

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Industri pariwisata dunia terus mengalami penurunan yang signifikan akibat pandemi virus corona atau yang lebih dikenal dengan Covid-19 (www.republika.co.id, 2020). Pariwisata Indonesia, terutama industri perhotelan juga terkena imbas dari pandemi virus corona ini. Hingga tanggal 7 April 2020 sudah ada 1.500 hotel di seluruh Indonesia yang terpaksa tutup karena rendahnya tingkat hunian (Kusubandio, 2020 dalam www.detik.com, 2020). Pemerintah menghimbau masyarakat untuk tidak berpergian dan melarang masyarakat untuk mudik untuk memutus rantai penularan virus Covid-19. Hal ini mengakibatkan penurunan drastis terhadap tamu yang menginap dan berpergian. Rendahnya tingkat hunian tidak dapat menutupi tingginya biaya operasional sehingga hotel-hotel terpaksa menutup bisnisnya selama pandemi ini berlangsung.

Soekadijo (2000) mengimplikasikan hotel merupakan bagian yang tidak bisa terpisahkan dari industri pariwisata. Hotel merupakan penyedia jasa penginapan, makanan dan pelayanan-pelayanan umum lainnya yang dikelola secara komersial (Sulastiyono, 2001). Selain mengelola usaha secara komersial untuk meraup keuntungan, hotel sebagai pelaku bisnis juga dituntut untuk memperhatikan aspek sosial. Dikatakan oleh Wibisono (2007; dalam Majid, 2012) bahwa sudah cukup fakta yang menunjukkan bagaimana resistensi masyarakat sekitar yang tampak terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan dan acuh terhadap isu-isu sosial. Hal ini disebabkan oleh

masyarakat yang semakin peka dan melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Dengan mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan tidak hanya mengutamakan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga memperhatikan isu-isu sosial yang terjadi di masyarakat sekitar.

Pemerintah juga menetapkan undang-undang untuk mendukung keberlangsungan tanggung jawab sosial perusahaan yang tertulis pada Undang-Undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.” Apabila ketentuan tersebut tidak terapkan oleh pelaku usaha, maka akan ada sanksi yang akan dijatuhkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Program tanggung jawab sosial perusahaan ini juga dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* atau CSR.

Definisi dari *Coorporate Social Responsibility* sendiri telah banyak didefinisikan oleh banyak kelompok dan ahli. Banyak cara pandang dan pengertian berbeda tentang CSR. Kotler & Lee (2005) menginterpretasikan CSR seperti sebuah komitmen mengembangkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang diskresioner serta kontribusi sumber daya perusahaan. Elemen penting dari interpretasi ini terletak di kata diskresioner yang sebenarnya bukan mengarah pada praktik bisnis yang taat hukum atau bermoral namun lebih memusatkan pada komitmen sukarela (diskresioner) suatu bisnis dalam memutuskan dan mengimplementasikan suatu praktik bisnis. Komitmen tersebut harus didemonstrasikan agar suatu bisnis dikatakan bertanggung jawab sosial.

Istilah kesejahteraan masyarakat dalam definisi tersebut meliputi keadaan manusia serta masalah lingkungan.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (1995, dalam Kotler & Lee, 2005) CSR adalah suatu komitmen dari pelaku bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan turut andil terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Organisasi *Business for Social Responsibility* (dalam Kotler & Lee, 2005) menyatakan bahwa CSR merupakan upaya mengoperasikan bisnis dengan cara yang memenuhi atau melebihi ekspektasi secara etika, komersil, legalitas yang dimiliki masyarakat terhadap suatu bisnis. Pemaparan ini terbilang cukup luas karena mencakup cara suatu bisnis untuk mengambil keputusan yang terkait dengan persyaratan hukum, nilai etika, dan juga masyarakat dan lingkungan.

Berbagai definisi tentang CSR telah disimpulkan, namun konsep CSR yang umum diaplikasikan yaitu oleh Wibisono (2007) bahwa Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk berlaku etis dengan meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif bagi keseimbangan aspek ekonomi, sosial serta lingkungan.

Merebaknya istilah CSR semakin menjadi ketika konsep *The Triple Bottom Line*. Elkington (1998, dalam Wibisono 2007, 32-37) ini menyatakan bahwa program CSR merupakan bentuk perhatian perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar yang meliputi *profit*, *people* dan *planet* (3P). Sebagai lembaga usaha, perusahaan tetap harus mengarah untuk

mencari keuntungan ekonomi (*profit*) untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang. Selain itu untuk menjamin kelangsungan hidup dan meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan manusia (*people*) yang merupakan aset berharga dalam organisasi maupun negara. Kepedulian terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati (*planet*) juga harus dilakukan secara berkala.

