

SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)  
Mataram, 16 – 17 Nopember 2013

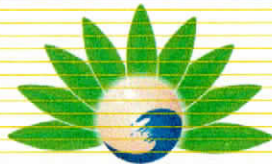
**SERTIFIKAT**

*Diberikan Kepada :*

*Lilik Handayani, SE, M.SA, Ak.*

*Atas Partisipasinya Sebagai :*

*Pemakalah*



BADAN PROMOSI PARIWISATA DAERAH  
NUSA TENGGARA BARAT

Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB  
Ketua,

BADAN PROMOSI PARIWISATA DAERAH  
NUSA TENGGARA BARAT

*Awanadhi Aswinabawa*  
Awanadhi Aswinabawa



Fakultas Ekonomi Universitas Mataram  
Dekan,

*Prof. Drs. H. Thatok Asmony, MBA., DBA.*  
Prof. Drs. H. Thatok Asmony, MBA., DBA.

# PROSIDING

## **Seminar Nasional Pariwisata Hijau dan Pengembangan Ekonomi (Green Tourism and Economic Development)**

**Mataram, 16 - 17 November 2013**

Reviewer :

Prof. Drs. H. Thatok Asmony, MBA., DBA.

Prof. Dr. H. Akram, M.Si.

Prof. Dr. Mansur Afifi

Dr. Prayitno Basuki, MA.

Drs. H. Budi Santoso, M.Com., Ph.D.

Agusdin, SE., MBA., DBA.

Drs. Hermanto, MBA., DBA.

Sulhaini, SE., M.Sc., Ph.D.

Editor :

Imanuella R. Andilolo, M.Sc.

Nur Aida Arifa Tara, SE., M.Si.

Nurabiah, MMSI.

Dr. Handry Sudiarta Athar, SE., MM.



# PROSIDING

## Seminar Nasional Pariwisata Hijau dan Pengembangan Ekonomi (Green Tourism and Economic Development) November 2013

ISBN : 978-979-8911-79-8

### Reviewer :

Prof. Drs. H. Thatok Asmony, MBA., DBA.

Prof. Dr. H. Akram, M.Si.

Prof. Dr. Mansur Afifi

Dr. Prayitno Basuki, MA.

Drs. H. Budi Santoso, M.Com., Ph.D.

Agusdin, SE., MBA., DBA.

Drs. Hermanto, MBA., DBA.

Sulhaini, SE., M.Sc., Ph.D.

### Editor :

Imanuella R. Andilolo, M.Sc.

Nur Aida Arifah Tara, SE., M.Si.

Nurabiah, MMSI.

Dr. Handry Sudiarta Athar, SE., MM.

### Desain Sampul :

© 2013, Fakultas Ekonomi Universitas Mataram

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Diterbitkan pertama kali oleh  
Mataram University Press, Mataram 2013

Online Prosiding : <http://fe.unram.ac.id/Prosiding/>

### Sanksi Pelanggaran Pasal 22 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana maksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah) atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayaat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

**Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.**

Dicetak oleh Mataram University Press  
Isi diluar tanggung jawab percetakan



## KATA PENGANTAR

Terselenggaranya Seminar Nasional Pariwisata Hijau dan Pengembangan Ekonomi (*Green Tourism and Economic Development*) 2013 ini adalah berkat partisipasi dan antusiasme pemakalah dan peserta Seminar dan juga kerja sama yang baik antara Fakultas Ekonomi Universitas Mataram dan Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Provinsi Nusa Tenggara Barat. Seminar ini telah menarik perhatian civitas akademika dari hampir seluruh penjuru Indonesia. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dan instansi terkait tidak luput memberikan perhatiannya. Salah satu harapan dari terselenggaranya seminar ini adalah untuk menyebarkan informasi perkembangan terkini pariwisata dan ekonomi, baik secara nasional maupun global. Harapan lain adalah diperolehnya pemikiran, gagasan, dan evaluasi mengenai keunggulan, kelemahan, peluang, dan tantangan bagi masyarakat dalam menghadapi perkembangan pariwisata dan ekonomi. Prosiding ini dibuat guna mencapai harapan tersebut.

Prosiding ini berisi semua presentasi oral yang dibawakan pada Seminar Nasional Pariwisata Hijau dan Pengembangan Ekonomi (*Green Tourism and Economic Development*) di Mataram, Lombok, pada tanggal 16 November 2013. Subtema meliputi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Manajemen Pariwisata dan *Hospitality*, Aspek Sosial dan Budaya Pariwisata, Ekonomi Pariwisata, dan Dampak Ekonomi Global Terhadap Pariwisata.

Atas nama Panitia Seminar Nasional Pariwisata Hijau dan Pengembangan Ekonomi (*Green Tourism and Economic Development*), kami ucapkan terima kasih kepada semua penulis, reviewer, tim editorial, anggota panitia, Pemda, dan para sponsor atas kontribusi dan partisipasinya dalam Seminar ini.

Mataram, Desember 2013

Imanuella Andilolo  
Ketua Panitia

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	ii
<b>A. MANAJEMEN PARIWISATA DAN HOSPITALITY</b>	
1. Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Perhotelan dan Jasa Wisata <i>Lilik Handajani – Universitas Mataram</i>	1 – 11
2. Realitas Masyarakat Komering Dalam Tradisi Lisan Cerita Rakyat Sebagai Pemertahanan Pelestarian Budaya di Sumatera Selatan <i>Margareta Andriani – Universitas Bina Darma Palembang</i>	12 – 21
3. Strategi Membangun Kepuasan Wisatawan Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Obyek Wisata di Koata Pagaralam <i>Muji Gunarto – Universitas Bina Daarma Palembang</i>	22 – 32
4. Humas, Promosi Pariwisata dan Industri Ramah Tamah <i>Shinta Desiyana Fajarica – Communicaton Studies Universitas Bina Darma Palembang</i>	33 – 42
5. Evaluasi Penggunaan dan Perkembangan Website Pada Industri Pariwisata <i>Affifah – Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang</i>	43 – 52
6. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel XX di Kawasan Pantai Lovina Bali <i>Nyoman Suprastha, Zus Indrawati – Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara Jakarta</i>	53 – 63
7. Peranan Hospitality Industri Dalam Pengembangan Pariwisata Sumatera Selatan <i>Irwan Septayuda – Universitas Bina Darma Palembang</i>	64 – 73
8. Sumber Daya Manusia Strategis Dalam Industri Pariwisata <i>Ade Irma Anggraeni – Program Studi Manajemen FE Universitas Jenderal Soedirman</i>	74 – 80
9. Pemasaran Pariwisata : Perubahan Orientasi Dari Pemasaran Tradisional Menuju Experiential Marketing dan Sustainability Marketing <i>Ari Setiyaningrum – Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta</i>	81 – 94

