

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan industri pariwisata Indonesia berkembang pesat seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Sektor industri pariwisata sangat berperan dalam mendorong perekonomian negara. Hal ini berpengaruh pada menjamurnya perusahaan. Hal ini berpengaruh pada berkembang industri perhotelan di Indonesia. Banyaknya hotel yang dibangun membuat tingkat persaingan semakin ketat antara satu hotel dengan hotel lainnya. Oleh karena itu perusahaan hotel harus memiliki strategi yang tepat untuk diterapkan guna mempertahankan usahanya di tengah angka persaingan yang tinggi. Salah satu ide ataupun jenis strategi yang dapat digunakan adalah dengan membangun citra perusahaan yang baik. Citra mempunyai kontribusi dan daya pengaruh pada eksistensi seseorang atau organisasi di mata para pemangku kepentingan (stakeholders) (Warta, 2017). Sehingga hal ini dapat menjadi salah satu strategi yang tepat untuk diterapkan sebagai strategi pemasaran suatu usaha. Membangun citra baik perusahaan dan mengelolanya dengan baik merupakan hal yang dianggap penting oleh banyak perusahaan, karena berkaitan dengan kredibilitas, pengakuan dan kepercayaan suatu perusahaan. Meskipun reputasi ataupun citra perusahaan sangat sulit untuk diukur tetapi memiliki nilai dan peranan yang penting dalam suatu perusahaan.

Berkembangnya industri perhotelan di Indonesia khususnya di kota Bandung tidak hanya membawa dampak positif melainkan adanya dampak negatif bagi lingkungan dan sosial sekitarnya. Hal ini terjadi akibat kebutuhan industri terhadap mobilisasi sumber daya, sehingga baik besar atau kecil dan cepat atau lambat akan mempengaruhi keseimbangan dari sumber daya itu sendiri. Oleh sebab itu diperlukan adanya tanggung jawab oleh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dianggap penting demi menjaga keseimbangan sumber daya dan meminimalisir eksploitasi yang berlebihan. Perusahaan dapat menerapkan strategi guna menyelaraskan berbagai aspek tersebut dengan melakukan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut Wibisono (dalam Hadi (2011:92) bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (social responsibility) memiliki manfaat dalam meningkatkan reputasi perusahaan dan menjaga image serta menjadi bagian dari strategi perusahaan. CSR termasuk dalam disiplin ilmu sosial yang mempelajari aspek – aspek yang berhubungan dengan masyarakat dan lingkungannya sosialnya. Sudut pandang yang ditarik dalam penelitian ini adalah sudut pandang pihak hotel atau pengelola yaitu Lembang Asri Resort.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Hery (2012:138), mendefinisikan CSR adalah sebagai berikut: “Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan, keluarga, komunitas setempat, maupun masyarakat umum untuk pembangunan”. Sedangkan,

menurut Sudana (2011:10), Corporate Social Responsibility (CSR) adalah: “tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan”. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen sebuah perusahaan untuk senantiasa berkontribusi dalam jangka panjang terhadap suatu masalah tertentu yang berada di masyarakat ataupun lingkungan demi menciptakan lingkungan yang lebih baik.

Menurut Carrol (2016:6) konsep CSR yang baik dan tepat memuat komponen – komponen antara lain :

1. Economic Responsibilities

Sebuah lembaga bisnis yang terdiri dari berbagai aktivitas terkait ekonomi yang menghasilkan sebuah keuntungan yang berupa barang dan jasa.

2. Legal Responsibilities

Sebuah bisnis berjalan dengan menaati peraturan dan hukum yang berlaku di masyarakat.

3. Ethical Responsibilities

Perusahaan diharapkan menjalankan bisnis secara etis. Dengan menyesuaikan budaya yang berlaku di masyarakat.

4. Discretionary Responsibilities

Harapan masyarakat atas keberadaan perusahaan yang dapat memberikan sebuah manfaat bagi mereka. Sehingga kontribusi perusahaan terhadap

masyarakat dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Dengan berkontribusi terhadap masyarakat, dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Di Indonesia pelaksanaan CSR telah diatur dalam Undang-undang (UU) No. 40 Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas pasal 74 Ayat 1 yang berbunyi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan / CSR. Selain itu, dalam pelaksanaan kegiatan CSR, tidak hanya pihak perusahaan melainkan peranan dan partisipasi masyarakat juga harus diperhatikan. Hal ini dapat menciptakan program CSR yang baik dan tepat dengan kebutuhan masyarakat. Menurut pemaparan Wibisono (2007) partisipasi stakeholder (masyarakat) dapat diwujudkan dengan cara keterlibatan baik berupa materi maupun non materi dalam penyelenggaraan program CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Dengan adanya komunikasi ataupun hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat yang ditandai dengan partisipasi dari kedua belah pihak di dalam berbagai hal yang menyangkut kepentingan bersama, serta terdapat rasa saling mendukung antar pihak. Hal ini termasuk dalam salah satu upaya dalam memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat melaksanakan perannya secara etis dan memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat.

Partisipasi masyarakat dapat ditunjukkan dalam proses perencanaan, pengaplikasian hingga evaluasi dan pelaporan. Pentingnya perusahaan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat agar dapat mengambil peran atau dapat berpartisipasi dalam hal yang sudah disampaikan sebelumnya. Tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan CSR yang terlaksana dapat menjadi sebuah tanda bahwa kegiatan CSR diprogramkan dengan baik . Dengan ini dapat terjalin dukungan dan hubungan yang baik antara masyarakat sekitar dan pihak hotel.

