

LAMPIRAN INFORMAN;

Nama : Informan

Tanggal Interview : 26/05/2016

P: Apa yang bapak ketahui tentang CSR?

J: Orientasi BANK “X” jika disebut CSR kelihatannya kurang pas direksi memandang kurang pas, intinya sama kalau sosial berbau dinas sosial. Jadi perusahaan tetap bertanggung jawab atas lingkungan sekitarnya. Jadi contoh yang mbak tahu pemisah jalan di pabrik pos sampai dengan terminal, pot – potnya adalah CSR dari BANK “X”. Setiap kantor BANK “X” yang ada di kota atau kabupaten kita tetap memperhatikan lingkungan sekitar kita terkait keberadaan kita disitu, kita dapat member nilai tambah seperti apa untuk area di sekitar kita. Kalau biasanya CSR kita lebih fokuskan ke instansi jadi contoh seperti dengan PEMDA dengan Pemkab, yang memiliki otoritas tertinggi di Area kabupaten. Jadi selain kita memberikan yang sebelumnya kita memberikan yang contohnya pot pada tahun 2015, kita menggandeng Pemkab untuk membuat POT. Dari situ kita berharap dengan berperan aktif brand image BANK “X” di Ponorogo secara market share menurut BI di Ponorogo sangat tinggi dari seluruh lembaga keuangan di Po.

P: Divisi yang menangani tentang CSR?

J: Ada di kantor Pusat (Jakarta) cabang berperan sebagai pengusul, jadi di pusat ada divisi khusus yang menangani tentang CSR. Walaupun nanti surat tetap melewati kantor wilayah di Jawa Timur. Jadi Cabang ke kantor wilayah jawa timur, kantor wilayah meneruskan ke Pusat. Cabang melalui (divisi marketing) menganalisa, mengusulkan dan dikirimkan ke Pusat untuk di pertimbangkan untuk direalisasikan. Jadi kita mengedepankan Brand image ke masyarakat umum.

P: Berarti kalau cabang yang menganalisa dan mengusulkan itu bagian apa pak?

J: Bagian pemasaran

P: Pada tahun 2015 yang jadi concern atau fokusnya CSR apa ya pak?

J: 2015 sampai dengan sekarang sebnarnya concern terhadap go green, dan kampoeng BANK “X” (masih dalam rencana). Desa yang terpilih dapat di Branding.

P: Yang mendasari Fokus concernnya ke Go Green apa ya pak?

J: Dari 2013, kita berusaha disistem kita berusaha melakukan paperless namanya pekerjaan bank tidak mungkin terlepas dari kertas. dari situ Di tahun 2011 itu sistem kita diperbaiki semua sarana berita kita optimalkan supaya bisa ke email,tapi tidak menutup kemungkinan setelah dari email di cetak to, jika pemimpin memerlukan. Sedangkan kertas bahannya dari kayu, kayu berasal dari pohon, sehingga akan banyak pohon di korbakan. Saat itu banyak kebakaran hutan, illegal logging, pembalakan liar. Kenapa terjadi seperti itu?Karena kan kebutuhan kertas tinggi gimana caranya pabrik kertas dapat kayu yang murah nah terjadi lah pembalakan liar tanpa izin kan itu berarti. Ditebang tidak direboisasi dapat harga murah. Bukannya kita bertujuan untuk merugikan pabrik kertas, engga, tapi kita bertujuan untuk melestarikan bumi. Jadi munculahprogram go green itu.

P: Bentuk detail kegiatannya pada tahun 2015?

J: Yaitu Pot itu, terus kalau disini kan yaitu salah satunya kalau di Pacitan juga pernah kampung nelayan juga kalau go green pantai apa sih yang bisa? Bakau, bakau kan menahan erosi, taman depan di UNMUH Konsentrasinya taman sih. kalau disini itu disini Rumah sakit muslimat taman didepan RS. Pot – pot dalam ruang depan kamar rawat inap

P: Kalau 2016?

J: 2016? Biasanya 2016 ini nanti diatas di atas semester 1 itu masih pengusulan jadi nanti realisasinya diatas semester 2. Istilahnya dari pusat belum ada jawaban sih. kita sudah mengusulkan seoptimal mungkin bukan semaksimal mungkin.

P: Target sasaran CSR Th.2015kenapa ?

J: Kembali lagi arti CSR, ya nasabah ya komunitas BANK “X” dalam hal ini Unmuh nasabah, kalau pot yang di situ mbak sendiri kan tahu kalau Pemkab adalah Nasabah dari Bank lain Cuma ya itu tadi kita bertempat disini kita juga pasti membina hubungan baik dengan aparatur. Jadi intinya kita tetap membina hubungan baik ya mbak kalau lingkungan terkecil kita bertetangga aja,

tetangga kanan, kiri, depan, belakang, kalau terjadi sesuatu sama kita yang membantu kan tetangga terdekat kita.