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)

10. Kehadiran Satwa Liar Laut Dalam Pengembangan Pariwisata di Gili Trawangan, Kabupaten Lombok Utara 95 - 104  
*Imam Bachtiar<sup>1,2</sup>, Gayle Mayes – <sup>1</sup>Pusat Penelitian Pesisir dan Lautan (P3L) Universitas Mataram Indonesia, <sup>2</sup>Jurusan Pendidikan MIPA FKIP Universitas Mataram Indonesia, <sup>3</sup>Sustainability Research Centre, University of Sunshine Coast, Australia*
11. Laporan Pengelolaan Pariwisata Candi Borobudur Melalui Destination Management Organization (DMO) 105 – 116  
*Prof. Dr. M. Yuwana Marjuka, Vita, ST., MM., Sylvia Fettry, SE., SH., M.Si. – Fakultas Ekonomi Universitas Parahyangan Bandung*
12. Investasi Hijau Untuk Pariwisata Hijau 117 – 124  
*S. H. Dialaga, Santi Nururly – <sup>1</sup>Fakultas Peternakan Universitas Mataram, <sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Mataram*
13. Menciptakan SDM Pariwisata Yang Profesional Melalui Diploma IV Pariwisata 125 – 141  
*Akhmad Saufi, SE., M.Bus., Drs. Budi Santoso, M.Com., Ph.D., Dr. Prayitno Basuki, MA., Agusdin, SE., MBA., DBA., Junaidi Sagir, SE., MBA., Prof. Drs. H. Thatok Asmony, MBA., DBA. – Fakultas Ekonomi Universitas Mataram*
14. Pengembangan Kerangka Dasar Pengembangan Sistem Informasi Pemasaran Kepariwisata Untuk Promosi Potensi Pariwisata di Kabupaten Banyumas 142 – 151  
*Rahab, Rawuh Edy Priyono, Supadi, Lasmedi Afuan – <sup>1</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, <sup>2</sup>Jurusan Sosiolog FISIP Universitas Jenderal Soedirman, <sup>3</sup>Jurusan Ilmu Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, <sup>4</sup>Jurusan Teknologi Informasi Fakultas Sain dan Teknologi Universitas Jenderal Soedirman*

**B. ASPEK SOSIAL DAN BUDAYA PARIWISATA**

1. Nilai Budaya Pada Adat Perkawinan Masyarakat Bumi Serasan Sekate Sebagai Upaya Pelestarian Kebudayaan Lokal di Kabupaten Musi Banyuasin 152 – 163  
*Ayu Puspita Indah Sari, M.Pd. – Universitas Bina Dharma Palembang*
2. Bulan Berkunjung Ke Jember Sebagai Alat Untuk Membangkitkan Perekonomian Daerah Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kerakyatan 164 – 174  
*Dr. Siswoyo Hari Santoso, SE., M.Si. – Universitas Jember*
3. Pengendalian Sistem Informasi Pendapatan Daerah di Sektor Green Wisata Untuk Memaksimalkan Pendapatan (Studi Pada Kota Bandung) 175 – 184  
*Elizabeth Tiur Manurung – Universitas Parahyangan*

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)

4. Analisis Pemaknaan “Tari Gending Sriwijaya” Sebagai Unsur Kebudayaan Masyarakat Sumatera Selatan 185 – 193  
*Hastari Mayrita – Universitas Bina Dharma Palembang*
5. Dampak Sosial dan Budaya Pada Destinasi Pariwisata di Gorontalo 194 – 203  
*Dr. Sitti Roskina Mas, MM., M.Pd. – Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Gorontalo*
6. Pariwisata dan Pelestarian Warisan Budaya 204 – 210  
*<sup>1</sup>Dr. Rawuh Edy Priyono, M.Si., <sup>2</sup>Rahab, <sup>3</sup>Lasmedi – <sup>1</sup>Puslit Budaya Daerah dan Pariwisata LPPM Universitas Jenderal Soedirman, <sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, <sup>3</sup>Jurusan Teknologi Informasi Fakultas Teknik Universitas Jenderal Soedirman*

### C. EKONOMI PARIWISATA

1. Multi Wisata di Taman Hutan Raya Bung Hatta : Tinjauan Dampak Terhadap Perekonomian Masyarakat 211 – 220  
*Yossi Suryani – Politeknik Negeri Padang*
2. Permintaan Wisata Alam Pendakian Gunung di Kawasan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango 221 – 238  
*Bambang Siswanto, Soegeng Wahyoedi – Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Karide Wacana Jakarta*
3. Analisis Komparasi Survei Rumah Tangga Terhadap Aspek Keberlanjutan Pada Destinasi Wisata Berbasis Komunitas dan Modal Di Kota Batu 239 – 248  
*<sup>1</sup>Aang Afandi, <sup>2</sup>Candra Fajri Ananda, <sup>3</sup>Ghozali Maski, <sup>3</sup>M., Khusnaini – <sup>1</sup>Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi (PDIE) FEB UB, Dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang, <sup>2</sup>Promotor, Guru Besar PDIE FEB Universitas Brawijaya, <sup>3</sup>Ko-Promotor, Dosen PDIE FEB Universitas Brawijaya*
4. Menggali Potensi Lokal Wilayah Pesisir Pantai (Studi di Daerah Kabupaten Cilacap) 249 – 257  
*Prof. Dr. Rudarti, M.Si., Fafurida, SE., M.Sc. – Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*
5. Pengolahan Buah Pasca Panen Berjangka Panjang dan Pola Pemberdayaan Sinergis Petani Industri 258 – 267  
*<sup>1</sup>Sucihatningsih Dian Wisika Prajanti, <sup>2</sup>Himawan Arif Sutanto – <sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, <sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Semarang Jateng*
6. Identifikasi Keragaman Komoditas Unggulan Untuk Mendukung Pengembangan Sentra Komoditas di Kawasan Agrowisata Kota Semarang 268 – 276  
*<sup>1</sup>Murwaitningsih, <sup>2</sup>Dyah Maya Nihayah, <sup>3</sup>Shanty Oktavilia – <sup>1</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, <sup>2&3</sup>Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Negeri Semarang*

