

ABSTRACT

Maintaining and improving the company's reputation is very important for all companies trying to survive among market competitions. There are many ways that can be done to maintain or enhance reputation, such as improving the services or products offered and by highlighting the corporate social responsibility that has been and will be done. Several studies have shown that corporate social responsibility is able to boost the company's reputation itself. Therefore, it is important for a company to carry out its social responsibility. This study aims to see the influence of corporate social responsibility carried out by the banking industry in Indonesia on their own reputation, by involving respondents from three representative banks in Indonesia, namely PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk., PT. Bank Central Asia Tbk., And also PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. By targeting respondents from the three largest banks in Indonesia, it is possible to see the effect of social responsibility on company reputation in Indonesia with a high degree of objectivity

Keywords: Corporate Social Responsibility, Company Reputation, Banking Industry.

INTISARI

Mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan sangatlah penting bagi seluruh perusahaan yang mencoba untuk bertahan diantara persaingan-persaingan pasar. Banyak cara yang bisa dilakukan demi mempertahankan maupun meningkatkan reputasi, seperti memperbaiki layanan atau produk yang ditawarkan dan maupun dengan menonjolkan tanggung jawab perusahaan yang sudah dan akan dilakukan. Beberapa penelitian membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mampu mendorong reputasi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi sebuah perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh industri perbankan di Indonesia terhadap reputasi mereka sendiri, dengan mengikutsertakan responden dari tiga bank representatif di Indonesia yakni PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk., PT. Bank Central Asia Tbk., dan juga PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Dengan menargetkan responden-responden dari tiga bank terbesar di Indonesia, hal ini dapat melihat pengaruh tanggung jawab sosial terhadap reputasi perusahaan di Indonesia dengan tingkat objektivitas yang tinggi.

Kata kunci: Tanggung Jawab Sosial, Reputasi Perusahaan, Industri Perbankan.