

## **PENGELOLAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) HOTEL SANTIKA PREMIERE YOGYAKARTA TAHUN 2015-2016**

Mitariza Migunani

[mitariza63@gmail.com](mailto:mitariza63@gmail.com)

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Tamantirto, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183.

Tri Hastuti Nur R

[trihastuti.aisyiyah@gmail.com](mailto:trihastuti.aisyiyah@gmail.com)

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Tamantirto, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183.

### **ABSTRAK**

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab sosial dan program wajib yang dilakukan oleh setiap perusahaan swasta maupun perusahaan milik pemerintah. Program CSR memiliki konsep pelaksanaan yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Hotel Santika Premiere Yogyakarta merupakan salah satu hotel yang menduduki posisi pertama di Yogyakarta yang mendapatkan gelar *The Best Green Hotel* oleh KEMENPAR RI dan salah satu faktor mendapatkan gelar tersebut yaitu program CSR yang telah dilaksanakan. Dalam pengelolaan CSR tersebut meliputi perencanaan, implementasi hingga evaluasi. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pengelolaan CSR yang dilaksanakan. Jenis penelitian yang digunakan ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi lapangan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa jenis CSR yang dilaksanakan ini CSR model *Charity*, perencanaan CSR yang dilaksanakan ini masih kurang dalam menganalisis latar belakang pendidikan dari masyarakat dibuktikan pada pelaksanaan edukasi yang dilaksanakan hanya satu kali dalam satu tahun. Implementasi CSR yang dilaksanakan oleh pihak Hotel Santika sangat menjunjung tinggi nilai-nilai "*Triple Bottom Line*" yang berorientasi pada perusahaan yang ramah lingkungan. Namun pada evaluasi yang dilaksanakan masih kurang sempurna dikarenakan bank data pada evaluasi ini tidak ditindak lanjuti dengan serius sehingga CSR yang dilaksanakan tidak dapat berjalan dengan *sustainability*. Target capaian yang di harapkan untuk program CSR Tanam Pohon ini masih belum terlihat signifikan dalam waktu 2 tahun setelah pelaksanaan namun dari segi estetika meningkatkan pariwisata Desa Wisata Srikemunit bertambah sekitar 20%.

**Kata Kunci : Pengelolaan, *Corporate Social Responsibility*, Hotel Santika Premiere Yogyakarta.**

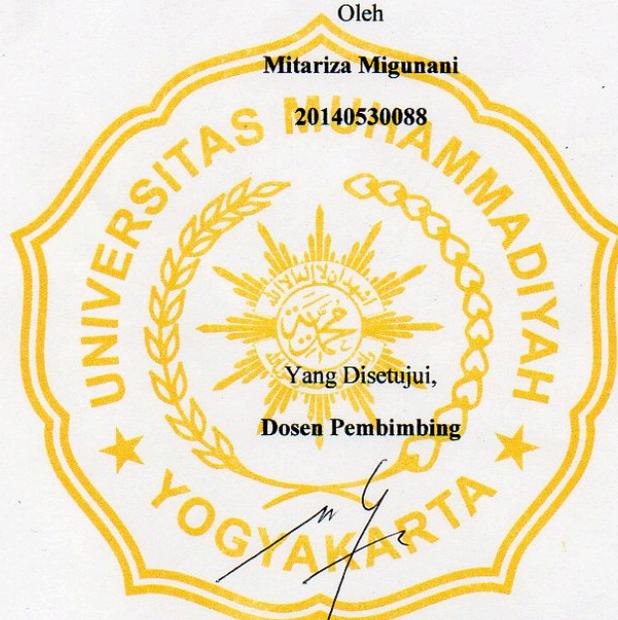
**HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

Naskah Publikasi dengan Judul  
**Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Santika Premiere  
Yogyakarta Periode Tahun 2015-2016**

Oleh

**Mitariza Migunani**

**20140530088**



Yang Disetujui,

**Dosen Pembimbing**

**Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si**

## PENDAHULUAN

Kompleksitas permasalahan sosial saat ini menjadi semakin sulit, berbagai upaya dilakukan demi memecahkan permasalahan yang terjadi di masyarakat. Seiring perkembangan dunia usaha dan perindustrian, maka dampak yang terjadi pada lingkungan juga semakin beragam. Bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan ini juga dalam rangka untuk mewujudkan upaya pemeliharaan lingkungan dan peningkatan ekonomi masyarakat dapat dilakukan dengan dilaksanakannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sekarang menjadi program wajib, salah satunya telah dicantumkan melalui Undang-undang No. 40 Pasal 1 Ayat 3 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

CSR merupakan agenda setiap perusahaan tidak hanya untuk meningkatkan secara finansial melainkan juga untuk pembangunan sosial. CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial bersama dalam mengatasi masalah di lingkungan. Tanggung jawab setiap perusahaan terhadap kepentingan publik dapat diwujudkan dalam pelaksanaan program CSR yang tentunya berkelanjutan dan menyentuh aspek-aspek kehidupan masyarakat. Dengan demikian realisasi program-program CSR merupakan sumbangan perusahaan secara tidak langsung terhadap penguatan modal sosial secara keseluruhan. Berbeda halnya dengan modal finansial yang dapat dihitung nilainya kuantitatif, maka modal sosial tidak dapat dihitung nilainya secara pasti. Namun demikian, dapat ditegaskan bahwa pengeluaran biaya untuk program-program CSR merupakan investasi perusahaan untuk memupuk modal sosial (Rahman,2009:10).