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)

- |     |   |           |
|-----|---|-----------|
| 7.  | Potensi Ekonomi Hortikultur Gunungpati : Peluang dan Ancaman Menuju Terbentuknya Kawasan Agrowisata di Kota Semarang<br><i><sup>1</sup>Dyah Maya Nihayah, <sup>2</sup>Margunani – <sup>1</sup>Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Negeri Semarang, <sup>2</sup>Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Negeri Semarang</i> | 277 – 285 |
| 8.  | Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Usaha Tani Kentang di Daratan Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah<br><i>Y. Titik Haryati, Karsinah – Fakultas Ekonomi Negeri Semarang</i>   | 286 – 296 |
| 9.  | Membuka Gerbang Dieng Sebagai Surga Wisata Jawa Tengah<br><i>Shanty Oktavilia, Avi Budi Setiawan – Fakultas Ekonomi Negeri Semarang</i>   | 297 – 306 |
| 10. | Dimensi Kemiskinan Nelayan di Kawasan Wisata Bahari Pesisir Pancer Kabupaten Banyuwangi<br><i><sup>1</sup>Lilis Yuliati, <sup>2</sup>Ribut Suprpto – <sup>1</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember, <sup>2</sup>Dosen STAI Darussalam Banyuwangi</i>   | 307 – 320 |
| 11. | Peran Pariwisata Terhadap Perekonomian Dalam Upaya Mengurangi Kemiskinan di Provinsi Sumatera Selatan<br><i>Emi Suwarni – Dosen PNS DPK Universitas Bina Darma</i>  | 321 – 330 |
| 12. | Penggalian Potensi Pariwisata Sebagai Alternatif Upaya Mengurangi Meluasnya Dampak Lingkungan di Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi<br><i><sup>1</sup>Achmad Aminullah, <sup>2</sup>Sebastian Viphindirartin – <sup>1</sup>STAI Darussalam Banyuwangi, <sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Unviersitas Negeri Jember</i>               | 331 – 339 |
| 13. | Pengukuran Kinerja Sentra Industri Batik di Tuban Menggunakan Balanced Scorecard<br><i>Dewi Prihatini – Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember</i>  | 340 – 349 |
| 14. | Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Nusa Tenggara Barat<br><i>G. A. Sri Oktaryani – Fakultas Ekonomi Universitas Mataram</i>   | 350 – 360 |
| 15. | Persepsi Wisatawan Yang Berkunjung Ke NTB Terhadap Iklan Promosi Pariwisata NTB<br><i>Lalu Adi Permadi, Sulhaini, G. A. Sri Oktaryani, H. M. Ilhamuddin – Fakultas Ekonomi Universitas Mataram</i>  | 361 – 369 |

**D. DAMPAK EKONOMI GLOBAL TERHADAP PARIWISATA**

- |    |  |           |
|----|--|-----------|
| 1. | Pengaruh Perubahan Perekonomian Global Terhadap Pariwisata Indonesia<br><i>Firmansyah – Fakultas Ekonomi &amp; Bisnis Universitas Diponegoro</i>   | 370 – 383 |
| 2. | Perdagangan Bebas, Pariwisata dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Industri Kecil dan Kerajinan di Kabupaten Gianyar Provinsi Bali)<br><i>Ni Made Tisnawati, SE., M.Si. – Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana</i> | 384 - 393 |



PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)

**E. PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF**

1. Implementasi Kebijakan Pajak Hotel Dalam Upaya Mencapai Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Bogor 394 – 403  
*I Gede Adiputra, Thea Herawati R – Fakultas Ekonomi Tarumanegara Jakarta*
2. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Kebijakan Pengembangannya 404 – 416  
*Desi Ulandari, Siti Komariyah Regina Niken – Universitas Jember*
3. Pemberian Informasi Untuk Pasar Orang Tua Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Perjalanan Wisata Indonesia 417 – 425  
*Galuh Mira Saktiana, Hannes Widjaya – Universitas Tarumanegara*
4. Pengembangan Ekowisata di Kabupaten Malang 426 – 437  
*<sup>1</sup>Arfida Boedirachminarni, <sup>2</sup>Muhammad Sri Wahyudi Suliswanto – Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang*
5. Inovasi Strategi Pemasaran Pariwisata Dengan Aplikasi Video Animasi Upaya Meningkatkan Minat Turis Domestik 438 – 444  
*Yanti Pasmawati, ST., MT. – Program Studi Teknik Industri Universitas Bina Dharma*
6. Karajoan Sorang (KS) : Suatu Model Inovatif Dalam Pengembangan Pariwisata (Studi-Kasus Sumatera Barat) 445 – 456  
*Wilson Gustiawan. – Politeknik Negeri Padang*
7. “Kampung Agro dan Wisata Pendidikan Berbasis Keluasan” (Broad-Based Education Tourism) 457 – 469  
*Lin Yan Syah – Universitas Bina Darma Palembang*
8. The Literatures-Based Approach : Role Of Green Innovation on Tourism Expansion and Economic Development 470 – 481  
*Kardison Lumban Batu – Ph.D. Student in Marketing UNDISIP Semarang, Central Java, Department of Business Administration, Polytechnic State Of Pontianak, West Kalimantan*
9. Pengaruh Pengembangan UKM dan Kota Pagaralam Sebagai Tujuan Wisata Terhadap Inovasi dan Pengembangan Produk Souvenir di Kota Pagaralam 482 – 488  
*Mukran – Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang*
10. Pola Pengembangan Kawasan Agrowisata Kaligua Dengan Public Private Parthership 489 – 498  
*Fafurida, SE., M.Sc., Yozi Aulia Rahman, SE.,M.Sc. – Universitas Negeri Semarang*
11. Pengembangan Green Entrepreneurship Untuk Mendukung Daya Tarik Ecotourism 499 – 510  
*Lalu Edy Herman Mulyono – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mataram*

