

Penerapan *Green Corporate Social Responsibility (CSR)* di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melalui Program “Green Jogja”

Yeni Rosilawati¹ dan Affan Arsyad^{2*}

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: yenirosilawati@gmail.com¹ dan affanaeres@gmail.com^{2*}

*corresponding author

ABSTRACT

Green Corporate Social Responsibility (Green CSR) is the company's commitment to be responsible for the environment and the preservation of the surrounding environment, especially those affected by the company's operations. The purpose of this study is to evaluate the program of Green CSR of the Hyatt Regency Yogyakarta. The study was qualitative designed as a case study. The data were obtained from primary data through in-depth interviews with CSR managers and local communities around the hotel and secondary data in the form of reports on CSR activities in the mass media. The results showed that the Green CSR programs of Hyatt Regency Jogja included (i) using treated hotel's wastewater for watering plants, (ii) replacing 80% of hotel lights with LED lights, (iii) using solar panels and saving energy through third party laundry which was proven to reduce the electricity usage of the hotel, (iv) holding *Garden Adoption*, the competition to decorate the garden in each employee's house, and (v) empowering the community around the hotel through education to increase the awareness on the environment with some vandalism purging and tree planting activities to support the sustainable environmental development in Yogyakarta.

Keywords:

Implementation, Green CSR, development, environment.

ABSTRAK

Green Corporate Social Responsibility atau Green CSR merupakan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan pelestarian lingkungan sekitarnya terutama yang terkena dampak operasional perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi program CSR melalui program Green CSR Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan bentuk studi kasus. Sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari data primer melalui wawancara mendalam dengan pengurus CSR serta masyarakat lokal di sekitar hotel dan data sekunder berupa laporan kegiatan CSR dan berita-berita di media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR Green Hyatt Regency Jogja meliputi (i) penggunaan air limbah hotel yang telah diolah untuk menyiram tanaman, (ii) penggantian 80% lampu hotel dengan lampu LED, (iii) penggunaan panel surya dan penghematan energi melalui laundry pihak ketiga yang terbukti mampu mengurangi penggunaan listrik dari dalam hotel, (iv) *Garden Adoption* atau lomba menghias taman di rumah karyawan masing-masing serta (v) pemberdayaan masyarakat di sekitar hotel melalui mengedukasi masyarakat lokal aksi pembersihan aksi vandalisme dan penanaman pohon dalam mendukung pembangunan lingkungan yang berkelanjutan diwilayah Yogyakarta.

Kata Kunci:

Implementasi, Green CSR, pembangunan, lingkungan

Copyright © 2019 Channel Jurnal Komunikasi. All right reserved.

PENDAHULUAN

Resiko atau dampak kegiatan usaha bisnis harus dikelola agar tidak menimbulkan akibat negatif bagi masyarakat dan lingkungan. Pelaku bisnis dan perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) karena dampak atau resiko dari bisnis mereka terhadap lingkungan di sekitar mereka perusahaan. Kotler dan Lee (2005:3) berpendapat Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas lewat praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan. Aturan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) UU 40 tahun 2007, yang menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Oleh karena itu, program CSR menjadi sebuah keharusan untuk dilaksanakan bagi setiap perusahaan.

Melalui kegiatan Green Jogja, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta berusaha menjalankan komitmennya dalam CSR. Beberapa tahun terakhir, isu lingkungan memang menjadi salah satu *concern* utama bagi sebuah perusahaan saat melaksanakan CSR. Hal tersebut dikarenakan mulai munculnya pemahaman bahwa faktor penyebab terjadinya kerusakan ekosistem lingkungan disebabkan oleh berbagai aktivitas manusia (Yulia, 2006) sehingga beberapa perusahaan mencoba untuk memberikan kontribusi terhadap lingkungan salah satunya melalui CSR lingkungan atau *Green CSR*.