Pertumbuhan bisnis perhotelan semakin banyak diminati apalagi di kota pariwisata seperti Yogyakarta yang memiliki banyak obyek wisata yang di minati oleh wisatawan dari mancanegara. Wisatawan yang akan hadir dan tentunya membutuhkan penginapan di kota yang ramah ini. Data dari statistik pengunjung pariwisata Yogyakarta yaitu jumlah wisata yang hadir di kota Yogyakarta tahun 2016 sebanyak 314.827 orang yang berarti mengalami kenaikan sebesar 35,72% dibanding tahun 2015. Peminatan wisatawan yang hadir di Kota Yogyakarta membuat pertumbuhan Hotel terus meningkat dibuktikan dengan data statistik Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2017 yaitu bintang 1:3,11% , bintang 2:4,00%, bintang 3:5,33%, bintang 4:3,78%, bintang 5:1,56%, non bintang 82,22%.(Diakses melalui <http://statistikhotel.visitingjogja.com/> Pada tanggal 13 April 2018).

Hotel Santika Premiere Yogyakarta merupakan salah satu hotel yang menduduki posisi pertama di Yogyakarta yang mendapatkan gelar *The Best Green Hotel* oleh KEMENPAR RI di tahun 2015 hingga sekarang. Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini juga mendapatkan gelar ASEAN Green Hotel Award di parhelatan ASEAN Travel Forum 2016 di Manila, Philppina pada bulan Januari 2016. Hotel yang memiliki *positioning* hotel yang ramah lingkungan ini tentu memiliki program tanggung jawab sosial atau CSR. Penghargaan ini juga sebagai bentuk apresiasi dan dukungan Pemerintah kepada Industri Perhotelan yang menerapkan prinsip-prinsip ramah lingkungan dalam kesehariannya dan meningkatkan daya saing Industri Perhotelan serta melaksanakan kegiatan-kegiatan demi mendukung Industri Pariwisata yang berkelanjutan (<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2985> diakses pada 15 maret 2018).

Penghargaan yang telah diperoleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini menjadi bahan penilaian adalah program CSR yang dimiliki dan dilaksanakan. Dalam kegiatan CSR yang dilaksanakan ini memiliki tahapan pengelolaan CSR dari Planning, Implementation, Evaluation. Dalam penelitian kali ini akan menganalisis bagaimana pengelolaan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta yang dilaksanakan. Di samping itu Hotel Santika juga sebagai hotel yang memiliki *brand image* perusahaan ramah lingkungan. Ramah lingkungan yang dilakukan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta tidak hanya fasilitas yang diberikan seperti pemanas air yang sudah menggunakan teknologi ramah lingkungan kemudian kegiatan *community relations* hingga kegiatan CSR yang dilaksanakan seperti CSR Tanam Pohon dan CSR Bantuan Air Bersih 2015-2016.

## **Kerangka Teori**

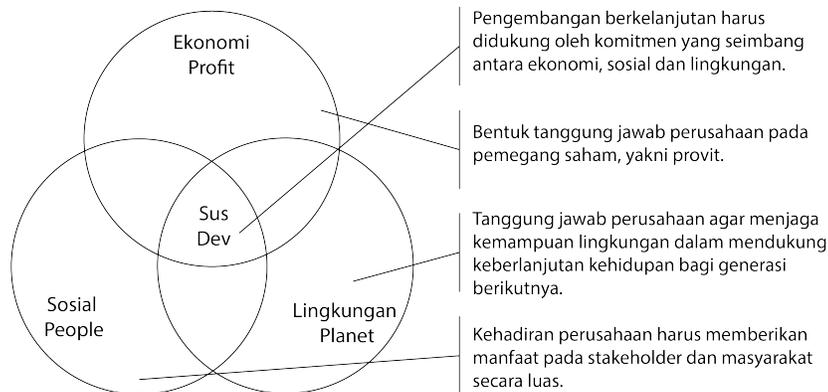
### **1. Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Menurut Philip Kotler, CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan akan berakibat merugikan diri sendiri. Menurut ISO 26000 CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional,

serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011, p. 17). Berbeda lagi definisi dari Kotler dan Nancy (2005) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan. CSR didefinisikan juga sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas serta lingkungan (Wibisono, 2017).

## 2. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility (CSR)*

John Elington merumuskan lingkup tanggung jawab tersebut kemudian dideskripsikan dalam model *triple bottom line* yaitu people, planet, and profit. Ungkapan tersebut sepintas sederhana, tetapi dalam penerapannya akan melibatkan banyak aspek, seperti optimalisasi berbagai *variable* serta penyesuaian kondisi spesifik perusahaan dan lingkungannya.



Sumber : (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011, p. 10).