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT)

12. Pengembangan Desa Wisata di Daerah Kepulauan Terluar : Studi Kasus Dusun Katiyet, Kabupaten Kepulauan Mentawai  
*Muhammad Irfan – Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang* 511 – 524
13. Pengembangan Wisata Edukasi Berbasis Komunitas di Kawasan Bedugul dan Pancasari  
*Prof. Suharta, Prof. Dr. Sariyasa, M.Sc., Drs. Ida Bagus Made Astawa – Universitas Pendidikan Ganesha* 525 – 533
14. Kampung Kreatif Menjadi Wisata Alternatif  
*Muliadi Palesangi – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan* 534 – 541
15. Asean Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2012 – 2015 : An Overview  
*Immanuella Romaputri Andilolo – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mataram* 542 – 551

## **Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Perhotelan dan Jasa Wisata**

Lilik Handajani

Fakultas Ekonomi Universitas Mataram

Email : lilikhanda.mataram@gmail.com

### **Abstrak**

*Semakin meningkatnya masalah-masalah sosial dan lingkungan yang terjadi atas kegiatan operasional dan legitimasi atas eksistensi perusahaan, mengarah pada pentingnya tanggung jawab etis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial agar tetap survive sejalan dengan kepentingan stakeholders. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pelaksanaan dan pelaporan kegiatan CSR perusahaan perhotelan dan jasa wisata yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, dengan menggunakan analisis isi laporan CSR yang dipublikasikan dalam laporan tahunan perusahaan tahun 2012.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua perusahaan cenderung melakukan pelaporan CSR untuk kegiatan sosial dan kemasyarakatan dalam bentuk donasi sosial. Sebagian besar perusahaan (85%) fokus membangun hubungan dengan stakeholder internal (karyawan), namun hanya 62% perusahaan yang memberikan perhatian pada tanggung jawab lingkungan. Beberapa perusahaan (23%) tampak fokus pada upaya pelaksanaan CSR sebagai suatu program berkelanjutan dalam jangka panjang. Sementara sebagian besar lainnya (77%) masih menjalankan CSR sebagai suatu strategi jangka pendek untuk memperoleh legitimasi dalam beroperasi dan membangun citra positif perusahaan untuk peningkatan kinerja ekonomi.*

*Semakin tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, memberikan konsekuensi bagi industri perhotelan untuk mampu membangun hubungan dengan stakeholders dan mengadopsi lebih banyak perhatian dan tindakan yang lebih fokus pada pendekatan responsible tourism untuk perbaikan berkelanjutan dalam jangka panjang. Implikasi praktis bagi industri ini diharapkan dapat menjalankan upaya-upaya CSR berkelanjutan sebagai bagian integral dari aktivitas operasi dan strategi bisnis perusahaan.*

*Kata-kata kunci : CSR, hotel, hubungan stakeholder*

### **Abstract**

*Increasing of social and environment problems arising of corporate operation and corporate existence legitimacy, leads to ethical corporate responsibility not only for economic performance achievement, but also for social and environment performance to maintain company's survival in line with diverse stakeholders interests. The purpose of this study to identify CSR practices of the hotel and tourism services companies listed at Indonesia Stock Exchange. Content analysis approach was used to identify the implementation of CSR activities which published on 2012's corporate annual report.*

*Research findings showed that all of the companies which were analysed tend to perform CSR as social philanthropy in form of charity donation. Most of companies (85%) focus on internal stakeholders (employees), but only 62% of companies give attention to environmental responsibility. Several companies (23%) seem to implement CSR as long-term sustainable program, while others (77%) still perform CSR as a short-term strategy to gain legitimacy and to build a positive image for economic performance enhancement.*

*The rising of public awareness on CSR, has consequences for hotel industry to enrich stakeholder relation and adopt more attention and action focusing on responsible tourism approach to longterm sustainable improvement. Practical implications of CSR implementation is being a sustainable efforts and integral part of corporate activities and business strategy.*

*Keywords : CSR, hotel, and stakeholder relation*

## 1. Pendahuluan

Isu mengenai keberlanjutan semakin mengemuka seiring dengan semakin banyaknya kerusakan lingkungan, pemanasan global maupun berbagai masalah sosial sebagai dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan. Sejalan dengan pemahaman tentang keberlanjutan perusahaan, CSR memberikan suatu perspektif bahwa perilaku perusahaan tidak hanya ditentukan oleh dorongan secara ekonomi tetapi juga dorongan secara sosial (Orij, 2012). Fokus perusahaan tidak hanya untuk kesejahteraan pemilik atau pemegang saham dan mengejar pertumbuhan semata, namun juga memenuhi kebutuhan sosial dan lingkungan, melalui peran strategik dan kompetitif dari tanggung jawab sosial perusahaan (Dincer, 2011).

Studi CSR pada bidang manufaktur telah banyak dilakukan, namun praktik CSR pada perusahaan jasa masih terbatas dan bersifat *voluntary*, meskipun kenyataannya telah banyak perusahaan yang melaporkan aktivitas CSR baik dalam laporan tahunan maupun *website* perusahaan. Jumlah items pengungkapan CSR dan lingkungan dalam *website* perhotelan juga meningkat dari 63% pada tahun 1999 menjadi 139 pada tahun 2007 atau rata-rata pertumbuhan 10,4% per tahun (Kang, Lee dan Huh, 2010).