KONSEP CSR

Wacana mengenai CSR lahir dilandasi pemikiran bahwa keberadaan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari lingkungan dan masyarakat disekitarnya. Perusahaan sebagai institusi sosial pada dasarnya memiliki ketergantungan hidup dari lingkungan dan masyarakatnya. Menurut Daft (2006) definisi CSR merupakan kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang akan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi itu sendiri. Sedangkan definisi CSR menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2002):

“As a commitment to contribute to the sustainable economic development, to work with the company’s employees, employee’s family’ members, local community members and community in general as the efforts of improving the quality of life”

Menurut definisi WBCSD (2002) CSR merupakan komitmen untuk memberikan kontribusi kepada pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development) dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Menurut Robbins dan Coulter (2010) definisi CSR adalah:

A business firm’s obligation, beyond that required by law and economics, to pursue long term goals that are good for society. Also note for the definition views business as a moral agent. In its effort to do good for society, it must differentiate between right and wrong

Menurut Chrysanti Hasibuan-Sedyono (2006) kebanyakan orang masih melihat CSR sebagai inisiatif untuk meningkatkan reputasi sebuah tindakan yang mulia dan murah hati. Hanya beberapa orang melihat CSR sebagai filsafat yang mendukung operasi perusahaan. Menurut definisi dari IBLF (2003) bahwa CSR merupakan praktek bisnis yang terbuka dan transparan berdasarkan nilai-nilai etika dan menghormati untuk pemangku kepentingan, karyawan, masyarakat dan lingkungan, yang akan memberikan kontribusi bagi keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Definisi ini menekankan pada pemangku kepentingan (stakeholders) dan sosial ekonomi serta lingkungan. Sementara itu Berger, Cunningham & Drumwright (2007) mengatakan bahwa CSR merupakan komponen penting dari dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingan seperti pelanggan mereka, karyawan dan investor. Penelitian yang dilakukan oleh Bhattacharya, Korschun & Shen (2009) mengatakan bahwa mayoritas dari perusahaan Fortune 500 tidak hanya terlibat dalam inisiatif tanggung jawab sosial, tetapi juga mencurahkan sumber daya yang cukup untuk pelaporan kegiatan CSR untuk beragam pemangku kepentingan perusahaan.

Konsep CSR yang awalnya fokusnya hanya pada kesejahteraan pekerja dan kegiatan filantropi mulai bergeser menjadi CSR tentang lingkungan atau bisa disebut sebagai *Green CSR*. Adiaty (2012) menambahkan bahwa *Corporate Social Responsibility* kini dianggap sebagai komitmen untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan pelestarian lingkungan sekitar perusahaan. Hal tersebut tentunya dikarenakan dampak yang dirasakan lingkungan berkat kehadiran sebuah perusahaan. Faktor penyebab terjadinya kerusakan ekosistem lingkungan disebabkan oleh berbagai aktivitas manusia. Oleh karena itu muncul konsep *Green CSR* yang merupakan jawaban atas beberapa masalah lingkungan yang telah ditimbulkan oleh manusia atau dalam hal ini adalah perusahaan.

Konsep *Green CSR* merupakan konsep yang menuntut perusahaan untuk dapat berkontribusi secara maksimal terhadap lingkungan. Kontribusi tersebut adalah dengan menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah

dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan. Hal ini tentunya menegaskan bahwa aspek lingkungan bukan lagi menjadi hal yang sepele (Aryawan, 1992). Melalui program Green CSR, sebuah perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab untuk ikut serta menjaga lingkungan yang terkena dampak dari hadirnya sebuah perusahaan. Adapun tujuan dari *Green CSR* adalah agar generasi selanjutnya masih dapat menikmati sumber daya alam yang ada (Sumber: <https://co2cards.com/green-corporate-social-responsibility>).