P: Strategi komunikasi apa yang dilakukan pihak BANK “X” dalam program CSR?

J: Maksudnya mengkomunikasikan ke khalayak ya? Jadi sebetulnya kita kalau mempunyai program CSR itu tidak seperti kita mempunyai program tabungan itu enggak mbak. yang kita promosikan itu program kita, program untuk umum/ untuk nasabah itu yang ada dana promosinya, jadi kita diberi dana promosi untuk ekspansi bisnis. Karena gini kita keluar dana jadi kita keluar biaya to? Ada promosi tapi promosinya itu untuk meng-create bisnis, dari bisnis kita bisa mendapatkan pendapatan.

Jadi CSR ini sebetulnya, namanya juga sosial responsibility merasa tanggung jawab, ya kalau kita promosinya saat event atau kegiatannya sudah selesai. Contoh: kaya unmu tamannya sudah jadi baru *publish* di radar ponorogo. Berhubung CSR bukan produk massal jadi kita berusaha memfokuskan instansi mana yang mendapatkan CSR. Kalau komunikasinya ke Pemkab ya audiensi kita datang ngobrol

P: Diberitakan atau tidak pak CSR itu? Diangkat ke media, misalnya ke Webnya BANK “X” itu.

J: ya pas event aja, kalau audiensi ya enggaklah itu internal aja. Dari CSR itu juga untuk media promosi. CSR juga diperlukan untuk brand image, kita menyalurkan CSR juga pastiingin ada tulisannya BANK “X”, Go Green, sehingga dari situ juga jadi media promosi kita.

P: Saluran media apa yang digunakan untuk mengekspos kegiatan CSR?

J: Kalau CSR kita tidak terlalu mengeksposnya, sehingga cukup media lokal, kita juga tidak terlalu showoff gag terlalu promocorah, yang penting cukup areanya saja yang paham, apalagi jika bupatinya paham itu sudah luar biasa. kalau area sini kita menggunakan Radar Po, kalau Web BANK “X” engga CSR biasanya lebih global dan yang sering ditampilkan adalah kegiatan pusat.

P: Siapa yang diharapkan menjadi sasaran?

J: Kalau sasaran yang pertama adalah brand image, namanya hukum alam, juga lembaga profit mengedepankan brand image, yang kedua pastinya dari brand image itu dampak berantai yang ingin kita dapatkan masyarakat ponorogo yaitu market share kita 14,73 % untuk BANK “X” yang

berarti BANK “X” mengambil pasar keuangan di Ponorogo sebesar 14.73 % yang standar nya 7% s.d 10%. Jadi brand image kita di Po, sangat – sangat bagus dan kita perlu mempertahankan. Promosi adalah continuity. Sehingga dengan market share yang tinggi, kepercayaan masyarakat terhadap bank sangat –sangat mempengaruhi.

P: Kendala yang dihadapi pada saat pelaksanaan?

Kendala kita justru terhadap kontraktornya, kita kan tahunya semuanya jadi, kadang hasil yang diharapkan tidak sesuai dengan corporate identity. Dengan penerima CSR kita malah baik – baik saja.

P: Adakah kegiatan Evaluasi yang diadakan setelah pengadaaan program?

J: Jadi gini kalau dengan Pemkab setelah jadi Potnya. Hubungannya harmonis atau tidak salah satu bentuk kerjasama yang dievaluasi. Kalau CSR tidak dievaluasi, kalau kegiatan sudah selesai, didokumentasi.

P: Cara pemberitahuan kegiatan pihak yang menerima?

J: Sebelumnya kita sudah ada hubungan yang baik, kemudian hubungan tersebut dibuat lebih baik. kita infokan ke yang bersangkutan secara face to face, pemimpin datang berkunjung untuk audiensi kemudian diajukan ke pusat. Surat menyurat (hitam diatas putih) wajib ada.

P: Pihak eksternal yang dilibatkan?

J: Kita jarang melibatkan pihak ketiga, pihak pemberi dan penerima lebih banyak melakukan audiensi.

Nama : Informan 2

Tanggal Interview : 30/05/2016

P: Bagaimana proses pemilihan kemudian pengusulan hingga proses pengaplikasiannya?

