



PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FURAMA VILLA & SPA UBUD BAGI MASYARAKAT DESA MEKAR BHUANA, UBUD

Eka Sudarmawan

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima
Disetujui
Dipublikasikan

Kata Kunci:
Corporate Social
Responsibility (CSR)

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan program yang wajib dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan membangun hubungan yang harmonis guna mempertahankan citra baik dan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Corporate Social Responsibility (CSR) Furama Villa & Spa Ubud dimata masyarakat Desa Mekar Bhuana Ubud. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu yang disajikan dalam bentuk verbal. Data yang termasuk kualitatif dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara yang dilakukan kepada masyarakat, management Furama Villa & Spa serta dokumentasi terkait dilaksanakannya program CSR ini.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan terhadap masyarakat dan observasi yang dilakukan di Br. Bindu, Desa Mekar Bhuana serta bukti dokumentasi yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa Program CSR yang dilakukan oleh Furama Villa and Spa Ubud sesuai dengan tujuan dari program CSR Rudito dan Famiola (2013) dimana program CSR berperan dalam (1) Mendukung upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan kondisi sosial, ekonomi serta budaya desa. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan yaitu berupa : pemberian dana dan support pada setiap ulang tahun STT Darma Yowan, pemberian Sembako bagi Lansia, Pemberian sumbangan kepada penyandang cacat, dan pemberian beasiswa pagi siswa di Desa Mekar Bhuana, Ubud (2) mengangkat 30 persen tenaga kerja lokal sehingga membawa dampak baik yang dapat mengurangi pengangguran di desatersebut. (3) dari kegiatan-kegiatan tersebut diatas. Hal ini juga sejalan dengan hasil wawancara kepada masyarakat desa tersebut yang merasakan betapa besar manfaat program-program yang telah diberikan oleh Faruma Villa Ubud ini.

1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) atau lebih dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kegiatan wajib perusahaan dalam menjalani tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang telah diatur dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 dimana pada butir pertama dijelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”

Selain kewajiban yang telah diatur oleh undang – undang setiap perusahaan kini bersaing secara sehat untuk menciptakan reputasi yang baik di mata masing – masing, baik konsumen serta masyarakat sekitarnya dan kegiatan CSR inilah yang biasanya digunakan pada praktisi *Public relations* di lapangan untuk meningkatkan daya tarik perusahaan ditengah-tengah masyarakat. Adapun kegiatan sosial yang dilakukan dapat berbagai bentuk misalnya membangun sarana pendidikan, meningkatkan mutu kesehatan masyarakat yang kurang mampu, atau pengelolaan sumber daya alam lingkungan seperti aksi “Go Green” yang kini banyak dilakukan oleh perusahaan industri. Kegiatan sosial ini bertujuan, selain menjalankan kegiatan yang telah diwajibkan oleh pemerintah tidak jarang perusahaan merasa memiliki andil karena telah berada ditengah – tengah masyarakat dalam menjalankan bisnis dan meraup keuntungan sehingga menggerakkan sisi kepedulian guna berbagi kepada mereka yang membutuhkan .

Furama Villa & Spa Ubud sudah melakukan program wajib CSR rutin dilakukan setiap tahunnya dari sejak Furama Villa & Spa Ubud dibangun adapun program tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1.

TABEL 1.1
PROGRAM CSR FURAMA VILLA & SPA UBUD

NO	Kegiatan	Lokasi	Waktu
1.	Pemberian dana dan <i>support</i> pada setiap ulang tahun STT. Darma Yowana.	Balai Banjar Br.Bindu	Setiap bulan Februari
2.	Pemberian Sembako bagi Lansia.	Balai Banjar Br.Bindu	Setiap bulan Maret
3.	Pemberian Sumbangan kepada penyandang cacat	Balai Banjar Br.Bindu	Setiap bulan Mei
4.	Pemberian beasiswa prestasi bagi siswa sekolah dasar yang berprestasi di kelas dari peringkat I-VI	SD Negeri 3 Mekar Bhuana	Setiap bulan Agustus

Sumber: Document CSR *Furama Villa & Spa*

Bedasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa Furama Villa sudah melakukan program CSR, namun menurut I Ketut Sudiarta selaku Human Resource Manager menyatakan: “...belum pernah dari pihak villa menganalisa secara rinci Bagaimanakah peran CSR yang telah dilakukan Furama Villa and Spa bagi masyarakat masyarakat Desa Mekar Bhuana...” selama ini dari pihak villa hanya menjalankan program tahunannya tanpa mengetahui bagaimana manfaatnya untuk masyarakat sekitar.