Salah satu cara yang dapat menjadikan perusahaan ramah lingkungan adalah dengan energi yang mereka gunakan. Pada tahun 2011, pemilik perusahaan *Signature Solar* yakni Steven Buerkle dalam Singh (2011) mengatakan mengenai manfaat yang akan didapatkan oleh sebuah perusahaan ketika menggunakan energi yang ramah lingkungan. Manfaat tersebut tentunya akan memberikan dampak yang luar biasa bagi lingkungan. Beberapa manfaatnya yakni: (a) Tidak ada polusi, gangguan, dan bagian yang terbuang; (b) Dapat memanfaatkan cahaya matahari yang selalu ada; (c) Teknologi ramah lingkungan yang digunakan telah terbukti dapat bertahan hingga 30 tahun; (d) mendapatkan tenaga listrik yang tinggi dengan biaya yang rendah; (e) Tidak ada resiko dari bahan bakar, baik dari harga maupun suplainya; (f) Berkomitmen kepada lingkungan; (g) Menggunakan sumber daya lokal yang otomatis mengurangi penggunaan bahan bakar fosil yang diimpor; (h) Panel surya memiliki garansi selama 25 tahun dan dapat bertahan hingga 35 tahun. Singh (2011) menguraikan beberapa langkah yang dapat dilakukan sebuah perusahaan untuk dapat menjadi perusahaan hijau. Konsep hijau menurut Singh (2011) adalah sebuah konsep perusahaan yang benar-benar peduli terhadap kelestarian lingkungan. Adapun langkah tersebut diantaranya adalah: pertama, daur ulang. Perusahaan dapat memulainya dengan mendaur ulang sampah dari berbagai proses pembuangan yaitu dari beberapa jenis bahan sisa yang diantaranya adalah aluminium, kertas, plastik dan sampah. Benda-benda tersebut awalnya harus dipisahkan untuk memastikan agar mereka tidak tercampur dan agar bisa terdaur dengan baik. Selain itu, bahan sisa tadi tidak dikirimkan ke tempat yang tidak bisa terurai dengan baik. Pekerja juga tidak diperbolehkan memiliki tempat sampah sekitar meja kerjanya karena hal itu akan menghambat pemisahan sampah.

Kedua, mengurangi hasil cetak. Cara lain untuk mengurangi bahan sisa adalah dengan mengirimkan dokumen melalui email daripada harus mencetaknya. Kecuali, dokumen tersebut memang harus dicetak di kertas. Kantor juga harus mengimplementasikan peraturan untuk tidak mencetak. Ketiga, mematikan lampu. Sebuah gedung seharusnya bisa menerima banyak cahaya dengan cara membuka jendela mereka dan membiarkan cahaya matahari masuk daripada menyalakan lampu. Ini tidak hanya berdampak pada pengurangan biaya akan tetapi juga menghemat energi. Menggunakan lampu hemat energi juga menjadi sebuah hal yang bijak yang menggunakan tenaga listrik kurang dari 75 %. Keempat, mengurangi menggunakan bahan bakar hasil fosil. Hal ini dirasa penting bagi pelaku bisnis untuk mengurangi bahan bakar yang mereka gunakan. Menciptakan sebuah program untuk berpergian bersama-sama akan mengurangi penggunaan bahan bakar fosil. Selanjutnya perusahaan dapat membuat kemasan yang lebih ramping agar dapat memaksimalkan dari kendaraan yang digunakan sehingga dapat meminimalisir penggunaan emisi. Kelima, menggunakan energi terbarukan. Cara lain yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menghemat energi fosil adalah dengan cara menemukan pilihan energi terbarukan untuk pembangunan perusahaan. Mereka seharusnya dapat memiliki alternatif lain untuk mengurangi energi yang mereka gunakan. Penggunaan tenaga surya adalah cara yang tepat untuk mengurangi emisi dan hal tersebut akan membantu perusahaan dalam aspek ekonomi.

Keenam, menggunakan produk ramah lingkungan. Banyak perusahaan membuat produknya menjadi lebih ramah lingkungan. Seperti pada situs <http://greenandmore.com/> yang memiliki barang-barang yang dapat menjadikan sebuah perusahaan sadar akan pentingnya menjadi perusahaan yang ramah lingkungan. Produk yang ada dalam situs tersebut juga merupakan produk yang terbuat dari bahan-bahan daur ulang yang nantinya juga akan dapat digunakan kembali tanpa harus dibuang.