Sektor pariwisata (*tourism*) merupakan industri yang kompleks, karena melibatkan sekumpulan aktivitas untuk menarik dan menerima kunjungan wisatawan ke suatu wilayah geografis tertentu, serta memberikan layanan terhadap kebutuhan para wisatawan tersebut, melalui penyediaan fasilitas, akomodasi, dan pelayanan yang saling melengkapi (Argandona, 2010). Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI mencatat pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 39, 81%, selama tahun 2008-2012 atau rata-rata 7,96% per tahun. Sementara, kunjungan wisatawan nasional juga menunjukkan potensi peningkatan 37,95% selama kurun waktu tersebut atau rata-rata pertumbuhan 7,59% per tahun. Kondisi ini tidak hanya memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan aspek ekonomi, namun berdampak langsung terhadap aktivitas individu dan masyarakat, nilai-nilai sosial, budaya serta lingkungan.

Semakin banyak perusahaan perhotelan dan jasa wisata yang secara sukarela mengimplementasikan dan mengungkapkan laporan CSR, sementara bukti empiris praktik CSR pada perhotelan dan jasa wisata relatif masih terbatas (Bohdanowicz, 2006), terutama untuk konteks di Indonesia. Studi ini bertujuan mengidentifikasi praktik CSR perusahaan perhotelan dan jasa wisata yang *go public* di Bursa Efek Indonesia,

terutama terkait dengan area pelaporan CSR dan bentuk kegiatan CSR oleh perusahaan. Hasil studi ini diharapkan menjadi studi pendahuluan dan memberikan kontribusi dalam pengembangan studi lebih lanjut mengenai praktik CSR dalam usaha perhotelan dan jasa wisata di Indonesia. Adopsi dan implementasi CSR memberikan implikasi praktis dalam perumusan kebijakan dan strategi CSR sebagai bagian dari aktivitas bisnis perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan dalam jangka panjang, dan bukan hanya motif jangka pendek untuk memaksimalkan laba.

## **2. Telaah Teoretis**

### **2.1. Praktik Pelaporan Tanggung Jawab Sosial**

CSR berkaitan dengan pembuatan keputusan bisnis yang berhubungan dengan nilai etis, ketaatan terhadap hukum dan penghargaan terhadap individu, masyarakat dan lingkungan dalam memenuhi ekspektasi masyarakat terhadap keberadaan perusahaan (*Business for Social Responsibility*). Jucan dan Jucan (2010) mengemukakan empat aspek tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu hukum, etika, ekonomi dan filantropi. Aspek hukum CSR mengacu pada ketaatan terhadap regulasi, sementara aspek etika berkaitan dengan tindakan dan aktivitas perusahaan yang dapat diterima oleh anggota organisasi, komunitas dan masyarakat. Aspek ekonomi memiliki relevansi dengan penggunaan sumberdaya dalam menghasilkan barang atau jasa yang didistribusikan pada masyarakat, dan aspek filantropi berhubungan dengan peran perusahaan dalam memberikan kontribusi pada komunitas lokal dan masyarakat.

Studi KPMG International (2008) mengungkapkan hampir 80% dari 250 perusahaan besar di dunia di 22 negara telah menerbitkan laporan CSR tersendiri dan jumlahnya meningkat 50% pada tahun 2005. Tingkat pengungkapan dalam pelaporan CSR berbeda antar negara dan industri, yang disebabkan perbedaan regulasi CSR dan penegakan hukum dalam pelaksanaannya (Fernandez-Feijoo, Romero dan Ruiz, 2012). Studi lain mengungkap karakteristik kultural mempengaruhi perilaku CSR (Orij, 2010), sementara karakteristik industri yang lebih berisiko terhadap lingkungan cenderung mengungkapkan laporan CSR yang lebih luas dibandingkan industri yang risikonya lebih rendah (Alali dan Romero, 2012). Berkembangnya laporan non finansial (seperti CSR) menjadi tantangan untuk dapat diintegrasikan menjadi bagian dari strategi bisnis.

### **2.2. Motivasi Pelaporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

*Legitimacy theory* mengemukakan upaya perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial harus didukung oleh lingkungan dimana organisasi tersebut berada. Perusahaan dapat kehilangan lisensi untuk beroperasi dalam masyarakat jika melanggar norma dan ekspektasi masyarakat, sehingga perusahaan akan mengadopsi pelaporan tanggung jawab sosial untuk melegitimasi operasinya (Deegan dan Blomquist, 2006). *Signaling theory* memberikan pemahaman bahwa perusahaan yang melakukan donasi sosial dapat menunjukkan *signal* kekuatan keuangannya, karena pemberian sinyal positif kepada *key stakeholder* berdampak pada kinerja keuangan organisasi (Alesandri, Black dan Jackson, 2011). Tindakan strategis CSR merupakan bagian dari proses *signaling* untuk memperoleh reputasi positif perusahaan (Peloza dan Papania, 2008).

Praktik CSR pada perusahaan perhotelan cenderung lebih dimotivasi oleh alasan untuk menciptakan dan menjaga citra positif perusahaan (Kabir, 2011). Hal ini karena investor, pelanggan dan pekerja memberikan penghargaan kepada organisasi yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat dan lingkungan dalam kegiatan operasinya (Heal, 2005). Studi Yu *et al.* (2012) mengungkapkan motivasi manajer menerapkan CSR adalah menghasilkan manfaat jangka panjang untuk memperkuat budaya organisasi dan meningkatkan reputasi perusahaan, serta manfaat jangka pendek untuk mengurangi biaya tenaga kerja dan biaya operasional.

Perusahaan pada industri perhotelan cenderung untuk melaporkan aktivitas CSR yang positif daripada yang negatif kepada *stakeholder* untuk mempengaruhi nilai perusahaan (Kang *et al.*, 2010). Pengungkapan aktivitas CSR yang positif akan meningkatkan citra hotel, sehingga mampu mempengaruhi kinerja finansial melalui ketertarikan lebih banyak pelanggan hotel. Argumentasi berbeda menyatakan bahwa kegiatan CSR seharusnya lebih mengarah pada kegiatan jangka panjang dan menjadi bagian dari aktivitas bisnis perusahaan (Ragodoo, 2010), daripada hanya sebagai upaya jangka pendek untuk mengharapkan profitabilitas (Kang *et al.*, 2010). Pariwisata yang *fair* dan etis, tidak hanya fokus pada konsekuensi ekologi tetapi juga pada konsekuensi sosial, ekonomi dan budaya (WTTC, 2010). Perusahaan diharapkan tidak hanya mendasarkan faktor keuangan semata dalam bisnis, tetapi juga mempertimbangkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang.