J: Yang pertama dalam pemberian CSR ini sebenarnya murni sosial kan ya dalam arti CSR ini diberikan harus memenuhi ini apa share minimal yang harus diberikan perusahaan, laba perusahaan katakanlah 100% yang diberikan CSR ini maksimal 5% dari labanya. Jadi berapa laba BANK “X” tahun itu 5%nya digunakan untuk program CSR sedangkan untuk pemilihan sendiri kita utamakan dari nasabah dahulu yang mengajukan dalam artian gini dari pokoknya ada dari pihak luar mengajukan dulu selama dia nggak mengajukan kita anggap nasabah tersebut tidak terlalu butuh jadi kita alokasikan ke hal yang lain. Biasanya untuk CSR mana sih perusahaan yang tidak mau dikasih CSR jelasnya kan dia mau kan dalam artian banyak yang mengajukan, dalam tahun ini sebenarnya sudah banyak pengajuan cuma belum saya realisasikan karena belum kelihatan laba perusahaan, tapi sebenarnya bisa dilihat kemarin dari laba perusahaan.

Biasanya kita yang kita tentukan paling awal biasanya dari pihak yang diberi CSR dulu yang mengajukan ke kita, selama dari yang bersangkutan tidak mengajukan kita enggak kasih dulu kita prioritaskan yang mengajukan terlebih dahulu.

P: Dalam bentuk proposal ?

J: Iya ada proposal terlebih dahulu, jadi ada hitam diatas putihnya merka mengajukan, tapi kalau misal nanti dalam satu tahun bener – bener gag ada yang mengajukan baru kita nanti ke nasabah atau mungkin ke perorangan kita baru tawarkan seperti itu. Jadi intinya dari yang pengen mengajukan proposal terlebih dahulu kita tampung semuanya itu baru nanti kita seleksi.

P: cara untuk menjaga komunikasinya bagaimana ya pak?

J: Jadi kan intinya dari yang bersangkutan dia yang mengajukan dalam bentuk proposal dulu, dari proposal kan kita tahu mereka kebutuhannya apa darisektor apa yang perlu kita bantu dan seberapa besar nilai CSR yang mau kita berikan, Cuma ya nanti kita juga ada perhitungan dalam arti gag

semuanya yang dia ajukan itu kita kabulkan Cuma kadang ya bisa dari yang mereka ajukan kadang kita lebihkan bisa. Cuma ya dengan pertimbangan tertentu ya misalnya lobi bisa politik juga bisa

P: Sarana Komunikasinya?

J: Dia kan mengajukan proposal ni ke kita, kita biasanya membalasnya dengan surat, itu aja sih. tindaklanjutnya dari proposal itu

Proposal masuk kita komunikasi person by person jadi kontak personnya sana siapa dengan siapa kita bicarakan tentang pengajuan. Katakanlah pengajuannya dengan proposal itu RABnya 100 Juta untuk pembangunan, jadi habis itu kita datangi untuk bernegosiasi, jika deal (red: negosiasi nilainya) baru dihitung diusulkan ke wilayah tapi ya dengan hitungan ya. jadi tetap kita hitung *cost and benefitnya* biaya untung rugi dengan kita memberikan CSR itu jadinya. Jadi biasanya media komunikasi hanya surat menyurat, face to face dan mobile phone.

P: *Face to face* iya pak?

J: *Face to face* iya dari awal calon penerima habis itu kita teruskan ke kantor wilayah dengan pertimbangan kita, dengan pertimbangan itu kedepannya juga kita masukkan ni, kedepannya apa yang pengen kita raih dari nasabah itu. Jadi maksudnya biasanya kalausekarang modelnya adalah feedback. Feedback kan umpan balik ya. Kita memberikan CSR jadi Nasabah tersebut mau membantu apa utk BANK "X". Dalam arti untuk misalkan contohnya katakanlah dana operasionalnya masuk BANK "X", Gaji Karyawan masuk BANK "X", apa yang bisa di maukan BANK "X".

Jadi maksudnya BANK "X" membantu ya, bukan meminta

P: Kalau CSR yang di salurkan pada tahun 2015 lalu apa pak?

J: Dalam bentuk sarana dan prasarana ibadah nilainya 10jt, Go green pembuatan taman dsb: Unmuh 75jt, Go green 28 jt dan 15 juta, Untuk kesehatan 50jt, Sarpras sekolah 65 jt

P: Kalau tahun 2016?

J: Belum ada sampai dengan sekarang, Masih direncanakan.

P: Apakah Program CSR ini diangkat ke media pak?

J: Kalau kita hanya biasanya Cuma internal aja Cuma antara BANK “X” dan Nasabah yang dikasih itu. Dalam arti kesepakatan dan ekspor yang berhak tahu ya hanya ini aja. Cuma nanti kalau dr pihak luar pengen mengekspor dalam arti ingin mengetahui hal tersebut ya kita kasih. Cuma selama ini kita ngga pernah memberikan apa mengfloor kan itu ke media massa.