Dari penjelasan diatas, maka dapat kita ketahui bahwa hadirnya konsep Green CSR sendiri menunjukkan betapa pentingnya pelaku usaha maupun perusahaan menjaga lingkungan untuk mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan. Pengertian pembangunan berkelanjutan menurut *The World Commission on Environment and Development* (WCED) sebagaimana dikutip Solihin (2009) mengemukakan bahwa "Pembangunan berkelanjutan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi-generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri". Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) mengatur mengenai kewajiban badan usaha untuk menjalankan sebuah *CSR* atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Sementara itu Singh (2011) telah menjelaskan manfaat yang akan didapat oleh sebuah perusahaan ketika menjalankan Green CSR yaitu berupa kepercayaan dari masyarakat. Hal tersebut dikarenakan masyarakat percaya bahwa hadirnya perusahaan tersebut mampu memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. *CSR* dijalankan oleh sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan *stakeholder*. Hal ini dikarenakan *stakeholder* merupakan bagian penting dari perusahaan tersebut. Wheeler dan Sillanpaa dalam (Gunawan dan Adi Pratama, 2008:49), membagi *stakeholder* dapat dibagi kedalam dua kategori yaitu primer yang memiliki keterlibatan langsung dan dapat memengaruhi perusahaan dan sekunder yang tetap berpengaruh namun tidak terlibat secara langsung. Sementara itu, Freeman (1984) mengidentifikasi *stakeholder* meliputi *stakeholder* internal yang meliputi konsumen, karyawan, serta pemasok, dan eksternal meliputi pemerintah, kompetitor, advokasi konsumen, pemerhati lingkungan, *Special Interest Group* (SIG) dan media.

Dalam program “Green Jogja” Hotel Hyatt Regency Jogja berhasil melibatkan berbagai *stakeholder* (*stakeholder’s engagement*) yaitu masyarakat lokal di sekitar hotel, tokoh-tokoh masyarakat dan pemerintah daerah serta sekolah-sekolah yang terlibat dalam kegiatan Green Jogja melalui kegiatan konservasi lingkungan melalui adopsi taman, *earth hour* dan penghijauan. Program Green Jogja berhasil meraih penyelenggara CSR terbaik se-Kabupaten Sleman dan predikat Green Hotel nomor satu yang ada di Indonesia serta mendapat penghargaan dari kementerian pariwisata (<http://www.maxx-m.com/news/hyatt-regency-yogyakarta-awarded-green-hotel-award-2017/>).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif. Moleong (2008: 4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena apa saja yang dialami oleh subjek yang diteliti baik secara perilaku maupun persepsi dengan cara mendeskripsikannya melalui kata-kata dan bahasa pada konteks yang alamiah.

Penelitian ini lebih menekankan pada pendekatan *case study* (*studi kasus*). Fokus peneliti nantinya akan dipusatkan pada obyek tertentu dan mempelajarinya sebagai sebuah kasus. Data yang diperoleh dalam studi kasus nantinya dapat bersumber dari pihak-pihak yang bersangkutan atau dari berbagai sumber (Nawawi: 2003:01). Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah data primer melalui wawancara mendalam, dan data sekunder yang diperoleh dari mengutip sumber lain seperti buku-buku, internet, pemberitaan online, dokumentasi, dan sebagainya.

Dalam menganalisis data, Moleong (2008:289) menjelaskan bahwa inti dari sebuah analisis data penelitian kualitatif terletak pada tiga hal, mendeskripsikan fenomena, mengklasifikasikan serta melihat bagaimana antar konsep yang muncul memiliki keterkaitan satu sama lain. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, lalu menarik kesimpulan Miles & Huberman (2014). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

A. Wawancara Mendalam (*Indepth-Interview*)

Wawancara merupakan sebuah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, antara seseorang yang ingin mendapatkan informasi dengan orang yang lainnya melalui pertanyaan dengan tujuan tertentu (Mulyana, 2002:180). Teknik ini merupakan teknik yang digunakan oleh penulis memperoleh informasi secara detail melalui wawancara secara mendalam tentang pelaksanaan program *Green Corporate Social Responsibility* Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melalui program *Green Jogja*. Untuk mendapatkan informasi secara detail, peneliti akan menentukan beberapa informan yang mengerti tentang program tersebut. Beberapa kriteria informan yang dipilih oleh penulis :