### a. Profit (Ekonomi)

Dalam setiap pelaksanaan program khususnya tentang program *Corporate Social Responsibility (CSR)* tentu perusahaan memiliki tujuan untuk meraih keuntungan finansial. Untuk mendapatkan keuntungan yang tetap terus berlanjut tentunya perusahaan harus mempunyai strategi-strategi bisnis yang tepat baik dari segi teknologi, produksi, publikasi dan segi-segi lainnya.

## b. Planet (Lingkungan)

Aspek lingkungan perlu diperhatikan pula karena aspek ini sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik apabila lingkungan tidak mendukung. Misalnya perusahaan ini membutuhkan bantuan dari lingkungan berupa air, tanah, udara, sinar matahari, bahan bakar dan lain lain tanpa adanya peunjang dari segi lingkungan tidak akan berhasil suatu program yang dilaksanakan.

## c. People (Mensejahterakan orang)

Aspek ekonomi dan lingkungan tidak dapat terwujud dengan baik apabila tidak memiliki sumber daya manusia yang baik pula. Maka dari itu aspek sosial, dalam hal ini manusia perlu disejahterakan pula agar semuanya dapat terlaksana dengan baik.

Ketiga aspek yang sudah dijelaskan tersebut harus diperhatikan karena saling memiliki keterkaitan dan mempengaruhi satu sama lain. Apabila perusahaan hanya memperhatikan satu aspek saja, maka resikonya perusahaan tersebut bisa mendapatkan masalah yang terkait dengan resistensi baik dari internal maupun eksternal. Sehingga akan sulit melakukan program pembangunan berkelanjutan.

## 3. Bentuk-Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)

### a. *Economic view of CSR*

Memandang tanggung jawab sosial sebuah perusahaan sesuai dengan apa yang menjadi tanggung jawab perusahaan tersebut, misalnya memberikan manfaat produk dan layanan yang memberikan manfaat kepada masyarakat luas dan segala hal yang berhubungan dengan tindakan dari sebuah perusahaan seperti apakah dalam menghasilkan produknya, sebuah perusahaan telah melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Tanggung jawab tersebut terdiri dari 3 tingkatan, yakni apakah perusahaan tidak menimbulkan kerusakan, apakah perusahaan telah melakukan segala daya upaya untuk mencegah timbulnya kerusakan dan yang paling terakhir adalah apakah perusahaan selalu konsisten untuk melakukan

kebaikan dan membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik.

b. *Philanthropic model of CSR*

Filantropi ini dapat diartikan seperti memberikan kasih sayang kepada sesama manusia seperti saling memberi bagi orang yang membutuhkan dalam bentuk uang, barang, atau karya lainnya bagi orang-orang yang membutuhkan. Filantropi yaitu memberikan emati kepada orang lain atas dasar nama kemanusiaan. Perusahaan tidak memiliki kewajiban untuk berkontribusi pada hal sosial tetapi menjadi hal yang baik jika dilakukan dan sesuatu yang dapat kita dorong. Dengan melakukan kegiatan CSR model Filantropi ini dapat membantu membangun pencitraan yang baik bagi perusahaan, membangun hubungan dengan warga yang diberikan bantuan amal, dan reputasi baik dengan masyarakat serta komunitas setempat. Sama halnya seperti perusahaan membantu dalam membeikan sponsor kegiatan dilingkungannya seperti kegiatan seni, museum, teater, atau acara sekolah dengan harapan akan diberikan manfaat publikasi.

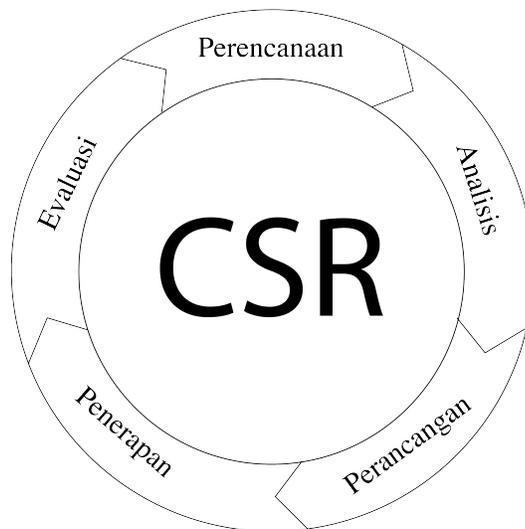
c. *Social web model of CSR*

Perusahaan dalam menjalankan bisnis memiliki hubungan keterkaitan sebagai masyarakat, dimana perusahaan harus menjalankan tugas etika yang bersifat normative dan memenuhi kewajiban yang harus dipenuhi. Perusahaan tidak melulu fokus terhadap mitra bisnis yang dijalankan dan kewajiban dalam membangun CSR yang baik tetapi perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap karyawan yang memberikan dampak besar bagi suatu perusahaan. Hak yang dimaksud disini seperti hak karyawan untuk privasi, keselamatan dan kesehatan kerja, dan memberikan produk yang aman dan nyaman. Salah satu contoh praktek sosial adalah Teori Stakeholder teori ini menjelaskan bahwa perusahaan bukan hanya sekedar memikirkan entitas semata akan tetapi memberikan nilai-nilai kepada *stakeholdernya* seperti pemegang saham, karyawan, konsumen, supplier, pemerintah dan sebagainya.