### **2.3. Peran CSR dalam Pengembangan *Sustainable Tourism***

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(*GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT*)

Keberadaan perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kesejahteraan dari pemegang saham, tetapi juga melayani kepentingan *stakeholders* (Jones, 2005). *Primary stakeholder* (seperti pelanggan, pemegang saham, pekerja, kreditor dan pemasok) lebih tertarik dengan transaksi ekonomi, sementara *secondary stakeholders* (seperti masyarakat, pemerintah, media serta kelompok kepentingan) tidak terikat pada transaksi ekonomi namun dapat dipengaruhi dan mempengaruhi aktivitas bisnis perusahaan (Yu *et al.*, 2012).

Adopsi masalah lingkungan pada perusahaan perhotelan cenderung dipengaruhi oleh perspektif keunggulan bersaing, mempengaruhi *stakeholder* dan perspektif kognitif manusia (Ayuso, 2006). Selain perbaikan kinerja keuangan melalui penghematan biaya, alasan utama bagi perusahaan untuk menerapkan CSR adalah perilaku *altruistic* untuk meningkatkan daya saing perusahaan (Garay dan Font, 2011). Kenyataannya hanya sebagian kecil perusahaan yang menjalankan CSR sebagai suatu program keberlanjutan, karena sebagian besar perusahaan lebih fokus pada pencapaian memaksimalkan laba daripada fokus pada integrasi keberlanjutan CSR dalam aktivitas bisnisnya (Ragodo, 2010). Bukti dari *emerging market*, menunjukkan bahwa tingkat *responsible tourism management* masih rendah dan perusahaan tidak menginvestasikan waktu dan dana untuk menjalankan praktik ini dengan alasan keterbatasan sumberdaya, persaingan yang ketat, dan kurangnya dukungan dari pemerintah (Frey dan George, 2010).

Ekspansi dan diversifikasi yang cepat pada industri pariwisata telah menstimulasi perubahan dalam dimensi ekonomi, lingkungan, budaya dan sosial yang berdampak positif maupun negatif. Upaya untuk mengembangkan *sustainable tourism* dalam jasa layanan melalui praktik CSR, bertujuan agar perusahaan lebih peduli terhadap lingkungan, menawarkan keunggulan kompetitif dan keberlangsungan ekonomi jangka panjang (Ayuso, 2010). Praktik CSR dalam *responsible tourism* akan meningkatkan kinerja operasional melalui pengurangan biaya operasional, perbaikan citra dan menumbuhkan kesadaran publik, pengembangan SDM, serta pengurangan dampak negatif lingkungan (Jucan dan Jucan, 2010).

Tanggung jawab sosial perusahaan saja tidak cukup untuk menjamin terwujudnya *sustainable tourism*. Oleh karena itu diperlukan intervensi regulasi pemerintah dalam menjamin strategi keberlanjutan perusahaan dimana area lingkungan, sumberdaya lokal, pelayanan inovatif dan *reasonable cost* akan menjadi keunggulan

kompetitif untuk menarik wisatawan dan mengembangkan sektor pariwisata (Jucan dan Jucan, 2010). Prinsip-prinsip keberlanjutan sebaiknya diinternalisasikan menjadi bagian dari proses pembuatan keputusan bisnis dan kegiatan operasional perusahaan.

### 3. Rerangka Analisis

Studi ini menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*) untuk menguji praktik CSR pada 13 perusahaan publik kategori *hotel dan travel service* di Bursa Efek Indonesia. Informasi terkini mengenai praktik CSR pada industri tersebut, dilakukan dengan mengidentifikasi isi laporan CSR yang dipublikasikan pada laporan tahunan perusahaan tahun 2012.

### 4. Hasil dan Diskusi

Perusahaan *hotel dan travel service* mengungkapkan CSR dalam bentuk kegiatan maupun tingkat pelaporan yang beragam. Hanya sekitar 5 perusahaan (39%) yang menyatakan secara eksplisit dalam visi dan misi perusahaan mengenai sinergi CSR dengan bisnis perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa CSR dipertimbangkan dalam perumusan strategi bisnis perusahaan dan menjadi bagian integral dalam kegiatan operasional perusahaan. Sebagian kecil perusahaan (sekitar 23%) perusahaan tampak fokus pada upaya pelaksanaan CSR sebagai kegiatan berkelanjutan perusahaan dalam jangka panjang, meskipun sebagian besar lainnya (77%) masih menjalankan CSR hanya sebagai suatu upaya jangka pendek yang diindikasikan untuk mendapatkan dukungan legitimasi beroperasi.

Tabel 1 : Area Pelaporan CSR Perusahaan Perhotelan dan Jasa Wisata

Area Pelaporan CSR	Jumlah Perusahaan	Persentase (%)
Kegiatan Sosial dan Kemasyarakatan	13(13)	100
Pengembangan SDM	11(13)	85
Tanggung Jawab Lingkungan	8(13)	62
Praktik Ketenagakerjaan dan Lingkungan Kerja	3(13)	28
Tanggung Jawab terhadap Pelanggan	1(13)	8

Sumber : Data Sekunder (diolah)

Hasil identifikasi terhadap area pelaporan CSR disajikan pada tabel 1. Semua perusahaan hotel dan jasa wisata yang dianalisis cenderung fokus pada area sosial dan kemasyarakatan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perhatian pada aktivitas sosial dan kemasyarakatan dapat memenuhi ekspektasi masyarakat atas keberadaan perusahaan, sehingga legitimasi dari masyarakat setempat



PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(*GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT*)

akan diperoleh dan berdampak positif terhadap keberlangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang. Sebagian besar perusahaan (85%) fokus pada perbaikan hubungan dengan *stakeholder* internal (karyawan) dalam bentuk pengembangan SDM. Hal ini karena kemampuan sebuah perusahaan untuk berkembang, bertumbuh, dan mempunyai keunggulan dari para pesaingnya ditentukan oleh kemampuannya dalam menarik, mempertahankan, dan meningkatkan SDM. Pelaporan tanggung jawab terhadap lingkungan hanya dilakukan oleh 62% perusahaan, sementara kurang dari 30% perusahaan yang memberikan perhatian terhadap praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja serta tanggung jawab terhadap pelanggan.

