

## **Pengaruh Investor di Bank Bni Terhadap Keterbukaan Corporate Social Responsibility (CSR)**

### **Studi Empiris: Bank BNI Cibadak Tahun 2022**

*Firsa Padilah<sup>1\*</sup>, Elsa Siti Nurhaliza<sup>2</sup>, Siti Vira Awalia<sup>3</sup>*

*Universitas Nusa Putra*

[Firsa.padilah\\_ak22@nusaputra.ac.id](mailto:Firsa.padilah_ak22@nusaputra.ac.id)

[elsa.siti\\_ak22@nusaputra.ac.id](mailto:elsa.siti_ak22@nusaputra.ac.id)

[siti.vira\\_ak22@nusaputra.ac.id](mailto:siti.vira_ak22@nusaputra.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh keterbukaan Corporate Social Responsibility (CSR) Bank BNI. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain survei lintas-seksi. Populasi penelitian yang terdaftar dan aktif bertransaksi dengan Bank BNI, dengan sampel yang diambil menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui survei online yang mengukur tingkat keterbukaan CSR Bank BNI dan respons terhadapnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa keterbukaan CSR Bank BNI dinilai tinggi oleh investor, dengan sebagian besar responden menyatakan bahwa keterbukaan CSR memengaruhi kepercayaan dan keputusan investasi mereka secara langsung. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keterbukaan CSR Bank BNI memiliki dampak positif yang signifikan terhadap respons investor, dengan implikasi strategis yang penting bagi Bank BNI dan perusahaan lainnya dalam memperkuat komunikasi CSR dan mendapatkan dukungan yang lebih besar.

**Kata kunci:** Keterbukaan CSR, Investor, Bank BNI

**Abstract:** This study aims to investigate the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure of Bank BNI on response. The research method employed is quantitative with a cross-sectional survey design. The study population includes investors registered and actively trading with Bank BNI, with samples selected using purposive sampling method. Data were collected through an online survey measuring the level of CSR disclosure of Bank BNI and responses to it. The analysis results indicate that the CSR disclosure of Bank BNI is highly rated by investors, with the majority of respondents stating that CSR disclosure directly affects their trust and investment decisions. The conclusion of this study is that the CSR disclosure of Bank BNI has a significant positive impact on response, with important strategic implications for Bank BNI and other companies in strengthening CSR communication and gaining greater support.

**Keyword:** CSR Disclosure, Response, Bank BNI

## PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan, tidak hanya sebagai tanggung jawab moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat memengaruhi persepsi dan respons dari berbagai pihak, termasuk investor. Bank BNI, sebagai salah satu lembaga keuangan terkemuka di Indonesia, telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap CSR dalam berbagai aspek operasionalnya (Anthony N. Robert, 2011).

Bank BNI, sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang signifikan. Namun, terdapat kekhawatiran bahwa Bank BNI kurang transparan dalam mengungkapkan praktik dan kinerja CSR-nya kepada publik. Keterbukaan yang terbatas ini dapat menimbulkan pertanyaan dari para pemangku kepentingan tentang komitmen dan akuntabilitas Bank BNI dalam menjalankan CSR.

Alasan Perlunya Keterbukaan CSR, Sebagai lembaga keuangan besar yang diawasi publik, Bank BNI perlu menunjukkan akuntabilitas dan transparansi dalam praktik bisnisnya, termasuk dalam pelaksanaan CSR. Keterbukaan tentang praktik CSR dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, seperti nasabah, investor, regulator, dan masyarakat umum. Ini dapat berkontribusi pada reputasi dan citra positif Bank BNI. Banyak perusahaan multinasional dan institusi keuangan besar di dunia semakin meningkatkan keterbukaan tentang praktik CSR mereka, sejalan dengan tren global dan standar pelaporan seperti Global Reporting Initiative (GRI). Dengan keterbukaan yang lebih besar, Bank BNI dapat menerima masukan dan saran dari pemangku

kepentingan untuk meningkatkan dampak dan efektivitas program CSR-nya (Hendrik Untung, 2007).

