaksanaan melibatkan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, komunitas lokal, dan lembaga swadaya masyarakat. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur keberhasilan program, mengidentifikasi hambatan, dan memberikan rekomendasi perbaikan untuk program berikutnya (Palupi, 2022).

Dengan pendekatan yang komprehensif, program BRI Peduli di KC Pekalongan berhasil menciptakan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Program ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal, tetapi juga memperkuat hubungan antara BRI dan masyarakat, sehingga berkontribusi pada citra positif perusahaan sebagai lembaga keuangan yang peduli terhadap pembangunan berkelanjutan.

2. Dampak CSR terhadap Citra Perusahaan

Pelaksanaan program CSR BRI Peduli di

Kantor Cabang (KC) Pekalongan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap citra PT Bank Rakyat Indonesia (BRI). Program ini tidak hanya mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan tetapi juga menjadi strategi penting dalam memperkuat kepercayaan publik. Masyarakat setempat, terutama para penerima manfaat program, merasakan kehadiran BRI sebagai mitra yang peduli terhadap kesejahteraan mereka, sehingga meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan.

Salah satu faktor utama yang mendukung peningkatan citra ini adalah keterlibatan aktif BRI dalam kegiatan sosial. Melalui program-program seperti renovasi fasilitas umum, pemberian beasiswa pendidikan, dan bantuan tanggap bencana, BRI berhasil membangun hubungan yang lebih dekat dengan komunitas lokal. Partisipasi aktif ini tidak hanya menciptakan dampak langsung bagi penerima manfaat, tetapi juga menegaskan posisi BRI sebagai perusahaan yang peduli terhadap keberlanjutan sosial.

Komitmen BRI terhadap pelestarian lingkungan juga mendapatkan apresiasi luas dari masyarakat. Inisiatif penghijauan dan pengelolaan sampah yang dijalankan oleh BRI menunjukkan keseriusan perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan. Upaya ini tidak hanya memperkuat reputasi BRI di mata masyarakat tetapi juga membangun kepercayaan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih besar daripada sekadar mencari keuntungan ekonomi (Judijanto, 2024).

Selain itu, aspek transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan program CSR turut memainkan peran penting. Pelaporan yang terbuka mengenai penggunaan dana CSR dan pelibatan masyarakat dalam proses evaluasi menciptakan rasa percaya yang lebih besar. Transparansi ini memperkuat citra BRI sebagai institusi yang tidak hanya peduli tetapi juga bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan.

Secara keseluruhan, dampak positif dari program CSR BRI Peduli di KC Pekalongan tidak hanya dirasakan oleh masyarakat tetapi juga berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah dan daya tarik perusahaan bagi calon pelanggan baru. Dengan terus berkomitmen pada tanggung jawab sosial, BRI berhasil membangun citra yang kokoh sebagai lembaga keuangan yang memiliki nilai-nilai kemanusiaan dan keberlanjutan.

3. Hambatan dan Tantangan dalam Implementasi

Implementasi program CSR BRI Peduli di KC Pekalongan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan yang harus diatasi agar tujuan program dapat tercapai secara optimal. Salah satu kendala utama adalah luasnya wilayah jangkauan program. Pekalongan memiliki keragaman wilayah dengan kebutuhan yang berbeda-beda, sehingga keterbatasan sumber daya, baik dari segi tenaga kerja maupun anggaran, sering kali menyebabkan distribusi manfaat program CSR menjadi tidak merata. Hal ini memerlukan strategi

khusus untuk memastikan bahwa program dapat menjangkau semua wilayah yang membutuhkan, terutama area yang relatif terpencil.

Tantangan lainnya adalah kurangnya partisipasi masyarakat di tahap awal perencanaan program. Pada beberapa kasus, program CSR kurang melibatkan masukan dari masyarakat lokal mengenai kebutuhan spesifik mereka. Akibatnya, beberapa inisiatif pada awal pelaksanaan program dinilai kurang relevan atau tidak sepenuhnya menjawab permasalahan yang ada di masyarakat. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pendekatan yang lebih partisipatif, seperti melakukan survei kebutuhan atau mengadakan forum diskusi dengan masyarakat sebelum program dirancang.

Selain itu, kendala teknis dalam pelaksanaan program juga menjadi tantangan yang cukup signifikan. Misalnya, pada inisiatif berbasis lingkungan seperti kegiatan penghijauan, faktor cuaca sering kali menghambat proses penanaman pohon atau perawatan tanaman. Di sisi lain, infrastruktur yang kurang memadai di beberapa wilayah juga memperlambat distribusi logistik dan pelaksanaan kegiatan. Untuk mengatasi kendala ini, BRI KC Pekalongan perlu bekerja sama dengan pihak terkait, termasuk pemerintah daerah, untuk memperbaiki infrastruktur atau menyesuaikan jadwal pelaksanaan program dengan kondisi cuaca yang lebih mendukung (Octaviani et al., 2022).