*d. Integrative model of CSR*

Integrative model of CSR memperluas wawasan bahwa perusahaan yang berbasis profit dapat juga memiliki tujuan sosial sebagai pusat dari misi strategis perusahaan. Dalam dua bidang khususnya, social entrepreneurship dan sustainability, Perusahaan mengintegrasikan antara profit dan tanggung jawab sosial. Dikarenakan perusahaan ini membawa tujuan sosial sebagai core business model, terintegrasi sepenuhnya antara tujuan ekonomi dan sosial, maka perusahaan ini dapat disebut dengan integrative model of CSR. Dalam pandangan ini berpendapat bahwa bisnis bergantung oleh society untuk keberlangsungan dan pertumbuhan bahkan eksistensi perusahaan tersebut sendirinya. Tuntutan sosial dianggap sebagai cara di mana masyarakat berinteraksi dengan bisnis dan memberikan legitimasi dan prestise tertentu. Manajemen perusahaan harus mempertimbangkan tuntutan sosial, dan mengintegrasikan mereka sedemikian rupa bahwa bisnis beroperasi sesuai dengan nilai sosial.

4. Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR)



Gambar Siklus Program *Corporate Social Responsibility*

a) Perencanaan *Corporate Social Responsibility*

Dalam implementasi CSR perencanaan merupakan kata kunci agar suatu program yang akan dilaksanakan menjadi terarah, realistis, sistematis dan efektif serta hasil akhirnya mengakomodir kepentingan semua pihak. Dengan demikian perusahaan akan lebih bermanfaat bagi masyarakat itu sendiri. Apabila nantinya masyarakat sejahtera dan mandiri, perusahaan akan menerima manfaat baik secara langsung maupun secara tidak langsung (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011). Pengambilan setiap keputusan bukanlah hal yang mudah setiap keputusan selalu memiliki pertimbangan yang matang. Proses mengembangkan dan memilih langkah-langkah yang akan diambil untuk menghadapi masalah dalam perusahaan. Perusahaan harus memutuskan sasaran yang akan dicapai, menganalisis sumberdaya yang dimiliki oleh target sasaran dan mengaplikasikannya dalam rangka mencapai sasaran tersebut (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011).

- Menetapkan sasaran

Kegiatan perencanaan dimulai dengan memutuskan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan. Apabila tidak memiliki sasaran yang jelas sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan akan menyebar terlalu luas. Dengan menetapkan prioritas dan merinci secara jelas, perusahaan dapat mengarahkan sumber daya agar lebih efisien dan efektif (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011).

- Merumuskan posisi perusahaan saat ini

Jika sasaran sudah ditetapkan, pimpinan harus mengetahui di mana saat ini perusahaan berada. Sementara itu, untuk mencapai sasaran yang di tetapkan maka harus mengetahui sumber daya yang dimiliki saat ini. Setelah perusahaan mengetahui posisinya, barulah rencana dapat disusun. Dalam perusahaan harus ada suasana keterbukaan agar informasi mengalir dengan lancar tanpa hambatan terutama permasalahan keuangan dan statistik (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011).

- Mengidentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambat menuju sasaran

Mengetahui faktor internal maupun faktor eksternal yang diperkirakan dapat membantu atau menghambat perusahaan dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011).

- Menyusun langkah untuk mencapai sasaran

Langkah terakhir kegiatan perencanaan adalah mengembangkan berbagai kemungkinan alternatif atau langkah yang diambil untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan, mengevaluasi alternatif – alternatif tersebut serta memilih yang dianggap perusahaan paling baik, cocok dan memuaskan (Rachman, Effendi, & Wicaksana, 2011).

#### b.) Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi dalam sebuah *corporate social responsibility* merupakan tahap aplikasi program CSR yang akan dijalankan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Mengimplementasikan suatu program CSR harus membutuhkan iklim organisasi atau perusahaan saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana CSR. Uni Eropa pada tanggal 13 Maret 2007, Parlemen Uni Eropa mengeluarkan resolusi berjudul “*Corporate Social Responsibility: A New Partnership*” mendesak komisi eropa untuk meningkatkan keqajiban yang terkait dengan persoalan akuntabilitas perusahaan, seperti tugas direkur (*directors' duties*), kewajiban langsung luar negeri (*foreign direct liabilities*) dan pelaporan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan (*environmental and social reporting*) (Wibsono Yusuf, 2007).

#### c.) Evaluasi *Corporate Social Responsibility*

Sebagai satu program, *social responsibility* membutuhkan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan di masa depan, dan sekaligus menentukan tingkat capaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan juga ditunjukkan untuk mengetahui sejauhmana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi. Terutama bagi tanggung jawab sosial yang bersifat *multry years* (Hadi, 2014:147). Evaluasi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dalam

rangka untuk mencapai tujuan. Memperoleh temuan masukan untuk perencanaan program atau kegiatan yang dilaksanakan. Memperoleh berbagai bahan pertimbangan dalam rangka mendukung pengambilan keputusan, layak atau tidak layak program tanggung jawab sosial untuk dilanjutkan, Memperoleh temuan untuk masukan perbaikan program atau kegiatan yang sedang dilaksanakan, Memperoleh temuan hambatan program yang sedang dilaksanakan, Memperoleh temuan untuk perbaikan. Memperoleh rekomendasi dan pelaporan terhadap penyandang dana (Hadi,2014:147).

