



## Digital Receipt

This receipt acknowledges that **Turnitin** received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Lilik Handajani  
Assignment title: Determinan Pengungkapan Tanggu...  
Submission title: Implementasi Corporate Social Res...  
File name: al\_Responsibility\_Pada\_Perusahaa...  
File size: 266.3K  
Page count: 11  
Word count: 3,648  
Character count: 24,616  
Submission date: 23-Jun-2020 04:43PM (UTC+0700)  
Submission ID: 1348505138

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

**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

ISBN : 978-979-8911-79-8

1

# Implementasi Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Perhotelan dan Jasa Wisata

*by* Lilik Handajani

---

**Submission date:** 23-Jun-2020 04:43PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1348505138

**File name:** al\_Responsibility\_Pada\_Perusahaan\_Perhotelan\_dan\_Jasa\_Wisata.pdf (266.3K)

**Word count:** 3648

**Character count:** 24616

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

Lilik Handajani  
Fakultas Ekonomi Universitas Mataram  
Email : lilikhanda.mataram@gmail.com

### **9 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

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

*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 (Pelozo 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)

20

Keberadaan perusahaan tidak hanya untuk maksimalisasi 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 maksimalisasi laba daripada fokus pada integrasi keberlanjutan CSR dalam aktivitas bisnisnya (Ragodoo, 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

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

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

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

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 Spain 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)

- 8  
Pelozo, 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.
- 16  
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
- 19  
12  
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).

# Implementasi Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Perhotelan dan Jasa Wisata

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.multiparadigma.lecture.ub.ac.id">www.multiparadigma.lecture.ub.ac.id</a> Internet Source	2%
2	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
3	<a href="http://link.springer.com">link.springer.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://drmarkcamilleri.com">drmarkcamilleri.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://researchcommons.waikato.ac.nz">researchcommons.waikato.ac.nz</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://www.maaw.info">www.maaw.info</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://onlinelibrary.wiley.com">onlinelibrary.wiley.com</a> Internet Source	1%
8	Daysen Govender, Russell Abratt. "Multiple Stakeholder Management and Corporate Reputation in South Africa", International	1%

# Studies of Management & Organization, 2016

Publication

---

9	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
10	<a href="http://journals.sagepub.com">journals.sagepub.com</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://eprints.whiterose.ac.uk">eprints.whiterose.ac.uk</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://espace.curtin.edu.au">espace.curtin.edu.au</a> Internet Source	1%
13	<a href="http://www.gbmr.ioksp.com">www.gbmr.ioksp.com</a> Internet Source	1%
14	Marchoo, Witchuta, Ken Butcher, and Mike Watkins. "Tour Booking: Do Travelers Respond to Tourism Accreditation and Codes of Ethics Initiatives?", <i>Journal of Travel &amp; Tourism Marketing</i> , 2014. Publication	1%
15	<a href="http://riico.net">riico.net</a> Internet Source	1%
16	<a href="http://docplayer.net">docplayer.net</a> Internet Source	<1%
17	Submitted to Leeds Metropolitan University Student Paper	<1%

---

18	<a href="http://hernita-f.blogspot.com">hernita-f.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
19	Submitted to University of Nicosia Student Paper	<1%
20	Submitted to University of South Australia Student Paper	<1%
21	Nikunja Mohan Modak, Nilkanta Modak, Shibaji Panda, Shib Sankar Sana. "Analyzing structure of two-echelon closed-loop supply chain for pricing, quality and recycling management", Journal of Cleaner Production, 2018 Publication	<1%
22	Submitted to Napier University Student Paper	<1%
23	<a href="https://pdfs.semanticscholar.org">pdfs.semanticscholar.org</a> Internet Source	<1%
24	<a href="http://e-journal.polnes.ac.id">e-journal.polnes.ac.id</a> Internet Source	<1%
25	"Corporate Social Disclosure", Springer Science and Business Media LLC, 2015 Publication	<1%
26	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
27	Anjang Priliantini, Erna Herlina, Anter Venus.	<1%



"Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) "PLN Peduli" (Studi Kasus di Kantor Pusat PT. PLN (Persero))", Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 2019

Publication

---

28

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

<1%

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On