P:Kenapa ya pak? padahal bisa menambah brand imagenya?

J:Sebenarnya ya bisa, menambah power, bargaining juga bisa.

P: Kenapa kok tidak pak?

J:Gini pertimbangannya yang pertama sebenarnya dari perusahaan itu hanya mengeluarkan 5% dari laba perusahaan, jadi takutnya jika suatu saat kita floorkan di media, maka akan bermunculan (red: permintaan) yang lainnya kita kan tidak bisa menjanjikan terlalu banyak ya mungkin dalam arti instansi lain biasanya akan berdatangan satu persatu.

P:melakukan permintaan ya?

J:Iya, takutnya dengan kita memberikan share hanya 5% takutnya nanti hanya menerima aja (red: proposal) tapi gag bisa mengasih.

P: Jadi pak di bank X itu kita menjumpai ada CSR yang memasang CI yang besar dan diberitakan, jadi di bank BANK “X” saya searching kok gag ada ya pak?

J:Gag ada, kan masing – masing instansi atau perusahaan memiliki kebijakan sendiri terkait informasi tersebut, jadi kita jarang memberikan apa istilahnya mengekspos dana CSR kita.

P: Ada saingan besar – besaran (red: Nilai) CSR gag pak?

J:Kalau saingan besar- besaran dalam CSR gag ada kalau misalnya ada instansi lain yang memberikan ya monggo. Cuma dalam arti gini biasanya kan kita ee murni ya sebenarnya dana – dana murni sosial tapi dalam kenyataannya sering dipakai untuk meraih potensi bisnis yang ada di instansi tersebut. tau maksudnya? Jadi gini saya memberikan dana ke instansi A harapan BANK “X”, si A ini memberikan feedback ke BANK “X”. Potensi bisnis apa andalannya untuk dikasih ke BANK “X”. Contohnya aku ngasih CSR ke unmu ya kan? Gag mungkinlah BANK “X” sebagai perusahaan benefit hanya memberikan saja, jelasnya BANK “X” kan memberikan umpan balik ke

instansi tersebut. ee unmuh kira – kira dengan saya kasih CSR potensi apa yang bisa dikasih ke BANK “X”? Misalkan ni gaji pegawai masuk ke BANK “X” pembayaran beasiswa masuk ke BANK “X”. Cuma kadang ya bisa jor – joran (red: bersaing besar-besaran) masalah CSR bisa Cuma kadang BANK “X” tidak terlalu mengeksplor hal tersebut. jadi sebatas kemampuan saja jadi BANK “X” mamu segini dengan itungan kita mendapatkan feedback ini jadi ya nggak usah besar – besar. Jadi intinya BANK “X” tidak pernah mengeksplor apa yang BANK “X” berikan ke Nasabah tersebut. tapi jika nasabahnya menghendaki untuk di eksplor ke media massa ya monggo. Kalau kita engga pernah.

P: tidak merasa rugi pak?

J: Karena kita memberikan CSR ini telah kita perhitungkan untung dan ruginya. Maksudnya gini kita memberikan CSR ke UNMUH 75Jt biasanya kita sudah perhitungkan, sebenarnya sosial kan? Cuma kita ujung – ujungnya tetap kita hitungnya *cost and benefit* untung ruginya. Kita memberikan CSR ke Unmuh ini sudah kita perhitungkan sebelumnya dengan posisi sekarang. Kira –kira potensi bisnis apa yang sekarang digarap oleh BANK “X” ke UNMUH dengan kita memberikan ini intinya rugi atau tidak. Jadi pemberian CSR itu sebenarnya sudah kita hitungkan dari hasil kerjasama. Contohnya pembayaran mahasiswa dan lain – lain. Rugi atau tidak dengan BANK “X” memberikan CSR ini. Jadi kita sudahantisipasi sebelumnya layak atau tidak dalam arti kita memberikan dulu lalu kita hitung engga. Jadi kita hitung dulu Cost and benenefit layak gag unmuh dikasih CSR sebesar ini, kan gitu. Tapi kadang pertimbangan kita di cabang masih dipertimbangkan lagi oleh kantor wilayah. Jadi misalnya kita mengusulkan 250 juta tapi yang keluar 75juta. Dengan 250Jt itu sebenarnya kita sudah untung dengan memberikan CSR 250 Jt dan potensi unmuh yang notabene sudah berjalan dalam arti pembayaran mahasiswa dan sebagainya itu sbenarnya kita sudah untung Cuma kantor wilayah berkehendak lain dengan memotong menjadi 75Jt. Kita kan sudah tidak bisa apa – apa yang mengeluarkan sana kok. Cuma kan kita hanya mengusulkan saja.