## **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Sutedi (2009:61) mendeskripsikan bahwa studi kasus bertujuan untuk mengetahui bagaimana mendesain dan menyelenggarakan studi-studi Kasus yang dimaksud bisa berupa tunggal atau jamak, misalnya berupa individu atau kelompok. Adapun teknik pengumpulan data yang dipilih adalah dokumen dan wawancara mendalam. Data dokumen diperoleh dari data-data observasi lapangan, Dokumen data proposal kegiatan pelaksanaan CSR hingga pelaporan evaluasi dan wawancara mendalam dilaksanakan dengan triangulasi narasumber yakni Tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta, Perangkat Desa dan beberapa warga penerima manfaat kegiatan CSR yang dilaksanakan. Teknik analisis data dilakukan dimulai dari reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan.

## **Temuan dan Pembahasan**

### **1. Perencanaan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta**

Hotel Santika Premiere Yogyakarta dalam mengadakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki beberapa tahapan-tahapan yang bertujuan untuk membantu terwujudnya program CSR Bantuan Air Bersih Dusun Seropan Kelurahan Munthuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul dan program CSR Tanam Pohon Dusun Wunut Kelurahan Sriharjo Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul periode tahun 2015-2016. Dalam perencanaan program CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta dilaksanakan oleh Tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta

yang di dalamnya terdapat divisi *marketing* dan Divisi *Engineer*. Dalam perencanaan memiliki 6 tahapan yaitu.

a. Rapat Internal

Langkah perencanaan Hotel Santika Premiere Yogyakarta dalam merumuskan sebuah program CSR diawali dengan dilaksanakannya rapat internal. Rapat internal yang dilakukan oleh perusahaan perhotelan ini dilaksanakan setiap minggu atau (*weekly meeting*), rapat yang dilaksanakan di setiap seminggu sekali ini apabila Divisi *Marketing* dalam hotel tersebut tidak mengadakan event atau program yang serius sehingga tidak ada yang harus dibicarakan lebih mendalam di hari-hari biasa. Namun apabila ada kegiatan seperti adanya program CSR yang akan dilaksanakan rapat internal ini berubah menjadi 3 kali dalam seminggu untuk lebih mendetail dalam pembahasan yang didiskusikan di dalam rapat internal.

b. Pembentukan Tim CSR

Dalam perencanaan CSR yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini adalah melaksanakan pembentukan panitia untuk melancarkan pelaksanaan program CSR tersebut dibutuhkan tenaga yang lebih terkhusus agar program berjalan dengan baik untuk itu terbentuklah tim inti CSR Hotel Santika Premire Yogyakarta. Tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini dibentuk oleh Divisi Marketing itu sendiri. Terdiri dari General Manajer, Ketua, Wakil, Sekertaris dan Bendahara.

c. Observasi dan Survei CSR 2015-2016

Observasi dilakukan sebanyak tiga kali dalam pelaksanaan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini dilakukan oleh tim CSR yaitu Ibu Satri Selaku Ketua Tim, Bapak Edward, Bapak Beni, dan Ibu Tiara serta anggota lain yang membantu. Selain itu juga pelaksanaan survei ini dibantu oleh Kepala Dusun Seropan di Kelurahan Munthuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul dalam CSR bantuan air bersih dan Kepala Dusun Wunut di Kelurahan Sriharjo, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul dalam CSR Tanam Pohon.

Dalam survei yang di laksanakan oleh pihak Hotel Santika Premiere Yogyakarta menemukan bahwa sumber air yang di miliki oleh Dusun Seropan ini sangat tidak layak karena air yang di hasilkan menimbulkan bau tanah dan air tersebut juga memiliki warna

tidak jernih ketika terjadinya kemarau setiap tahunnya di Kabupaten Bantul ini. Di samping itu untuk daerah Imogiri pada saat sebelum diadakannya tanam pohon ini masih terlihat gersang. Permasalahan yang terjadi dalam kegiatan CSR Hotel Santika ini sering terjadi tanah longsor dan memiliki desa wisata yang baru mau berkembang. Dalam waktu yang sangat singkat ini tim tersebut melakukan tinjauan tempat atau survei apakah tempat tersebut benar-benar pas untuk dijadikan target untuk dilaksanakannya CSR dari Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Tim dari Hotel Santika Premiere Yogyakarta membawa data observasi untuk dianalisis dalam rapat internal dan hasil dari survei dan observasi ini kemudian diolah dalam rapat internal yang bertujuan untuk menganalisis masalah tersebut.

#### d. Analisis Masalah CSR 2015-2016

Setelah survei dilaksanakan oleh pihak Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini melakukan analisis secara mendalam terkait dengan apa saja yang dibutuhkan untuk kelancaran pelaksanaan CSR Bantuan Air Bersih. *Output* dari survei dan observasi yang dilaksanakan yaitu berupa analisis masalah. Analisis masalah ini yang nantinya membantu kelancaran untuk melakukan implementasi. Hasil dari survei dan observasi yaitu mendapatkan bidik permasalahan yang sudah jelas asal usulnya yang di bantu oleh pihak ketiga seperti warga atau perangkat desa. Analisis masalah ini juga pertama memaparkan data CSR Bantuan Air Bersih terlebih dahulu kemudian selanjutnya memaparkan data CSR Tanam Pohon berikut data lebih lanjut.

