

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH PADA PROGRAM  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK  
RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG MANNA  
KABUPATEN BENGKULU SELATAN**



**S K R I P S I**

Diajukan Oleh:

**ANISA RAHMA PUTRI**

**NPM. 2261201085**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

**2026**

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG MANNA KABUPATEN BENGKULU SELATAN**



**S K R I P S I**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

**Diajukan Oleh:**

**ANISA RAHMA PUTRI  
NPM. 2261201085**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU  
2026**

# PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

## PENGARUH PERSEPSI NASABAH PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG MANNA KABUPATEN BENGKULU SELATAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Kamis  
Tanggal : 5 Maret 2026

### SKRIPSI


Diajukan Oleh:

**ANISA RAHMA PUTRI**  
**NPM. 2261201085**

Dewan Penguji:

- |                                       |         |                                     |
|---------------------------------------|---------|-------------------------------------|
| 1. Dr. Drs. Onsardi, M.M              | Ketua   | (.....<br><i>[Signature]</i> .....) |
| 2. Reni Indriani, S.E., M.M           | Anggota | (.....<br><i>[Signature]</i> .....) |
| 3. Dr. Meilaty Finthariasari, SE., MM | Anggota | (.....<br><i>[Signature]</i> .....) |

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
*[Signature]*  
**Furqonti Ranidiah, S.E., M.M**  
NIDN/ 0208047301

## PERSETUJUAN SKRIPSI

# PENGARUH PERSEPSI NASABAH PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG MANNA KABUPATEN BENGKULU SELATAN



## SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**Anisa Rahma Putri**  
NPM. 2261201085

Disetujui oleh:  
Pembimbing

**Dr. Meilaty Finthariasari, SE., MM**  
NIDN: 0226058802

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



**Furgonti Ranidiah, S.E., M.M**  
NIDN: 0208047301



## SERTIFIKASI

Saya **Anisa Rahma Putri** bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri atas bimbingan Dosen Pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karena Karya Ilmiah ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan karya ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, 24 Februari 2026



**ANISA RAHMA PUTRI**  
**NPM. 2261201085**

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

- ❖ Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan (Q.S Al-Insyirah: 5-6).
- ❖ Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah (Nabi Muhammad SAW).
- ❖ Ilmu tanpa amal adalah sia-sia, amal tanpa ilmu adalah kesesatan (Imam Al-Ghazali).
- ❖ Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu (Anisa Rahma Putri).

### **PERSEMBAHAN**

#### **SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK:**

- ❖ Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis.
- ❖ Kedua orang tua ku tercinta Bapak Romi dan Ibu Darwati yang telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, serta selalu mendoakan penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua ku yang selalu mengusahakan untuk anaknya untuk menjadi sarjana, walaupun beliau tidak merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan.
- ❖ Kepada ibu Dr. Meilaty Finthariasari, SE., M.M selaku dosen pembimbing saya, terima kasih sebesar-besarnya atas waktu, kesabaran, dan perhatian yang ibu berikan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih juga telah mempermudah setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Kakaku tersayang Susan Efrina yang telah memberikan banyak bantuan baik moral maupun materil demi terselesainya pendidikanku ini.
- ❖ Ponakanku tersayang yang selalu mendoakan penulis hingga bisa semangat untuk proses pengerjaan skripsi
- ❖ Keluarga Besar ku yang tak henti-hentinya memberikan dorongan dan selalu mendoakan kesuksesan ku dalam menggapai cita-cita.
- ❖ Untuk Sahabat SMPku Radhya dan Shafira, terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik serta yang selalu setia memberi bantuan dan selalu memberi dukungan kepada penulis untuk mengerjakan skripsi ini.

- ❖ Sahabat kampusku Leonita, Hili, Shinta yang selalu setia memberikan bantuan dan dorongan demi terselesainya pendidikan ku ini.
- ❖ Teruntuk inisial “w” yang selalu menemani dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi, maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini.
- ❖ Terima kasih kepada satu sosok gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan hati kecil tetapi dengan impian besar. Terima kasih kepada peneliti skripsi ini yaitu diriku sendiri, Anisa Rahma Putri. Anak bungsu dan harapan orang tuanya. Terima kasih telah hadir di dunia ini, dan telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan orang lain. Walau terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan. Jangan lelah untuk tetap berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dimanapun dirimu sebagai sosok yang bermanfaat untuk dirimu sendiri maupun orang lain. Aku berdoa semoga langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.
- ❖ Ibu Dekan, Dosen, dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
- ❖ Almamater kampus yang telah menempahku selama ini.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Bri Cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan”. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau, para sahabatnya, serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya pihak-pihak yang membantu dan berkontribusi dalam proses penyusunan proposal skripsi ini. Untuk itu dengan rasa tulus dan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Ibu Dr. Meilaty Finthariasari, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar membimbing Penulis sehingga penyusunan proposal ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang sudah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan proposal Skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah

membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan dan kemurahan hati mereka.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran. Semoga proposal penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang

Kota Bengkulu, Maret 2026

Hormat saya,

Anisa Rahma Putri  
NPM. 2261201085

## ABSTRAK

### **Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Rakyat Indoneisa (BRI) Cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.**

Oleh :  
**Anisa Rahma Putri<sup>1</sup>**  
**Dr. Meilaty Finthariasari<sup>2</sup>**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra Perusahaan pada Bank Rakyat Indoneisa (BRI) cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, populasi penelitian adalah nasabah Bank BRI Cabang Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan yang menerima dan mengetahui program CSR yang dilaksanakan oleh bank BRI cabang Manna sebagai objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan kousioner. Sedangkan Teknik analisis data menggunakan anlisis deskriptif dengan regresi linier sederhana menggunakan SPSS dan analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini berarti semakin baik persepsi nasabah pada program CSR yang dijalankan, maka semakin baik citra perusahaan Bank BRI Cabang Manna di mata nasabah. Penelitian ini menegaskan bahwa pelaksanaan program CSR yang tepat sasaran, berkelanjutan dan informasi yang jelas kepada nasabah dapat meningkatkan persepsi positif dan memperkuat citra perusahaan. Oleh karena itu, Bank BRI Cabang Manna disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan pelaksanaan program CSR yang berkelanjutan agar manfaatnya dapat dirasakan secara luas oleh Masyarakat yang membutuhkan.

**Kata Kunci:** Persepsi Nasabah, *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan

## ABSTRAK

### **Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank Rakyat Indoneisa (BRI) Cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.**

Oleh :  
**Anisa Rahma Putri<sup>1</sup>**  
**Dr. Meilaty Fintahariasari<sup>2</sup>**

This study aims to determine the effect of customer perceptions of corporate social responsibility (CSR) programs on the image of Bank Rakyat Indoneisa (BRI) Manna branch in South Bengkulu Regency. This study is a descriptive study, and the research population consists of Bank BRI customers in Manna, South Bengkulu Regency, who have received and are aware of the CSR programs implemented by Bank BRI's Manna branch as the object of the study. The data collection techniques used were observation, interviews, and questionnaires. Meanwhile, the data analysis techniques used descriptive analysis with simple linear regression using SPSS and analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>).

The results of the study indicate that customer perceptions of corporate social responsibility (CSR) programs have a positive and significant effect on the company's image. This means that the better the customer's perception of the CSR program, the better the image of Bank BRI Manna Branch in the eyes of its customers. This study confirms that the implementation of targeted, sustainable CSR programs and clear information to customers can increase positive perceptions and strengthen the company's image. Therefore, Bank BRI Manna Branch is advised to continue to maintain and improve the implementation of sustainable CSR programs so that the benefits can be felt widely by the communities in need.

**Keywords:** *Customer Perception, Corporate Social Responsibility, Corporate Image*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPEL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN SERTIFIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II     STUDI PUSTAKA</b>	
2.1 Deskripsi Konseptual .....	11
2.1.1 Theory Stakeholder .....	11
2.1.2 Persepsi Nasabah.....	12
2.1.2.1 Pengertian Persepsi Nasabah.....	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah .....	13
2.1.2.3 Indikator Persepsi Nasabah .....	14
2.1.3 Citra Perusahaan.....	17
2.1.3.1 Pengertian Ciitra Perusahaan .....	17
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan.....	18
2.1.3.3 Indikator Citra Perusahaan .....	19
2.1.4 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	25
2.4 Definisi Operasional.....	26