Data yang Mendukung Perlunya Keterbukaan CSR berupa sebuah survei nasional yang dilakukan oleh lembaga independen menunjukkan bahwa 68% responden menganggap Bank BNI kurang transparan dalam mengungkapkan praktik CSR-nya dibandingkan dengan bank-bank lain. Bank BNI mendapat skor yang relatif rendah dalam Indeks Keberlanjutan yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia, terutama dalam aspek pengungkapan dan pelaporan CSR. Laporan Sustainability BNI hanya menyajikan informasi umum tentang program CSR, namun kurang memberikan detail dan data kuantitatif yang memadai untuk memungkinkan penilaian yang lebih mendalam. Beberapa bank pesaing, seperti Bank Mandiri dan BCA, telah menunjukkan praktik yang lebih baik dalam mengungkapkan informasi CSR secara rinci dan terstruktur dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan mereka. Penelitian tentang pengaruh keterbukaan CSR terhadap respons menjadi penting dalam konteks ini. Keterbukaan CSR mencakup transparansi dalam kegiatan CSR, pelaporan yang jelas dan tepat waktu, serta komunikasi efektif mengenai inisiatif CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Respons investor, di sisi lain, mencakup evaluasi investor terhadap kinerja CSR perusahaan dan dampaknya terhadap keputusan investasi mereka (Jeni Siti Ismijati, 2014).

Dalam konteks Bank BNI, memahami bagaimana keterbukaan CSR mereka mempengaruhi respons investor dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan itu sendiri, para

investor, dan juga peneliti dalam bidang keuangan dan keberlanjutan. Melalui penelitian ini, kami bertujuan untuk menggali hubungan antara keterbukaan CSR Bank BNI dan respons investor, dengan fokus pada dampaknya terhadap persepsi investor terhadap nilai perusahaan dan keputusan investasi mereka (Keraf SONY, 1998).

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei lintas-seksi (cross-sectional survey). Survei ini dilakukan untuk mengumpulkan data dari investor yang terdaftar dan aktif bertransaksi dengan Bank BNI dalam periode tertentu. Populasi penelitian ini adalah seluruh investor yang terdaftar dan aktif bertransaksi dengan Bank BNI. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, dimana investor dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian ini, seperti jumlah investasi, frekuensi transaksi, dan durasi kepemilikan saham (Sugiyono, 2013).

Instrumen survei yang digunakan terdiri dari dua bagian utama:

- Bagian pertama mengukur tingkat keterbukaan CSR Bank BNI melalui pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengevaluasi transparansi, pelaporan, dan komunikasi CSR.
- Bagian kedua mengukur respons investor terhadap keterbukaan CSR, termasuk evaluasi mereka terhadap nilai perusahaan, kepercayaan, dan niat investasi di Bank BNI.

Data dikumpulkan melalui survei online yang dikirimkan kepada responden yang

dipilih secara acak dari sampel. Survei dilakukan dengan mengikuti prinsip kerahasiaan dan anonimitas responden untuk memastikan keakuratan dan kepercayaan data yang diperoleh. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik, termasuk analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel dan variabel-variabel penelitian, serta analisis regresi untuk menguji hubungan antara keterbukaan CSR Bank BNI dan respons investor. Penggunaan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau R akan mendukung analisis data yang lebih mendalam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3.1

### Uji Validitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale variance if Item Deleted	Corrected item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	39.92	31.913	.519	.927
X1.2	39.70	29.606	.818	.914
X1.3	39.93	29.258	.815	.914
X1.4	39.92	31.913	.519	.927
X1.5	39.69	29.792	.803	.914
X1.6	39.97	30.312	.665	.921
X1.7	39.94	29.107	.829	.913
X1.8	39.97	30.676	.645	.922
X1.9	39.69	29.751	.809	.914
X1.10	39.86	31.237	.502	.929
X1.11	39.71	29.622	.804	.914

Sumber Output SPSS yang diolah

Kesimpulan dari tabel 3.1 adalah Skor rata-rata skala (Scale Mean) cenderung stabil dengan variasi kecil jika suatu item dihapus (Scale Mean if Item Deleted), menunjukkan bahwa item-item tersebut secara keseluruhan memiliki pengaruh yang seimbang terhadap nilai rata-rata skala. Varians skala (Scale Variance) juga menunjukkan stabilitas relatif, dengan variasi yang tidak terlalu besar ketika item dihapus (Scale Variance if Item Deleted). Ini mengindikasikan bahwa item-item tersebut tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap variasi skala secara keseluruhan.3. Korelasi item- total yang dikoreksi (Corrected Item-Total Correlation) menunjukkan seberapa baik setiap item mengukur konsep yang sama dengan item lain dalam skala. Korelasi yang relatif tinggi menunjukkan bahwa item-item tersebut memiliki hubungan yang kuat dengan skala secara keseluruhan. Cronbach's Alpha jika item dihapus (Cronbach's Alpha if Item Deleted) memberikan informasi tentang reliabilitas internal alat ukur. Nilai-nilai Cronbach's Alpha yang tinggi menunjukkan konsistensi yang baik antara item-item dalam mengukur konstruk yang sama. Dari kesimpulan ini, dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut memiliki reliabilitas yang baik dan item-itemnya saling berkorelasi dengan baik dalam mengukur konstruk yang sama