1. Pihak yang terlibat yang bertanggungjawab langsung terhadap perancangan dan pelaksanaan program CSR yaitu Director of Human Resources dan Public Relations Officer Hyatt Regency Yogyakarta (1 orang) beserta staf CSR (1 orang)
2. Informan dari pihak *stakeholder* yaitu pemerintah lokal yaitu Kepala Kelurahan Desa Sari Harjo (1 orang)
3. Warga masyarakat yang menerima manfaat program CSR sebanyak satu (3) orang warga.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi. Teknik ini merupakan teknik pengumpulan data berupa data tertulis maupun data berupa gambar serta data-data lainnya yang mampu memperluas data yang akan digunakan penulis. Moleong (2008:217) menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan sebuah teknik yang telah digunakan sejak lama untuk dapat menguji, menafsirkan data hingga untuk meramalkannya. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa laporan kegiatan CSR dan klipping berita CSR.

Adapun langkah analisis data data kualitatif bersumber pada Miles & Huberman (2014) yang meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data.
Didalam mengumpulkan data, peneliti akan menggunakan teknik yang menggunakan model interaktif seperti wawancara mendalam (*Indepth Interview*), melakukan observasi dan dokumentasi.
2. Reduksi data.
Proses ini nantinya dilakukan melalui proses pemilihan, penyerdehanaan, transformasi data kasar dari lapangan. Teknik reduksi data sendiri merupakan sebuah teknik yang nantinya akan menggabungkan segala data yang didapat menjadi sebuah tulisan yang sesuai dengan format yang berlaku dan dilakukan hingga data dapat tersusun secara lengkap.
3. Penyajian data.
Dalam tahap penyajian data berisi penyusunan informasi kedalam sebuah konfigurasi atau matrik yang mudah dipahami. Konfigurasi yang dilakukan berujuan untuk mengambil kesimpulan serta sebuah tindakan. Kognisi manusia pada dasarnya memang lebih cenderung menginginkan sebuah informasi yang bersifat kompleks kedalam bentuk yang mudah dipahami. Hal inilah yang merupakan cara utama ketika menganalisis sebuah data kualitatif yang valid. Dalam tahapan penyajian data nantinya juga akan disampaikan dalam bentuk grafik atau sebuah bagan yang akan mengaitkan antar informasi.

4. Menarik kesimpulan.

Setelah melewati tahap pengumpulan data, maka langkah selanjutnya adalah mulai memilih atau menyeleksi data-data yang telah terkumpul. Kemudian dari data tersebut mulai peneliti terjemahkan melalui penjelasan yang disusun kedalam gabungan informasi yang mudah untuk dipahami. Setelah digabungkan, data kemudian akan dikategorikan berdasarkan masalah yang berkaitan. Data tersebut nantinya akan saling dihubungkan kemudian juga dibandingkan diantara keduanya agar nantinya peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai bentuk jawaban dari permasalahan yang telah diteliti oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Program *Green CSR* sebagai implementasi *Hyatt Thrive*

Sebagai salah satu badan usaha yang ada di Indonesia, maka Hotel Hyatt Regency Yogyakarta tentunya wajib memenuhi segala peraturan mengenai badan usaha yang ada di Indonesia. Salah satu peraturan tersebut adalah kewajiban perusahaan untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Peraturan yang membahas hal tersebut ada didalam undang-undang nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) yang menjelaskan bahwa badan usaha yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Untuk memenuhi hal tersebut, Hyatt Regency Yogyakarta sendiri memiliki *Hyatt Thrive* yang merupakan bentuk pertanggung jawaban sosial dan lingkungan.