2.5 Hipotesis Penelitian.....	28
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	29
3.2 Jenis Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel .....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4.1 Observasi.....	31
3.4.2 Kusioner .....	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	42
4.1.2 Karakteristik Responden Penelitian .....	44
4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian ..	51
4.1.4 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
4.1.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	59
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	60
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Defenisi Oprasional.....	26
3.1 Skala Likert.....	32
3.2 Kategori Penilaian.....	34
3.3 Hasil Uji Validitas.....	36
3.4 Hasil Uji Reabilitas.....	38
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Menerima Dan Mengetahui CSR.....	49
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan.....	51
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Nasabah.....	55
4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	56
4.8 Nilai Koefisien Determinasi.....	59
4.9 Hasil Uji Parsial .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.2 Kerangka Konseptual.....	25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner Penelitian
2. Identitas Responden
3. Daftar Pernyataan
4. Tabulasi Uji Coba Responden
5. Output SPSS Uji Validitas Dan Reabilitas
6. Hasil Analisis Data Penelitian
7. Dokumentasi Penelitian

# BAB I

## LATAR BELAKANG

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk menjadi yang lebih unggul, Setiap Persaingan industri perbankan di era globalisasi semakin menuntut setiap bank untuk menjaga keberlanjutan kinerja keuangan. Keberlanjutan keuangan mencerminkan kemampuan bank mempertahankan stabilitas operasional jangka panjang dengan mempertimbangkan faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perusahaan juga berlomba-lomba untuk bersaing agar mendapatkan penilaian terbaik dari masyarakat yaitu dengan salah satu strategi yang diyakini mampu memperkuat kinerja tersebut adalah penerapan *corporate social responsibility* (CSR) yakni komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya. Perbankan memiliki peran strategis karena bank sebagai lembaga keuangan sering kali dianggap sebagai entitas yang kuat secara ekonomi, sehingga diharapkan berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan (Putra et al., 2023).

*Corporate social responsibility* merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat (Kholis, A 2020). Di Indonesia, *corporate social responsibility* (CSR) diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Dalam konteks perbankan, *corporate social responsibility* (CSR) membantu bank membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat, mengurangi risiko reputasi, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis (Daniri dan Hakim 2018).

Kabupaten Bengkulu Selatan merupakan daerah dengan ekonomi berbasis pertanian, perkebunan, dan perikanan, di mana tingkat kemiskinan masih tinggi sekitar 17,51% (BPS, 2023). Berdasarkan Berita Radar Kaur (2021) Bank BRI Cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan aktif melaksanakan program *corporate social responsibility* (CSR) melalui inisiatif BRI peduli sejak tahun 2018 lalu seperti alat penanganan covid-19, pembangunan toilet musolla pesantren, pengadaan gerobak untuk pelaku usaha, seperti pengadaan tempat tidur pasien mikroskop kursi roda untuk RSUHD BS, serta pemerataan umkm berkelanjutan dengan membentuk umkm berkelanjutan yaitu memberikan bantuan kepada umkm, memberikan Beasiswa Indonesia Cerdas (BIC) untuk mahasiswa hingga membantu biaya perkuliahan mahasiswa dan tentunya dapat mewujudkan generasi Indonesia cerdas, memberikan bantuan pendidikan kepada pelajar seperti BRI menyalurkan puluhan paket perlengkapan belajar kepada siswa sd. Bantuan tersebut mencakup tas ransel, buku tulis, serta alat pendukung belajar (Harian Bengkulu Ekspres, 2025). BRI Kanca Manna juga memberikan bantuan dari program TJSL BRI peduli untuk Ponpes Tahfidz Al Quraniyah, yang telah berhasil merenovasi sarana prasarana perpustakaan Ponpes Tahfidz Al Quraniyah. Renovasi tersebut dengan konsep modern yang dilengkapi dengan sarana prasarana pendukung, yaitu seperti laptop, pendingin ruangan, rak buku,

ada juga bantuan tempat tidur siswa ponpes, meja dan kursi perpustakaan (Harian Bengkulu Ekspres, 2024). Kemudian memberikan bantuan sosial dan PKH, santunan ke panti asuhan, penyaluran program pemerintah seperti bantuan PIP.