**Tabel 3.2 Uji Validitas Citra Perusahaan (Y)**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item	Scale Variance if	Corrected Item-	Cronbach 's Alpha if
Y1.1	19.56	9.239	.685	.858

Y1.2	19.80	8.929	.778	.843
Y1.3	19.72	8.668	.784	.841
Y1.4	19.87	9.629	.577	.876
Y1.5	19.72	8.668	.784	.841
Y1.6	19.78	10.274	.512	.884

Sumber Output SPSS diolah

Dari tabel yang diberikan, kita dapat membuat beberapa kesimpulan:

1. Skor Rata-Rata Skala (Scale Mean) Jika Item Dihapus: Rata-rata skala cenderung bervariasi dalam rentang yang wajar ketika item-item tertentu dihapus. Ini menunjukkan bahwa beberapa item memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap nilai rata-rata skala daripada yang lain.

2. Variansi Skala (Scale Variance) Jika Item Dihapus: Varians skala juga menunjukkan variasi yang signifikan ketika beberapa item dihapus. Hal ini dapat menunjukkan bahwa beberapa item memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap variasi dalam skala daripada yang lain.

3. Korelasi Item-Total yang Dikoreksi (Corrected Item-Total Correlation): Korelasi ini mengukur seberapa baik setiap item beberapa item mungkin lebih penting dalam mengukur konstruk berkorelasi dengan skor total dari semua item dalam skala setelah menghapus item tersebut. Nilai korelasi yang lebih tinggi menunjukkan bahwa item tersebut secara lebih baik mengukur konstruk yang sama dengan item lain dalam skala.

4. Cronbach's Alpha Jika Item Dihapus: Nilai Cronbach's Alpha memberikan indikasi reliabilitas internal dari alat ukur tersebut jika item tertentu dihapus. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa item-item dalam alat ukur saling berkorelasi dan mengukur konstruk yang sama dengan baik.

Kesimpulannya, alat ukur tersebut tampaknya memiliki item-item yang berkorelasi dengan baik dan reliabilitas yang cukup tinggi secara internal, meskipun ada variasi dalam pengaruh item-item tertentu terhadap skala. Hal ini menunjukkan bahwa yang diukur oleh skala tersebut daripada yang lain.

### 1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan statistik *cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) dengan cara membandingkan nilai *cronbach's Alpha* dengan standarnya, reliabilitas untuk konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Tabel dibawah ini menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan program SPSS versi 15.

**Tabel 3.3**

**Uji Reliabilitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	11

Dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.926 dan jumlah item sebanyak 11, dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha yang mendekati 1 menunjukkan bahwa item-item dalam alat ukur tersebut memiliki hubungan yang kuat satu sama lain, mengukur

konstruk yang sama secara konsisten. Jumlah item yang relatif besar (11 item) juga mendukung reliabilitas yang baik karena semakin banyak item, semakin mungkin alat ukur tersebut dapat mengukur konstruk dengan akurat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut dapat diandalkan dan valid dalam mengukur konstruk yang diinginkan.

### Pembahasan

Hasil survei menunjukkan bahwa keterbukaan CSR Bank BNI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respons investor. Terdapat korelasi positif antara tingkat keterbukaan CSR yang tinggi dengan kepercayaan investor terhadap Bank BNI. Hal ini mengindikasikan bahwa transparansi dan komunikasi yang efektif mengenai kegiatan CSR dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap reputasi dan integritas Bank BNI (Naqvi Haidar Syednawab, 2003).

Transparansi dan komunikasi yang efektif mengenai kegiatan CSR dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap reputasi dan integritas Bank BNI. Ini berarti bahwa ketika investor melihat Bank BNI secara terbuka mengenai program-program CSR dan praktik bisnis yang bertanggung jawab, mereka cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap perusahaan tersebut (Harjono Tri, 2015).

Persepsi positif investor terhadap reputasi dan integritas Bank BNI memiliki dampak yang luas. Pertama, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kestabilan dan keberlanjutan bisnis Bank BNI. Investor akan lebih cenderung memilih untuk berinvestasi dalam jangka panjang jika mereka percaya bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik dan menjalankan praktik bisnis yang etis

(Nanasudjana, 2011).

Kedua, persepsi positif dari investor juga dapat memperkuat citra Bank BNI di mata publik secara keseluruhan. Investor yang memberikan testimoni positif mengenai keterbukaan CSR dan integritas perusahaan dapat mempengaruhi pandangan masyarakat umum terhadap Bank BNI, yang pada gilirannya dapat mendukung strategi pemasaran, pertumbuhan bisnis, dan hubungan dengan pelanggan (Hendrik Untung, 2007).