Analisis masalah yang dilaksanakan dalam program CSR Bantuan air bersih ini yaitu terjadinya kekeringan yang cukup parah di Dusun Seropan dengan data-data yang sudah di jelaskan pada survei dan observasi. Hasil survei dan observasi ini juga menetapkan tujuan dari program yang akan dibuat dengan menganalisisnya dan tujuan dari pada program ini adalah membantu mengatasi permasalahan sosial yang terjadi seperti membantu permasalahan kekeringan. Selain menetapkan tujuan hasil dari survei dan observasi ini juga di analisis untuk mempertimbangkan persiapan teknik operasional pada implementasi seperti karakteristik akomodasi, perlengkapan, keuangan, serta para ahli yang memahami tentang alat untuk membantu menyalurkan air bersih.

e. Pembentukan Program CSR Tahun 2015-2016

AGUSTUS 2015						
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

SEPTEMBER 2015						
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Keterangan :

-  Rapat Internal
-  Observasi Dan Survei
-  Pelaksanaan CSR Bantuan Air Bersih

FEBUARI 2016						
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29					

MARET 2016						
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Keterangan :

-  Rapat Internal
-  Observasi Dan Survei
-  Pelaksanaan CSR Tanam Pohon

Melalui Tabel diatas dapat diperhatikan bahwa perancangan kegiatan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta dalam program CSR Bantuan air bersih di mulai dari tanggal 22 september – 30 September 2015. CSR Tanam Pohon dilaksanakn mulai dari tanggal 3 Maret – 6 Maret 2016.

f. Melaksanakan Perizinan

Proses perizinan yang dilaksanakan oleh tim Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini sama, namun perbedaannya hanya pada letak wilayahnya saja seperti halnya CSR Bantuan Air Bersih yang meminta ijin mengadakan program CSR di kantor Kecamatan Dlingo begitu juga CSR Tanam pohon di Kecamatan Imogiri.

g. Musyawarah Perangkat Desa

Setelah pemetaan yang dilaksanakan oleh pihak Hotel Santika Yogyakarta kemudian melakukan perencanaan mengkomunikasikan kepada warga dengan sosialisasi di dusun Seropan Satu dan Seropan Dua. Dalam mengkomunikasikan pihak Hotel Santika Yogyakarta menggunakan cara mengumpulkan perangkat desa untuk menyampaikan maksud dan tujuannya tersebut untuk membantu dan membangun CSR di dusun Seropan. Berbeda dengan CSR sebelumnya yaitu CSR Bantuan air bersih, musyawarah yang dilaksanakan untuk program CSR Tanam pohon dilaksanakan setelah melaksanakan rapat internal tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta mereka langsung merencanakan pertemuan dengan pihak Desa Wisata Srikemunit dengan bertemu Kepala Dusun Sriharjo Pak Sugianto.

## 2. Implementasi CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta

Implementasi *corporate social responsibility* dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta itu sendiri. Implementasi yang dilaksanakan ini merupakan tahap lanjutan setelah mengadakannya perencanaan. Dalam implementasi yang dijalankan oleh tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini terdapat banyak tahapan yang sudah di rumuskan ketika melaksanakan perencanaan, namun di dalam perencanaan juga dapat dianalisis bagaimana sebuah implementasi itu sudah berjalan sesuai dengan perencanaan atau mungkin ada temuan yang tidak terduga. Namun terdapat banyak prinsip yang harus di jadikan pijakan dalam praktik tanggung jawab sosial (*social responsibility*). *Equator Principles* yang diadopsi beberapa negara merumuskan beberapa prinsip antara lain (Wibsono Yusuf, 2007) *Accountability's (AA1000) standard*, yang mengacu pada prinsip "*Triple Botton Line*" dari Jhon Elkington, *Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economic (CERES)* dan UNEP pada tahun

1997, *Social Accountability International SA8000 Standar*, ISO 14000 *Environmental management standard*, dan yang terakhir ISO 26000 (Hadi,2014:143). Prinsip yang akan dijadikan pijakan pada penelitian kali ini dengan menggunakan “*Triple Botton Line*” oleh Jhon Elkington. Didalam konsep *triple botton line* ini terdapat *Profit, People, Planet*.

a. *Triple Botton Line*

*Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin (Wibosno,2007:33). *People*, Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu melakukan berbagai kegiatan untuk menyentuh kebutuhan masyarakat (Wibsono,2007:34). *Planet*, Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati (Wibisono,2007:37)

Dalam teori *people* ini menyatakan bahwa perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia ini juga terlaksana dalam program CSR. Program CSR yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta dalam Program CSR Bantuan air bersih Hotel Santika Premiere Yogyakarta telah memecahkan permasalahan sosial yang dirasakan oleh Dusun Seropan apabila musim kemarau datang dibuktikan dengan implementasi pada data di atas bahwa pihak Hotel Santika Premiere Yogyakarta memberikan sejumlah 17 tangki air bersih dan alat penyalur air. Ini menjadi bukti bahwa Hotel Santika Premiere Yogyakarta juga berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk masyarakat dan telah terlaksana. Hubungan antara perusahaan dengan lingkungan juga dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta

dalam pelaksanaan CSR tanam pohon ini, jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan ini yang dinyatakan dalam *planet*.