Bedasarkan fenomena diatas, peneliti mencoba melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Peran Corporate Social Responsibility Furama villa & Spa Ubud bagi masyarakat Desa Mekar Bhuana, Ubud”.

II. Kajian Pustaka

2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Kotler dan Nancy (2005) Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan “Sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan”.

Definisi CSR menurut Edi Suharto (2009) adalah “CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan professional”.

Sedangkan Wibisono (2007:7) *Corporate Social Responsibility (CSR)* “Merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya”.

2.1.1 Tujuan dan Sasaran dari Program CSR

Tujuan dan sasaran dari program CSR secara umum terutama dalam hal pengembangan masyarakat menurut Rudito dan Famiola (2013) yaitu sebagai berikut.

1. Tujuan Program CSR

- a. Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, budaya yang lebih baik di sekitar wilayah kegiatan perusahaan.
- b. Memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat.
- c. Membantu pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan

dan pengembangan ekonomi wilayah.

2. Sasaran Program CSR

- a. Pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia bagi masyarakat dan pihak-pihak terkait yang berada disekitar wilayah perusahaan.
- b. Pengembangan dan peningkatan sarana atau fasilitas umum didasarkan pada skala prioritas dan potensi wilayah tersebut.
- c. Mendorong dan mengembangkan potensi-potensi kewirausahaan yang didasarkan pada sumber daya lokal.

Pengembangan kelembagaan lokal di sekitar wilayah operasi perusahaan.

Motif dilaksanakannya CSR menurut Wibisono (2007), yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal non-financial utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholders*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR di-

- harapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.
 4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
 5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
 6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang ke dalam siklus produksi.
 7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya trust kepada perusahaan.
 8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
 9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
 10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak reward ditawarkan bagi pegiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang program CSR, yaitu Febriana Permata Puteri (2012) dengan judul “Implementasi *Corporate Sosial Responsibility* dalam Mempertahankan Citra” Febriana menggunakan analisis Deskriptif kualitatif di PT. Angakasa Pura 1 Adi Sutjipto pada program kemitraan dan bina lingkungan. Dengan kesimpulan bahwa, komunikasi *external* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan biasa memberikan citra bagi perusahaan itu sendiri, baik positif ataupun negatif, tergantung cara dari perusahaan dalam berkomunikasi berdasarkan hubungan yang harus di bina. Berikutnya Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya Laksana (2012) yang

berjudul “Implementasi *Corporate Sosial Responsibility* dalam Membentuk Reputasi Perusahaan” analisis yang digunakan adalah analisis Deskriptif kualitatif yang dimana kesimpulannya adalah PT. pupuk kaltim adalah perusahaan yang sejak lama telah memiliki komitmen dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Namun pelaksanaan program-program CSR tersebut masih didasari oleh kewajiban untuk memenuhi aturan-aturan yang ada dan belum sepenuhnya menjadi bagian dari strategi perusahaan. dari sisi implementasi, program CSR khususnya peduli pendidikan, sudah sangat baik namun masih memiliki kekurangan dalam hal strategi komunikasi sehingga program tersebut juga bisa memberikan manfaat bagi citra dan reputasi perusahaan. Perhadap *stakeholder* perusaan. Kelemahan lainnya adalah masih belum adanya proses *survey* untuk mengetahui program yang tepat untuk perusaan.

III. Metode Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Banjar Bindu, Mambal, Jalan Raya Mambal - Ubud. PO. Box 134 – Ubud 80571, Badung, Bali – Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk verbal. Data yang termasuk kualitatif dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara yang dilakukan kepada masyarakat, management Furama Villa & Spa serta dokumentasi terkait dilaksanakannya program CSR ini.