Bentuk-bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam implementasi CSR pada masing-masing kategori area pelaporan disajikan pada tabel 2. Pada area sosial dan kemasyarakatan, aktivitas CSR paling banyak dilakukan dalam bentuk pemberian sumbangan atau donasi untuk kegiatan keagamaan dan sosial (10,53%). Diikuti selanjutnya dengan keterlibatan perusahaan dalam aktivitas pembangunan dan perbaikan sarana umum seperti sekolah dan tempat ibadah sebesar 7,89%. Bantuan kegiatan kemanusiaan dan bakti sosial (seperti donor darah, bencana alam), serta bantuan pendidikan dalam bentuk beasiswa masing-masing berkisar 7%. Sementara aktivitas CSR dalam bentuk program magang dan kunjungan industri serta penyediaan akses dan fasilitas kesehatan untuk masyarakat setempat kurang dari 5%. Temuan ini mengindikasikan perusahaan perhotelan dan jasa wisata cenderung melakukan aktivitas CSR dalam bentuk pemberian donasi untuk program filantropi sosial (*charity*), yang sifatnya relatif jangka pendek untuk memberikan *image* positif sebagai perusahaan yang peduli terhadap masyarakat. Hasil ini mendukung temuan Jucan dan Jucan (2010) bahwa dimensi filantropi dari CSR akan membentuk masyarakat dan lingkungan yang mendukung bisnis, sehingga mampu menarik pelanggan dan pekerja, serta mendapatkan kebutuhan legitimasi dari masyarakat.

Tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan diwujudkan dalam bentuk pengembangan SDM, melalui program pelatihan untuk meningkatkan kompetensi karyawan (8,77%), pengembangan karir dan kompensasi (7,02%), seleksi dan rekrutmen (5,26%), serta manajemen penilaian kinerja (3,51%). Pengembangan SDM perusahaan terutama difokuskan pada program pelatihan karyawan serta pengelolaan karir dan kompensasi. Perbaikan hubungan dengan karyawan melalui pengembangan

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(*GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT*)

keahlian, pengetahuan, dan kemampuan karyawan yang dipadukan dengan program kompensasi dan manajemen karir, diharapkan dapat mempertahankan loyalitas dan retensi karyawan, sehingga menjamin ketersediaan tenaga kerja yang kompeten untuk keberlanjutan operasional perusahaan di masa mendatang.

*Tabel 2 : Bentuk Kegiatan CSR pada Perusahaan Hotel dan Jasa Wisata*

Bentuk Kegiatan CSR	Jumlah	%
<b>Sosial dan Kemasyarakatan</b>		
Sumbangan untuk penyelenggaraan kegiatan keagamaan dan sosial	12	10,53
Pembangunan dan perbaikan sarana umum (sekolah dan tempat ibadah)	9	7,89
Bantuan kemanusiaan dan kegiatan bakti sosial (donor darah, bencana alam)	8	7,02
Bantuan pendidikan anak usia sekolah (beasiswa, santunan anak kurang mampu)	8	7,02
Pemberian kesempatan kunjungan industri dan program magang	3	2,63
Penyediaan akses dan fasilitas kesehatan untuk masyarakat sekitar	1	0,88
<b>Hubungan karyawan /Pengembangan SDM</b>		
Pelatihan karyawan untuk meningkatkan kompetensi karyawan	10	8,77
Pengembangan jenjang karir dan program kompensasi	8	7,02
Seleksi dan rekrutmen berbasis kompetensi	6	5,26
Manajemen penilaian kinerja karyawan	4	3,51
<b>Tanggung jawab Terhadap Lingkungan</b>		
Pelestarian lingkungan sekitar lokasi perusahaan	7	6,14
Manajemen pengelolaan limbah	5	4,39
Pengelolaan dan penggunaan sumber air secara efektif	4	3,51
Pengelolaan sampah dan daur ulang ( <i>recycling</i> )	3	2,63
Edukasi kepedulian lingkungan melalui media massa	2	1,75
Pembangunan dan arsitektur bangunan hotel berwawasan lingkungan	2	1,75
Penghematan energi	1	0,88
<b>Praktik Ketenagakerjaan dan Lingkungan Kerja</b>		
Kesempatan kerja untuk masyarakat sekitar lokasi perusahaan	9	7,89
Program pelatihan kendali mutu dan prosedur operasional standar berkala	5	4,39
Kesehatan dan keselamatan kerja	4	3,51
Kemitraan dengan perusahaan lokal	1	0,88
<b>Tanggung Jawab Terhadap Pelanggan</b>		
Survei kepuasan pelanggan	1	0,88
Jaminan asuransi terhadap risiko wisata baik kelompok maupun perorangan	1	0,88
Jumlah		100

Sumber : Data Sekunder (diolah)

Bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan terutama ditunjukkan dalam aktivitas pemeliharaan pelestarian lingkungan sekitar lokasi perusahaan, seperti kegiatan penghijauan, penanaman bakau (6,14%) dan manajemen pengelolaan limbah (4,39%) serta pengelolaan dan penggunaan air secara efektif (3,51%). *Recycling*, edukasi kepedulian lingkungan melalui media massa, pembangunan dan arsitektur bangunan hotel berwawasan dan ramah lingkungan, serta penghematan energi kurang mendapat perhatian dalam tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan (kurang dari 5%). Di masa mendatang diharapkan semakin tumbuh kesadaran dan perilaku peduli

lingkungan, serta lebih banyak lagi *cost saving* dari penghematan energi dan kegiatan operasional perusahaan yang mempertimbangkan dampak negatif terhadap lingkungan.