Secara garis besar dalam pelaksanaan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini terlaksana dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah dirumuskan pada bagian perencanaan sebelumnya. Dalam teori *Self Managing Strategy*, berarti implementasi sosial perusahaan melaksanakan sendiri di lapangan. Perusahaan yang merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi. *Self managing strategy* dapat dilakukan dengan membentuk departemen dalam struktur organisasi yang bertugas untuk melaksanakan *social responsibility* perusahaan (Hadi,2014:146). Dalam hal ini Santika Premiere Yogyakarta dapat dikatakan melakukan *self managing strategy*.

#### b. Sosialisasi dan Edukasi

Kegiatan pelaksanaan Sosialisasi dan edukasi yang dilaksanakan oleh pihak Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini memiliki kekurangan. Dalam Kegiatan yang dilaksanakan ini kurang dapat menganalisis *audience* yang diajak untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi dan edukasi yang dilaksanakan. Mengapa ini dapat dikatakan masih lemah dalam menganalisis *audience* dikarenakan kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan ini hanya satu kali dalam satu tahun. Pelaksanaan sosialisasi untuk masyarakat seharusnya lebih di analisa kembali oleh pihak Tim CSR terkait permasalahan latar belakang pendidikan masyarakat dusun tersebut yang masih di bawah rata-rata seperti pada wawancara yang sudah dilaksanakan oleh peneliti dan melihat tingkat pemahaman masyarakat terkait sosialisasi tersebut masih belum sepenuhnya paham mengenai isi pesan yang ingin disampaikan. Pesan yang ingin disampaikan ini ingin memberikan kesadaran terkait penghematan air ketika musim kemarau yang berujung kepada *behavior change*. Kegiatan yang dilaksanakan ini hanya dilaksanakan sekali dan tidak dapat dikatakan berhasil dikarenakan pemahaman masyarakat yang membutuhkan beberapa kali diadakannya sosialisasi. Begitu juga dengan kegiatan CSR tanam pohon yang dilaksanakan kebanyakan masyarakat masih belum memahami tentang pentingnya penanaman pohon terkait dengan seringnya terjadi longsor yang di rasakan didaerah Imogiri tersebut. Pemahaman yang dimiliki masyarakat masih kurang cepat dalam pemberian materi yang dilaksanakan ini menjadikan kegiatan ini kurang bermanfaat untuk masyarakat dikarenakan kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan masih sangat kurang dan tidak berulang-ulang.

### 3. Evaluasi CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta

Evaluasi ini dilaksanakan dalam rangka untuk mencapai tujuan yaitu memperoleh temuan dan masukan untuk perencanaan program atau kegiatan yang dilaksanakan (Hadi,2014:147), dalam konsep tersebut menyatakan bahwa bentuk apa evaluasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta untuk mendapatkan temuan dan masukan untuk kegiatan yang dilaksanakan yaitu dengan menggunakan evaluasi dengan cara *Focus Group Discussions* (FGD). Tahapan selanjutnya yaitu memperoleh respons temuan yang diterima ini juga nantinya akan dikemas dengan tahapan selanjutnya menurut teori Nor Hadi yaitu melihat respons masyarakat. Respons masyarakat yang diterima ini ada respons positif dan respons negatif yang sudah di jelaskan pada data di atas. Dalam evaluasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini mendapatkan temuan perbaikan. Temuan perbaikan yang diperoleh dari FGD dalam data di atas yaitu pihak Hotel Santika Premiere Yogyakarta sudah mendapatkan pilihan untuk perbaikan. Langkah ini sudah tepat dilaksanakan oleh Tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Langkah ini tepat juga di perkuat oleh konsep Nur Hadi yaitu CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta dapat merencanakan program lanjutan seperti *Maintenance program*, *Monitoring program*, dan menganggarkan dana tambahan.

### **Kesimpulan**

Perencanaan yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta mengenai CSR Bantuan Air bersih dan CSR Tanam Pohon ini masih terbilang belum terencana dengan baik. Dikarenakan sebuah CSR yang dilaksanakan harus memiliki pondasi yang kuat terlebih dahulu seperti hasil penelitian ini CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta tidak menetapkan Visi Misi sebagai landasan pelaksanaan CSR simbol-simbol logo atau identitas perusahaan masih kurang ditekankan ditambah lagi strategi komunikasi melalui edukasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini direncanakan hanya dalam satu kali saja ini membuktikan bahwa Tim CSR kurang menganalisis pemahaman segmentasi yang dituju. Permasalahan ini juga terkait dengan SDM (pihak karyawan) hal ini juga penting karena pengetahuan dan pemahaman yang tepat bagi karyawan membantu memberi batasan, menyusun strategi serta menyusun evaluasi karena *Public Relations* di Hotel Santika Premiere Yogyakarta masih di bawah naungan Divisi Marketing.