Meskipun menghadapi berbagai hambatan, BRI KC Pekalongan tetap berupaya untuk menyelesaikan tantangan tersebut melalui evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Dengan memperkuat koordinasi, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan beradaptasi terhadap kondisi lokal, program BRI Peduli dapat terus memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Tantangan ini juga menjadi peluang bagi BRI untuk memperkuat komitmen dan kredibilitasnya sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab.

4. Kontribusi terhadap Keberlanjutan Perusahaan

Program CSR BRI Peduli memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberlanjutan bisnis PT Bank Rakyat Indonesia (BRI), khususnya di KC Pekalongan. Dengan mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam strategi bisnis, program ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi masyarakat tetapi juga memperkuat fondasi keberlanjutan perusahaan. Salah satu dampak utama adalah peningkatan citra perusahaan yang membantu membangun reputasi BRI sebagai institusi keuangan yang peduli terhadap masyarakat dan lingkungan.

Citra positif ini menjadi aset berharga dalam memperkuat loyalitas nasabah. Nasabah cenderung memiliki kepercayaan lebih besar terhadap perusahaan yang memiliki komitmen sosial yang jelas. Hal ini terlihat dari meningkatnya partisipasi nasabah dalam berbagai program yang digagas oleh BRI, termasuk dukungan terhadap inisiatif CSR. Loyalitas ini tidak hanya membantu mempertahankan nasabah lama, tetapi juga meningkatkan peluang untuk menarik minat calon

nasabah baru yang tertarik dengan nilai-nilai kemanusiaan yang diusung oleh perusahaan.

Selain itu, program CSR juga memperluas jaringan komunitas yang mendukung operasional BRI di Pekalongan. Dengan menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat lokal melalui berbagai program pemberdayaan dan bantuan sosial, BRI berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan bisnis. Komunitas yang merasa didukung oleh BRI cenderung memberikan umpan balik positif dan dukungan, yang secara tidak langsung memperkuat posisi BRI di pasar lokal.

Kontribusi CSR terhadap keberlanjutan perusahaan juga terlihat dari peningkatan keunggulan kompetitif jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan yang mampu mengintegrasikan nilai sosial ke dalam praktik bisnis memiliki daya saing yang lebih tinggi. Melalui program BRI Peduli, BRI tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat tetapi juga menciptakan diferensiasi yang kuat di pasar perbankan. Inisiatif ini membuktikan bahwa tanggung jawab sosial dapat berjalan seiring dengan tujuan bisnis, menciptakan harmoni antara profitabilitas dan keberlanjutan (Jovana & Dewi, 2024).

Dengan memadukan strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, program BRI Peduli telah menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung visi dan misi BRI untuk menjadi lembaga keuangan yang inovatif, terpercaya, dan bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi program CSR BRI Peduli di KC Pekalongan telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan citra PT Bank Rakyat Indonesia. Program ini berhasil menjawab kebutuhan masyarakat melalui berbagai kegiatan yang mencakup pemberdayaan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan dukungan sosial. Dengan menerapkan konsep Triple Bottom Line serta prinsip keberlanjutan, transparansi, dan akuntabilitas, BRI Peduli menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan.

Namun, terdapat beberapa tantangan dalam pelaksanaannya, seperti cakupan wilayah yang luas dan keterbatasan partisipasi masyarakat di awal perencanaan program. Tantangan ini menjadi pelajaran berharga untuk pengembangan program di masa mendatang. Secara keseluruhan, BRI Peduli tidak hanya berdampak positif bagi masyarakat tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, CSR dapat menjadi elemen strategis dalam mendukung keberlanjutan bisnis dan memperkuat posisi BRI

sebagai perusahaan yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, F. (2022). *GREEN BANKING Trend Menjaga Sustainability Bisnis Berwawasan Lingkungan*.
- Crowther, D. (2008). *Corporate Social Responsibility*.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*.
- Firdaus, H. (2016). *Public Relations: Perspektif Baru di Indonesia*.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
- Jefkins, F. (1995). *Public Relations*.
- Jovana, A. C., & Dewi, P. K. (2024). Dampak CSR PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Terhadap Pembiayaan UMKM di Indonesia. *Journal of Economics and Business Management*, 3(2).
- Judijanto, L. (2024). Rekayasa Sosial Ekonomi: Peningkatan Keterlibatan Masyarakat Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal." *Community Development. Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1).
- Karto, P. Y., J, J. S., & Morasa, J. (2017). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan perbankan konvensional di Indonesia. *Riset AKUNTANSI DAN AUDITING" GOODWILL*, 8(2).
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*.
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi komunikasi dalam corporate social responsibility perusahaan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4(1).
- Palupi, M. M. (2022). *Antologi Pemikiran: Memacu Pemulihan Ekonomi Nasional Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan*.
- Saladin, D. (2006). *Crisis Public Relations*.
- Situmeang, I. V. O. (2016). *Corporate social responsibility: dipandang dari perspektif komunikasi organisasi*. ekuilibria.
- Soemirat, S., & E, A. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (2007).
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*.