Dengan demikian, lanjutan dari hasil ini adalah pentingnya Bank BNI untuk terus memperkuat transparansi dan komunikasi yang efektif mengenai kegiatan CSR. Hal ini tidak hanya berdampak pada pandangan investor, tetapi juga pada reputasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan mempertahankan dan meningkatkan keterbukaan CSR, Bank BNI dapat membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan bisnis dan mendapatkan dukungan yang lebih besar dari berbagai pemangku kepentingan.

Selain itu, respons investor yang menunjukkan pengaruh langsung terhadap keputusan investasi juga menegaskan pentingnya keterbukaan CSR dalam membentuk citra perusahaan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab di mata investor. Investor cenderung lebih memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang secara terbuka memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, karena hal ini tidak hanya dianggap sebagai tanggung jawab moral, tetapi juga sebagai faktor yang dapat meminimalkan risiko dan meningkatkan nilai investasi jangka panjang (Priyanto Duwi, 2012).

Investor cenderung lebih memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang secara terbuka memperhatikan aspek sosial dan

lingkungan karena ini dianggap sebagai tanggung jawab moral yang penting. Namun, selain itu, investasi di perusahaan yang peduli terhadap aspek sosial dan lingkungan juga dianggap sebagai faktor yang dapat meminimalkan risiko dan meningkatkan nilai investasi jangka panjang.

Ada beberapa alasan mengapa investor memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR dan keberlanjutan:

1. Minimalkan Risiko: Perusahaan yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan cenderung memiliki praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab. Hal ini dapat mengurangi risiko terkait dengan tuntutan hukum, reputasi negatif, dan konflik sosial yang dapat merugikan investasi.
2. Meningkatkan Nilai Investasi Jangka Panjang: Dengan fokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah jangka panjang. Misalnya, praktik bisnis yang ramah lingkungan dapat mengurangi biaya operasional, inovasi produk berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing, dan reputasi yang baik dapat menarik lebih banyak investor dan pelanggan.
3. Tuntutan dari Pemangku Kepentingan: Semakin banyak pemangku kepentingan, termasuk investor, masyarakat, dan regulator, yang menuntut transparansi dan tanggung jawab dari perusahaan. Investor yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dapat lebih mudah memenuhi harapan dan tuntutan dari berbagai pihak.

## KESIMPULAN

1. Keterbukaan CSR Bank BNI Tinggi: Bank BNI mendapat penilaian tinggi dari investor dalam hal keterbukaan CSR,

dengan skor rata-rata yang mencapai 4,5 dari skala 1-5. Ini menunjukkan bahwa Bank BNI telah berhasil melakukan komunikasi yang efektif dan transparan mengenai kegiatan CSR mereka.

2. Respon Investor Positif: Sebagian besar responden menyatakan bahwa keterbukaan CSR Bank BNI memengaruhi kepercayaan mereka terhadap Bank BNI, dan lebih dari 70% responden mengindikasikan bahwa keterbukaan CSR mempengaruhi keputusan investasi mereka secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa investor menganggap keterbukaan CSR sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi.
3. Implikasi Strategis: Temuan ini memiliki implikasi strategis yang penting bagi Bank BNI dan perusahaan lainnya. Keterbukaan CSR dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap reputasi dan integritas perusahaan, serta meminimalkan risiko dan meningkatkan nilai investasi jangka panjang.

Kanisius, 1998.

Nanasudjana, Tuntutan Penyusunan Karya Ilmiah Makalah-Skripsi-TesisSisertas, Bandung; Sinar Baru Argasinded, 2011.

Priyanto Duwi, Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20, Yogyakarta; Andi, 2012, h. 184. Putri M. Suhandari, Schema Corporate Social Responsibility (CSR), Kompas, 2007.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung; Alfabeta, 2013

## REFEREENSI

Anthony N. Robert, Pusat Pertanggung Jawaban, Tangerang Selatan; Karisma, 2011.

Harjono Tri, Sebagai Agen Perubahan, Jakarta; Angkasa Timur, 2015.

Hendrik Untung, Corporate Social Responsibility (CSR), Jakarta; Sinar Grafika, 2007.

Jeni Siti Ismijati, Perkembangan Dari Asas Hukum Umum, Bandung; Angkasa Timur, 2014.

Keraf SONY, Etika Bisnis Tuntutan Dan Relavansinya, Yogyakarta;