Selain itu implementasi yang dilaksanakan ini sudah sesuai dengan konsep “*Tri Botton Line*” dari Jhon Elkington yang meliputi *profit*, *people*, *planet* yaitu Hotel Santika Premiere Yogyakarta

melakukan program CSR untuk meningkatkan produktivitas sebuah kinerja dari sebuah perusahaan seperti melaksanakan sosialisasi, edukasi, memberikan bibit pohon, memberikan tangki air bersih beserta alat penyedot lainnya sudah sesuai dengan perencanaan awal dan ini implementasi ini akan menumbuhkan profit bukan hanya sekedar materi melainkan citra positif perusahaan dimata masyarakat itu yang akan menumbuhkan materi. Dari segi *people* juga Hotel Santika telah memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk masyarakat dan telah terlaksana dan dari segi *planet* sendiri hubungan antara perusahaan dan lingkungan juga terlaksana dengan baik. Maka dari itu pelaksanaan atau implementasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta dapat dikatakan cukup baik.

Evaluasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini dengan melakukan koordinasi dengan warga dan melakukan FGD untuk menggali informasi terkait kesuksesan sebuah program CSR yang dilaksanakan ini. Dalam analisis evaluasi yang dilaksanakan ini dengan menggunakan konsep Nor Hadi di perkuat lagi dengan pernyataan Wirawan serta di perkuat lagi dengan temuan evaluasi empat konsep dari Owen. Tahapan evaluasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini dapat dikatakan cukup baik dari melaksanakan FGD, menganalisis masalah, hingga menemukan temuan perbaikan. Namun tahapan evaluasi ini menjadi kurang sempurna dikarenakan pihak Manajemen Pejabat Struktural Hotel Santika Premiere Yogyakarta belum melaksanakan perbaikan dari masukan evaluasi seperti *mantanance* program, *monitoring* program, dan *supply* dana tambahan untuk revitalisasi program yang telah dilaksanakan. Sehingga program CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta tidak dapat berjalan lebih lanjut terkait perbaikan dan tidak dapat dinyatakan *sustainability* dikarenakan kurangnya kesadaran dari pihak manajemen untuk pentingnya *sustainability programs*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asniwati, B. (2010). Evaluasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility CSR Pupuk Kaltim. *Jurnal Eksis*, 6 no1, 1267-1266.
- Budiasni, N. N. (2015). *Implementasi Corporate Sosial Responsibility Berdasarkan Konsep Tri Hita Karana* (Vol. 3). Bali: e-Jurnal.
- Cutlip, & M, S. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Fajar, A. (2011). *Sistem Kendali dan Strategi (Manajemen) Krisis Dalam Kajian Public Relations* (Vol. 1). Surakarta: Jurnal Komunikasi.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jonker, J., & Witte, M. d. (2006). *Management Models for Corporate Social Responsibility*. Germany: Spinger.
- Kitzmuller, M. (2010). *Economic perspective of Corporate Social Responsibility*. Florence: European University Institut.
- Levy, S. E. (2014). Corporate Social Responsibility: Perspectives of Hotel Frontline Employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26, 332-348.
- Loven, R. D., Crishtin, M., & Iffandi, A. (2015). *Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT KAI Commuter Jabodetabek pada Penanganan Kasus Kecelakaan KRL Lintas Jakarta-Bogor September 2015*. Bandung: Universitas Telkom.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munthe, A. P. (2015). *Pentingnya Evaluasi Program Istitusi Pendidikan*. Tangerang: Universitas Pelita Harapan.
- Park, S.-Y. (2014). Corporate Social Responsibility: Prespective of hotel front line employee. *USF Scholarship*, 20-24.
- Petterson, A., & Dzafic, J. (2016). *Greenwashing in CSR Report*. Swedish: Jonkoping University.
- Philip, K., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Phunita, S., & Rasdi, R. M. (2013). Corporate Social Responsibility: Adoption of green marketing by hotel Industri. *Asian Sosial Science*, 9 no.17, 2-15.
- Rachman, N. M., Effendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Roza, S. (2014). Perencanaan, Implementasi, evaluasi Program CSR. *Mankeu*, 374-463.
- Roza, S. (2014). Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Mankeu*, III, 374-463.
- Said, A. L. (2015). *Corporate Social Responsibility dalam Prespektif Governance*. (Sarmadan, Penyunt.) Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, Y. D. (2005). *Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Komunitas Pada Program Perusahaan*. Jakarta: Jurnal Komunikasi.
- Sari, Y. D. (2012). Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Dalam Program Perusahaan. *Aspikom*, 1-25.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sylvia, M. (2016). *CSR PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya*. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.

- Tayibnapis, F. Y. (2008). *Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi Untuk Program Pendidikan dan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Visser, W., Dirk, M., Pohl, M., & Tolhurst, N. (2010). *The A-Z of Corporate Social Responsibility*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Yanto, H. N., & Suratman. (2015). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PTPN 7 Padang Pelawi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. *Jurnal Penelitian Sosial dan Politik, IV*, 23-36.