Untuk mewujudkan dukungan dan hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Lembang Asri Resort melakukan serangkaian kegiatan CSR dalam periode satu tahun dalam bentuk sebuah agenda perencanaan. Di dalam agenda tersebut terdapat rangkaian kegiatan CSR yang dilakukan oleh Lembang Asri Resort meliputi bidang kesehatan dan social serta keagamaan. Berikut penulis tampilkan serangkaian kegiatan CSR di Lembang Asri Resort selama 3 tahun terakhir dari tahun 2017 hingga 2019 :

Tabel 1

PROGRAM CSR LEMBANG ASRI RESORT TAHUN 2017

| NO | KEGIATAN | BULAN PELAKSANAAN | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1. | Olahraga Bersama Warga Sekitar | ■ | | | | | | ■ | | | | | ■ |
| 2. | Donor Darah & Cek Kesehatan Gratis | | | | ■ | | | | | | | | |
| 3. | Santunan Lebaran | | | | | | ■ | | | | | | |
| 4. | Donasi Dalam Rangka Hari Kemerdekaan | | | | | | | | ■ | | | | |
| 5. | Donasi Hewan Kurban | | | | | | | | ■ | | | | |
| 6. | Donasi Yatim Piatu | | | | | | | | | | | ■ | |

Sumber : Lembang Asri Resort (2020)

Keterangan:

- : Kegiatan Terlaksana
- : Kegiatan Tidak Terlaksana

Tabel 2

PRGRAM CSR DI LEMBANG ASRI RESORT TAHUN 2018

| NO | KEGIATAN | BULAN PELAKSANAAN | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1. | Olahraga Bersama Warga Sekitar | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Donor Darah & Cek Kesehatan Gratis | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Santunan Lebaran | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Donasi Dalam Rangka Hari Kemerdekaan | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Donasi Hewan Kurban | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Donasi Yatim Piatu | | | | | | | | | | | | |

Sumber : Lembang Asri Resort (2020)

Keterangan:

- : Kegiatan Terlaksana
- : Kegiatan Tidak Terlaksana

Tabel 3

PROGRAM CSR DI LEMBANG ASRI RESORT TAHUN 2019

| NO | KEGIATAN | BULAN PELAKSANAAN | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1. | Olahraga Bersama Warga Sekitar | ■ | | | | | | ■ | | | | | | ■ |
| 2. | Donor Darah & Cek Kesehatan Gratis | | ■ | | | | | | | | | | | |
| 3. | Santunan Lebaran | | | | | | ■ | | | | | | | |
| 4. | Donasi Dalam Rangka Hari Kemerdekaan | | | | | | | | ■ | | | | | |
| 5. | Donasi Hewan Kurban | | | | | | | | ■ | | | | | |
| 6. | Donasi Yatim Piatu | | | | | | | | | | | ■ | | |

Sumber : Lembang Asri Resort (2020)

Keterangan:

- : Kegiatan Terlaksana
- : Kegiatan Tidak Terlaksana

Dari penyajian tabel kegiatan CSR di Lembang Asri pada tahun 2017 – 2019 dapat dilihat bahwa setiap tahunnya perusahaan memiliki 6 agenda kegiatan CSR terprogram yang dilaksanakan pada bulan yang berbeda. Setiap tahun terdapat 3 hingga 5 kegiatan yang tidak terlaksanakan. Hal ini dikarenakan kurangnya sumber daya dari pihak penyelenggara ataupun kurangnya respon masyarakat dan juga adanya kendala dalam keterbatasan dana. Sehingga hal ini menyebabkan kegiatan pada agenda CSR tahunan tidak terlaksanakan.

Selain data agenda kegiatan CSR dari tahun 2017 yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis juga melakukan serangkaian wawancara dengan pihak *human resource* Lembang Asri Resort. Beliau memaparkan bahwa dalam pelaksanaan program CSR, bantuan diberikan secara langsung kepada masyarakat baik secara periodik atau tidak. Dan dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kendala yaitu; pelaksanaan yang tidak matang, serta kendala sumber daya manusia yang mengatur pelaksanaan kegiatan ini, sehingga hal ini berdampak pada tidak tercapainya program kegiatan CSR yang sudah direncanakan.

Berdasarkan pemaparan data di atas, dapat diasumsikan bahwa kegiatan CSR di Lembang Asri Resort belum terlaksana dengan baik dan optimal. Karena keterbatasan sumber daya manusia, sehingga program kegiatan CSR tidak terlaksana dengan baik. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti mengenai *corporate social responsibility* (CSR) di Lembang Asri Resort. Maka, penulis menetapkan judul penelitian **“IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) (STUDI KASUS DI LEMBANG ASRI RESORT)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis menentukan rumusan masalah yang ada di Lembang Asri Resort kedalam beberapa bentuk pertanyaan, antara lain :

1. Program kegiatan *corporate social responsibility* di Lembang Asri Resort.
2. Kinerja kunci dalam *corporate social responsibility* di Lembang Asri Resort.
3. Efektivitas *corporate social responsibility* di Lembang Asri Resort.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Program Diploma IV Administrasi Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Mengetahui implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Lembang Asri Resort.
3. Mengetahui efektivitas *Corporate Social Responsibility* di Lembang Asri Resort.
4. Memberikan rekomendasi kepada pihak Lembang Asri Resort mengenai perencanaan dan pelaksanaan program *corporate social responsibility*.

D. Manfaat Penelitian

1. Penulis dapat menerapkan teori yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan di STP NHI Bandung serta mengembangkan wawasan terkait *corporate social responsibility*.

2. Memberikan saran kepada pihak Lembang Asri Resort mengenai optimalisasi penerapan CSR .