A. Sumber data

Sumber data Penelitian ini adalah :

1. Data Primer
Data Primer dalam penelitian ini adalah data yang didapat langsung dari objek penelitian melalui observasi, wawancara kemudian diolah dan ditarik kesimpulannya
2. Data Sekunder
Data Sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti seperti

foto atau dokumentasi dari CSR yang telah dilakukan

B. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Wawancara
Wawancara dilakukan kepada masyarakat Banjar Bindu, mambal dan HRD Furama Villa dan menggali informasi berkaitan dengan CSR yang telah dilakukan Frama Villaand Spa
2. Observasi
Observasi yang dilakukan dalam Penelitian hanya mengamati dan mencatat berbagai fenomena yang dianggap perlu sebagai data penelitian dan tidak terlibat dalam kegiatan program CSR yang dilakukan oleh Furama Villa sendiri.
3. Dokumentasi
Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berupa pencatatan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan CSR yang telah dilakukan serta hasil dokumentasi berupa foto-foto program CSR

C. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan daam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan hasil wawancara, observasi serta dokumentasi yang dilakukan dan menarik kesimpulan berkaitan dengan peran CSR yang dilakukan oleh Furama Villa & Spa Ubud Bagi masyarakat Desa Mekar Buana, Ubud.

IV. Hasil dan Pembahasan

- A. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada masyarakat sekitar, HRD Furama Villa and Spa serta hasil dokumentasi yang dilakukan peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa Program CSR yang dilakukan oleh Furama Villa and Spa Ubud sesuai dengan Rudito dan Famiola (2013) dimana tujuan dari program CSR diantaranya berperan dalam

(1) Mendukung upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan kondisi sosial, ekonomi serta budaya desa. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan yaitu berupa : pemberian dana dan support pada setiap ulang tahun STT Darma Yowan, pemberian Sembako bagi Lansia, Pemberian sumbangan kepada penyandang cacat, dan pemberian beasiswa pagi siswa di Desa Mekar Bhuana, Ubud (2) mengangkat 30 persen tenaga kerja lokal sehingga membawa dampak baik yang dapat mengurangi pengangguran di desa tersebut. (3) dari kegiatan-kegiatan tersebut diatas secara tidak langsung Furama Villa and Spa telah membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan. Hal ini juga sejalan dengan hasil wawancara kepada masyarakat desa tersebut yang merasakan betapa besar manfaat program-program yang telah diberikan oleh Furama Villa Ubud ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Rudito dan Melia Famiola. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Edisi: [Rosdakarya](#)
- Budimanta, A, Prasetyo, A., Rudito, B. 2004. *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Drs.Wardiyanta, M.Hum, (2006), *Metode Penelitian Pariwisata*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Permata Puteri, Febriana 2012. *Implementasi Corporate Sosial Responsibility dalam Mempertahankan Citra*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Hardjana, A. A. (2008). *Komunikasi Dalam Manajemen Reputasi Korporasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5, No. 1, Juni , 1-24
- Kotler and Nancy, 2005. *Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Canada: John Willy and Sons. Inc
- Laksana Wijaya. 2012. *Implementasi CSR dalam Membentuk Reputasi Perusahaan*. Tesis Pasca Sarjana Jurusan Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Jakarta
- Laksana, W. (2012). *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program Peduli Pendidikan di PT Pupuk Kalimantan Timur)*. Jakarta: FISIP Universitas Indonesia.
- Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung:Alfabeta
- Rahanatha dan Yusdantara, 2015. *Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4, 2015: 813-831.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: Buku Kita
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. 2007. *Dasar – Dasar Public relations*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiarto M, Tony Hendratono dan Djoko Sudibyo. 2015. *Metodologi Penelitian Hospitaliti dan Pariwisata*, Tangerang: Matana Publishing
- Suharto, Edi. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*, Bandung: CV. Alfabeta
- Sulastiyono, Agus.2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel.Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. CV Alfabeta