Dalam praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, perusahaan memberikan kesempatan kerja terhadap pekerja lokal (7,89%) yang akan memberi dampak perbaikan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Program pelatihan kendali mutu dan prosedur standar operasional secara berkala untuk pencegahan dan penanggulangan risiko kerja (4,39%). Kesehatan dan keselamatan kerja serta program kemitraan dengan masyarakat lokal masih menunjukkan tingkat aktivitas yang rendah (kurang dari 5%). Survei kepuasan pelanggan maupun jaminan asuransi hanya dilakukan oleh sebagian kecil perusahaan (kurang dari 1%), karena perusahaan cenderung mengutamakan pelayanan pra penjualan terhadap pelanggan pada saat promosi daripada pasca penjualan.

## **5.Simpulan dan Saran**

Implementasi CSR pada perusahaan *hotel and travel service* yang *listed* di BEI menunjukkan tingkat pelaporan dan bentuk aktivitas yang beragam. Perusahaan cenderung melakukan praktik CSR dalam perspektif jangka pendek, untuk tujuan membangun citra positif dan melakukan penghematan biaya, dengan mengurangi risiko internal dan eksternal yang mungkin terjadi. Pelaporan CSR terutama difokuskan pada aspek sosial dan kemasyarakatan serta pengembangan SDM internal. Aspek tanggung jawab terhadap lingkungan dan pelanggan, serta praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja belum banyak mendapat perhatian dari perusahaan.

Bentuk aktivitas CSR lebih banyak diarahkan pada perbaikan hubungan dengan *stakeholder* eksternal (dalam bentuk donasi dan *philanthropy* yang bersifat jangka pendek), untuk menjamin kontinuitas usaha dan menghindari risiko sosial yang mungkin terjadi terkait dengan legitimasi atas kegiatan operasional perusahaan. Perbaikan hubungan dengan *stakeholder* internal (melalui pelatihan karyawan) dilakukan untuk menghindari inefisiensi biaya akibat risiko yang mungkin terjadi akibat karyawan yang tidak kompeten. Semakin meningkatnya harapan *stakeholder* terhadap perusahaan, maka penting untuk mempertimbangkan CSR menjadi bagian integral dari aktivitas bisnis perusahaan dan strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dan perbaikan berkelanjutan dalam jangka panjang.

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(*GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT*)

Riset mendatang dapat mengembangkan pendekatan survei dan wawancara untuk mengetahui persepsi manajemen perusahaan, pengguna jasa hotel serta *stakeholder* lainnya terhadap implementasi CSR. Perumusan *best practices* CSR pada sektor jasa perhotelan, akan menjadi tantangan menarik bagi riset mendatang.

### Referensi

- Alali, F. dan S, Romero. 2012. The Use of the Internet for Corporate Reporting in the Mercosur (Southern Common Market)-The Argentina Case. *Advances in International Accounting* 28(1) : 157-167
- Alessandri, T. M. S.S. Black dan W.E. Jackson. 2011. Black Economic Empowerment Transactions in South Africa: Understanding When Corporate Social Responsibility may create or destroy value. *Long Range Planning* 44 : 229-249
- Argandona, Antonio. 2010. Corporate Social Responsibility in the tourism industry. Some lesson from Spanish experience. Working Paper IESE Business School University of Navarra
- Ayuso, Sylvia. 2006. Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: Analysing the experience of Spanish hotels. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 13 : 207-220.
- Bohdanowicz, P., 2006. Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries-survey results. *International Journal of Hospitality Management* 25, 662-682
- Deegan, C. dan C. Blomquist. 2006. Stakeholder influence on corporate reporting: An exploration of the interaction between WWF-Australia and the Australian minerals industry. *Accounting, Organizations and Society* 31(4-5) : 343-72
- Dincer, B. 2011. Do the Shareholders Really Care about Corporate Social Responsibility?, *International Journal of Business and Social Science* 2(10) : 71-76
- Fernandez-Feijoo, B., S. Romero dan S.Ruiz. 2012. Does board gender composition affect Corporate Social Responsibility Reporting?. *International Journal of Business and Social Science* 3(1) : 31-38
- Frey, N. dan R. George. 2010. Responsible Tourism Management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management* 31(5) : 621-628
- Garay, L., dan X. Font. 2011. Doing good to do well? Corporate Social Responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises. *International Journal of Hospitality Management*. doi:10.1016/j.ijhm.2011.04.013
- Heal, G. 2005. Corporate Social Responsibility: an Economic and Financial Framework. *The Geneva Papers*, 30 : 387-409.
- Jones, M. 2005. The traditional corporation, corporate social responsibility and the 'outsourcing' debate. *The Journal of American Academy* 2 : 91-107.
- Jucan, C.N. dan M.S. Jucan, 2010. Social Responsibility in Tourism and Sustainable Development. *Wseas Transactions on Environment and Development*. 10(6) : 677-686
- Kabir, Md. H. 2011. Corporate social responsibility by Swaziland hotel Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 25 : 73-79
- Kang, K.H., S. Lee., dan C. Huh. 2010. Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management* 29(1) : 72-82
- KPMG. 2008. International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2008.
- Orij, J. 2010. Corporate social disclosures in the context of national cultures and stakeholder theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 23 (7) : 868-889

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
PARIWISATA HIJAU DAN PENGEMBANGAN EKONOMI  
(*GREEN TOURISM AND ECONOMIC DEVELOPMENT*)

- Peloza, J., dan L. Papania. 2008. The missing link between corporate social responsibility and financial performance: stakeholder salience and identification. *Corporate Reputation Review* 11 (2) : 169-181.
- Ragodoo, N. 2010. An Investigation of the CSR involvement of Service Providers in the Mauritian Tourism Sector. *International Research Symposium in Service Management*. Faculty of Social Studies and Humanities University of Mauritius
- Yu, D. C., J. Day, H. Adler dan L. Cai. 2012. Exploring the Drivers of Corporate Social Responsibility at Chinese Hotels. *Journal of Tourism Research & Hospitality* 1(4) : 1-10
- [www.bsr.org](http://www.bsr.org)  
[www.budpar.go.id](http://www.budpar.go.id)  
[www.wttc.org](http://www.wttc.org).