Citra perusahaan merupakan persepsi yang ada didalam benak konsumen terhadap suatu perusahaan yang akan menjadi dasar perilaku selanjutnya. Citra perusahaan sangat penting dalam membangun kepercayaan kepada konsumen dan juga kesan, perasaan, gambaran atau persepsi publik atau nasabah terhadap organisasi atau perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi seseorang/publik terhadap perilaku perusahaan maupun perilaku perorangan yang ada dalam perusahaan berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan dan simpan dalam ingatan melalui pelayanan, kualitas produk, dan sebagainya (Syabanita Elida dan Berliana Putri 2020).

Persepsi nasabah pada program CSR merupakan faktor kunci dalam membentuk citra perusahaan, yang mencakup reputasi, kepercayaan, dan loyalitas merek. Persepsi nasabah merupakan suatu proses kognitif yang melibatkan seseorang memilih mengkoordinasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Persepsi nasabah menyebabkan orang menyukai, mempercayai, dan berbagi pengalaman positif atau negatif dengan lingkungannya. Dengan demikian, persepsi nasabah menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam membangun kepercayaan yang terbangun pada nasabah (Mauludin et al., 2022). Persepsi nasabah memegang peran penting pada pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra

perusahaan di sektor perbankan, karena citra *corporate social responsibility* (CSR) tersebut mencerminkan penilaian publik terhadap kredibilitas, keamanan, serta mutu layanan yang diberikan oleh bank dalam upaya untuk mengurangi kesenjangan sosial yang terjadi di Masyarakat (Widjaja, 2025).

Penelitian ini berlandaskan pada tiga teori utama, yaitu Teori *Stakeholder* yang menjelaskan bahwa penerapan *corporate social responsibility* wujud dari Perusahaan menunjukkan komitmennya dan tanggung jawabnya yang tidak terbatas pada pemegang saham saja, melainkan mencakup seluruh pemangku (*Stakeholder*) termasuk karyawan, konsumen, Masyarakat, dan lingkungan. *Consumer Perception Theory* menurut Schiffman & Kanuk, (2010) yang menjelaskan bahwa persepsi nasabah merupakan proses psikologis di mana individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan atau informasi yang diterimanya sehingga membentuk penilaian, pandangan, serta makna tertentu terhadap produk, layanan, maupun perusahaan. Serta *Corporate Image Theory* menurut Kotler & Keller (2016) yang menjelaskan bahwa citra perusahaan merupakan seperangkat dari keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seorang nasabah terhadap suatu perusahaan ketiga teori ini memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk menjelaskan bagaimana persepsi nasabah dapat saling memperkuat dalam mempengaruhi citra perusahaan pada bank bri cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh persepsi konsumen pada pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) dan dampaknya pada citra perusahaan. Menurut Putra et al. (2023),

kegiatan CSR dan persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan di PT Pegadaian Denpasar. Namun, penelitian tersebut berfokus pada sektor jasa non-perbankan dan tidak menjelaskan secara rinci dimensi persepsi konsumen terhadap CSR dalam konteks perbankan. Sementara itu, Menurut Harni dan Azis (2018) kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Bank Danamon Indonesia Tbk terbukti memberikan pengaruh positif terhadap citra perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR yang dijalankan secara baik tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan pandangan masyarakat terhadap Bank Danamon, sehingga citra perusahaan menjadi lebih positif. Namun, penelitian ini masih berfokus pada satu variabel bebas yaitu CSR, sehingga belum mengkaji peran persepsi konsumen atau masyarakat secara lebih rinci dalam membentuk citra perusahaan, serta belum mengukur apakah keberlanjutan program CSR tersebut mempengaruhi citra dalam jangka panjang. Selanjutnya, penelitian Riyani dan Abdullah (2024) menemukan bahwa masyarakat menilai program CSR PT Anugerah Bara Kaltim berdampak positif terhadap kesejahteraan sosial, meskipun pelaksanaannya masih bersifat sementara dan belum berkelanjutan. Penelitian ini memperlihatkan pentingnya persepsi masyarakat terhadap keberlanjutan program CSR, tetapi belum mengaitkannya dengan pembentukan citra perusahaan secara empiris.

Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat *research gap* dalam penelitian terkait pengaruh persepsi konsumen pada program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan pada bank BRI cabang Manna Kabupaten

Bengkulu Selatan. Penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada implementasi *corporate social responsibility* (CSR) pada sektor non-perbankan, seperti industri pertambangan dan jasa perdagangan, serta berfokus pada aspek reputasi dan kepercayaan, bukan pada citra perusahaan lembaga keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi penelitian untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh persepsi konsumen pada program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap pembentukan citra perusahaan, terutama pada Bank BRI Cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Sebagai institusi keuangan milik negara yang memiliki peran signifikan dalam kegiatan sosial dan ekonomi masyarakat, BRI perlu mengetahui sejauh mana program *corporate social responsibility* (CSR) yang dijalankan dipersepsikan secara positif oleh nasabah, serta bagaimana persepsi tersebut berkontribusi terhadap penguatan citra perusahaan dimata publik.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada nasabah bank BRI cabang Manna Bengkulu Selatan, penulis menemukan banyak nasabah yang sudah menerima serta memanfaatkan program *corporate social responsibility* (CSR) dari bank BRI cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, bahkan sudah digunakan sebagai modal usaha dan dijadikan sebagai sarana tempat jualannya. Akan tetapi, pemahaman masyarakat terhadap program *corporate social responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Bank BRI Cabang Manna masih beragam. Dimana sebagian nasabah menyatakan tidak mengetahui secara jelas bentuk-bentuk kegiatan (CSR) telah dilakukan, sehingga mereka tidak dapat menilai sejauh mana program tersebut memberikan manfaat bagi lingkungan

sekitar. Di sisi lain, terdapat pula nasabah yang menyatakan bahwa kegiatan CSR lebih sering dilakukan oleh kantor pusat, sehingga pelaksanaannya di tingkat cabang belum terlihat secara optimal oleh masyarakat lokal. Fenomena ini menunjukkan, adanya kesenjangan Informasi dan sosialisasi kepada nasabah sehingga terdapat perbedaan persepsi dikalangan nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas program CSR belum maksimal dalam membentuk persepsi positif nasabahnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi dan sosialisasi mengenai program CSR masih perlu ditingkatkan agar masyarakat dapat memahami, merasakan, dan menilai citra perusahaan bank dalam mendukung persepsi konsumen yang positif di daerah tersebut.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan pada bank BRI cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Masih terdapat perbedaan persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Bank BRI cabang Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Sebagian nasabah menilai bahwa program *corporate social responsibility* (CSR) sudah baik dan bermanfaat bagi masyarakat, namun sebagian lainnya menganggap program tersebut belum tepat sasaran atau belum tersosialisasi dengan baik.
2. citra perusahaan Bank BRI cabang manna kabupaten Bengkulu Selatan, terlihat masih adanya anggapan bahwa aktivitas sosial bank belum sepenuhnya dirasakan Masyarakat atau nasabahnya. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan informasi yang jelas dan sosialisasi *corporate Social Responsibility* (CSR) agar mendukung citra positif perusahaan.
3. Belum diketahui secara pasti sejauh mana persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap pembentukan citra perusahaan. Hubungan antara persepsi nasabah atas kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) dengan peningkatan citra perusahaan Bank BRI Cabang Manna Kabupaten Bengkulu selatan masih perlu diteliti untuk memastikan bahwa persepsi konsumen pada program *corporate social responsibility* (CSR) benar-benar berkontribusi terhadap citra perusahaan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti, maka perlu adanya batasan masalah dalam melakukan penelitian yaitu Penelitian ini hanya meneliti mengenai Pengaruh Persepsi Nasabah Pada Program *corporate social responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Bank BRI Cabang Manna Kabupaten Bengkulu selatan. Penelitian ini hanya kepada nasabah yang menerima dan mengetahui program *corporate social responsibility* (CSR) BRI.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah ini adalah Bagaimana pengaruh persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan bank BRI cabang Manna Kabupaten Bengkulu selatan?

### **1.5 Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan bank BRI cabang Manna Kabupaten Bengkulu selatan?

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis, Dengan adanya penelitian ini tentunya dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana persepsi nasabah pada program *corporate social responsibility*

(CSR) dapat mempengaruhi citra Perusahaan, khususnya dalam konteks perbankan konvensional.

2. Bagi Perusahaan, sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan program *corporate social responsibility* (CSR) agar lebih efektif dan tepat sasaran. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap kegiatan sosial yang dilakukan serta memperkuat citra perusahaan agar bisa mencapai target Perusahaan melalui manajemen pemasaran.
3. Bagi Peneliti selanjutnya, Penelitian ini kiranya dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, baik disektor perbankan maupun industri lainnya.