Menurut Wibisono (2007) pelaksanaan program CSR memberikan manfaat di antaranya adalah mempertahankan dan mendongkrak brand image (citra) perusahaan. Aktifnya perusahaan dalam mengadakan program CSR akan memberikan citra baik bagi perusahaan. Sebaliknya perusahaan yang kurang aktif ataupun pasif dalam mengimplementasikan program CSR akan dinilai kurang peduli terhadap masyarakat dan akan menurunkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Senada dengan Wibisono, Susanto (2009) dalam kajiannya menjelaskan bahwa program CSR dapat meningkatkan citra perusahaan, yang dalam jangka panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Program CSR mulai marak dilakukan oleh hotel-hotel di Indonesia, selain karena diwajibkan oleh pemerintah tetapi juga karena adanya kesadaran bahwa program CSR merupakan program jangka panjang yang walaupun hasilnya bukan keuntungan instan, tetapi keuntungan citra yang baik di masyarakat (Daniri, 2008).

Faktor- faktor yang menjadi penyebab pentingnya melaksanakan program CSR (Wibisono, 2007) yaitu :

1. Mempertahankan maupun mendongkrak reputasi dan citra suatu perusahaan. Kegiatan atau aksi yang memberikan dampak negative pada masyarakat dan lingkungan pasti akan memberikan dampak buruk terhadap reputasi perusahaan. Sebaliknya, kontribusi positif yang dilakukan perusahaan akan membantu untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Hal ini yang dapat dimanfaatkan sebagai modal non finansial utama untuk perusahaan serta *stakeholder* agar menjadi nilai ekstra bagi perusahaan untuk tumbuh secara berkesinambungan.
2. Mendapatkan izin sosial untuk mengoperasikan bisnis. Masyarakat yang berada disekitar perusahaan merupakan aspek yang penting dan utama bagi perusahaan. Ketika masyarakat mendapatkan keuntungan dari keberadaan perusahaan secara tidak langsung masyarakat memberikan imbalan kepada perusahaan dengan memberikan kebebasan terhadap perusahaan untuk menjalankan praktik bisnisnya di daerah tersebut. Program CSR diharapkan sebagai jaminan sosial yang akan menjaga relasi dan persepsi baik dari masyarakat terhadap keberadaan perusahaan.
3. Mengurangi resiko bisnis dalam perusahaan. Kunci dari keberhasilan suatu usaha di tengah peliknya permasalahan perusahaan adalah upaya pengelolaan resiko yang baik. Perusahaan harus menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi harapan dari *stakeholder* dapat membangkitkan resiko yang tidak diharapkan. Seperti ketidakselarasan antara perusahaan dan *stakeholder* bisa mengakibatkan gangguan dalam operasional perusahaan yang bisa merusak reputasi serta kinerja perusahaan. Bila itu terjadi bisa menimbulkan kerugian

yang diprediksikan lebih besar dari biaya untuk implementasi CSR. Perusahaan harus mengambil tindakan preventif dan investatif melalui implementasi CSR guna menurunkan resiko bisnis perusahaan.

4. Memperluas akses sumber daya. Perusahaan yang memiliki riwayat baik dalam penyelenggaraan CSR memiliki kesempatan yang lebih unggul untuk mendapatkan akses untuk memperluas sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Kesempatan pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar serta dapat memperkuat *brand positioning*. Masyarakat dewasa ini sangat memperhatikan bagaimana cara pemasaran suatu *brand* sehingga jika suatu pendekatan pemasaran yang dipilih suatu *brand* memiliki program kepedulian sosial atau memberikan dampak baik bagi sosial dan lingkungan akan menjadi lebih menarik dimata masyarakat. Hal ini juga akan memupuk loyalitas konsumen dan mendobrak pangsa pasar yang baru.
6. Mengurangi biaya. Banyak perusahaan yang menikmati keuntungan dari penghematan biaya yang didapat dari hasil implementasi CSR. Singkatnya adalah upaya daur ulang limbah perusahaan, menghemat energi dan sumber daya bisa mengurangi biaya dan juga memberikan dampak positif bagi lingkungan.
7. Menjaga dan memperbaiki relasi dengan *stakeholder*. Implementasi program CSR akan menjadi sebuah jembatan bagi perusahaan dan *stakeholder* untuk meningkatkan intensitas komunikasi sehingga relasi antara kedua belah pihak bisa terjaga dan bisa menumbuhkan kepercayaan satu sama lain.

8. Memperbaiki relasi dengan regulator. Pemerintah selaku regulator merupakan penanggung jawab utama untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan. CSR sebenarnya merupakan upaya untuk membantu meringankan beban pemerintah selaku regulator. Tanpa bantuan dari perusahaan pemerintah akan terlalu berat.
9. Meningkatkan motivasi serta produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan perusahaan yang mengimplementasikan program CSR umumnya sudah jauh melebihi standar kewajiban perusahaan. Karyawan yang berkerja diperusahaan yang menjankan program kepedulian sosial akan merasa bangga terhadap nilai yang dianut perusahaan. Karyawan juga cenderung memilih untuk tidak bekerja di perusahaan yang diketahui melakukan praktik yang tidak etis ataupun merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar. Reputasi baik perusahaan juga meningkatkan memotivasi karyawan untuk mempertahankan maupun meningkatkan kinerja baik kerja karyawan.
10. Kesempatan untuk mendapatkan penghargaan. Banyak penghargaan dan *rewards* yang bisa didapatkan perusahaan yang giat melakukan CSR.

Hotel Gumilang Regency adalah salah satu hotel yang menyadari pentingnya keberadaan program CSR. Hotel berbintang 3 ini berlokasi di Jl. Setiabudi no 323-325 Bandung, Jawa Barat. Lokasi Hotel Gumilang Regency sendiri yang berbatasan langsung dengan warga sekitar juga menjadi salah satu alasan diperlukannya hubungan dan relasi yang baik antara pihak hotel dan warga sekitar demi kelancaran keberlangsungan praktik bisnis. Menurut wawancara awal dengan *HR Cordinator* Hotel Gumilang Regency, hotel yang telah berdiri selama 30 tahun ini memiliki

trek rekor yang cukup baik dikarenakan telah rutin setiap tahunnya menjalankan program CSR demi kesejahteraan masyarakat sekitar.

Hotel Gumilang Regency juga memiliki misi CSR yang tertuang pada misi HRD yaitu “Memperkuat strategi hubungan eksternal dengan warga sekitar, pihak kepolisian, dinas-dinas pemerintahan terkait, lembaga pendidikan, asosiasi profesi, dan lembaga atau institusi lainnya guna menjalankan fungsi dan tugas pokok HRD yang harmonis dan saling menguntungkan.” Dimana hal ini berkaitan dengan teori yang telah dipaparkan oleh Wibisono bahwa pelaksanaan program CSR dapat memberikan banyak manfaat. Selain misi CSR Hotel Gumilang Regency juga memiliki 3 pilar CSR yaitu: Gumilang Cerdas, Gumilang Peduli dan Gumilang Hijau. Ketiga pilar tersebut sepaham dengan konsep *The Triple Bottom Line* atau yang kerap disebut 3P.

Berdasarkan pemaparan tersebut penulis berkeinginan untuk mengetahui tentang pelaksanaan program CSR di Hotel Gumilang Regency dengan meneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif guna mendeskripsikan secara menyeluruh tentang program *Corporate Social Responsibility* yang telah diimplementasikan di Hotel Gumilang Regency. Menurut deskripsi tersebut penulis berniat untuk mengusung judul “**Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Kasus di Hotel Gumilang Regency Bandung**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis akan memfokuskan penelitian berdasarkan pemaparan Wibisono (2007) yaitu, CSR

adalah perusahaan harus berlaku etis dengan meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (*The Triple Bottom Line*) demi mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsep program *Corporate Social Responsibility* dalam aspek sosial, ekonomi & lingkungan (3P) di Hotel Gumilang Regency.
2. Implementasi program *Corporate Social Responsibility* dalam aspek sosial, ekonomi & lingkungan (3P) di Hotel Gumilang Regency.
3. Manfaat program *Corporate Social Responsibility* dalam aspek sosial, ekonomi & lingkungan (3P) di Hotel Gumilang Regency.

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan penulis di Hotel Gumilang Regency ini adalah untuk:

1. Mengetahui konsep program *Corporate Social Responsibility* dalam aspek sosial, ekonomi & lingkungan (3P) di Hotel Gumilang Regency.
2. Mengetahui implementasi program *Corporate Social Responsibility* dalam aspek sosial, ekonomi & lingkungan (3P) di Hotel Gumilang Regency.
3. Mengetahui manfaat program *Corporate Social Responsibility* dalam aspek sosial, ekonomi & lingkungan (3P) di Hotel Gumilang Regency.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan penulis yang berkaitan dengan CSR di Hotel Gumilang Regency ini adalah:

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan pengetahuan penulis yang berkaitan dengan konsep, implementasi dan manfaat program CSR yang efektif dan seharusnya dilakukan oleh suatu perusahaan.

## 2. Manfaat bagi Hotel Gumilang Regency

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan masukan berupa kritik dan saran yang membangun mengenai konsep, implementasi dan manfaat program CSR di Hotel Gumilang Regency untuk menyempurnakan program yang sudah ada.

## 3. Manfaat bagi Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai implementasi program CSR.