Hyatt Thrive merupakan panduan *Hyatt International* yang bertujuan untuk menjalankan fungsi mengelola, mengasuh dan membimbing lingkungan sekitarnya demi tujuan-tujuan yang mulia dimanapun *property* tersebut berada termasuk Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Sesuai dengan fungsi yang ada didalam *Hyatt Thrive*, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta memiliki beberapa program CSR yang tujuannya untuk mewujudkan harapan dari *Hyatt International* sekaligus bertujuan untuk menjadi bagian dari masyarakat sekitar Hyatt Regency Yogyakarta dalam jangka panjang. *Hyatt Thrive* memiliki 4 Pillars :

1. Education & Personal Advancement

Kegiatan yang dilakukan hotel dalam aspek ini adalah menjadi orang tua asuh bagi 114 anak dari desa sekitar (dusun Sedan dan Tegalwaras) melalui bantuan dana pendidikan bulanan, memberi bea siswa bagi lulusan terbaik dari tiga (3) SD di lingkungan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta

2. *Health & Wellness*

Pihak hotel menjadi loyal partner bagi Yayasan Kasih Anak Kanker - Jogja seperti mengantar anak-anak Kanker berobat kemoterapi dan mengikuti Gerakan Berani Gundul di bulan Februari; melakukan berbagai kegiatan penggalangan dana dan *share awareness* mengenai kanker payudara bagi pasien di Yayasan Kanker Indonesia cabang Yogyakarta (misal: Pink Ribbon Seminar and Bazaar, Pink Ribbon Fun Walk , Pink Ribbon Dance Competition, Pink Ribbon 10 K Running serta melakukan kegiatan rutin Donor Darah.

3. *Environmental Sustainability*

Dalam aspek *environmental sustainability* contohnya adalah memakai produk ramah lingkungan dan produk lokal (97% dari seluruh kebutuhan hotel adalah produk lokal); berpartisipasi dalam *Earth Hour* setiap tahun; melakukan awareness tentang *Earth Hour* kepada generasi muda dengan kegiatan *Earth Hour Goes to Schools* ke sekolah-sekolah terdekat; lomba menggambar dan mewarnai dengan tema #savetheplanet; gerakan #cleanJogja atau anti vandalisme yaitu mengecat semua tembok di sepanjang jalan Palagan yang terkena Vandalisme; gerakan *Garden Adoption* dengan mengadopsi taman kota yang tidak terawat; melakukan banyak inisiatif *energy saving*.

4. Economic Development and Investment

Salah satu contoh yang dilakukan Hotel dalam aspek *Economic Development and Investment* adalah melakukan Bedah Rumah dimana karyawan hotel secara sukarela di luar jam kerja bergotong royong membangun kamar mandi dan dapur sehat untuk warga sekitar yang kurang mampu. Kemudian para karyawan juga menjadi orang tua asuh bagi desa wisata Purwo Sari dan membangunkan spot wisata baru di desa yaitu Ayunan Langit Watu Jaran. Hasil wawancara mendalam yang dilakukan *Asisten Human Resource Departement* (HRD) Hyatt Regency Yogyakarta sebagai berikut :

“CSR sangat perlu di perusahaan karena Hyatt berdiri dan berkembang di satu lingkungan. Mulai dari scoop kecil aja, dengan kita menunjukkan bahwa kita care dengan lingkungan saja, itu fungsi atau efeknya akan sangat besar sekali. Mulai dari efek yang saat itu timbul hingga ke depannya. Purpose Hyatt sendiri kan We Care to People so They Can be Their Best, jadi kita sudah berdiri disini, sudah dua puluh tahun ada disini sehingga harus menjaga hubungan baik dengan lingkungan yang ada disekitar kita. Dan ya alasan Hyatt mengadakan CSR adalah we share our care.” (wawancara dengan *assistent HRD*)

Beliau menambahkan:

“Hyatt menyadari bahwa Green CSR itu menjadi penting karena tidak semua hotel peduli dengan lingkungan.

Baik itu lingkungan hotelnya maupun lingkungan masyarakatnya. Alasan kita melakukan Green CSR adalah karena kita sayang bumi.” (wawancara dengan Assistent HRD)

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Hotel Hyatt Regency Yogyakarta menyelenggarakan CSR *Green Jogja* sebagai bentuk kepedulian mereka terhadap lingkungan tempat mereka berada. Pada tahap perencanaan, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melakukan beberapa persiapan. Diantaranya adalah memetakan tujuan serta kebutuhan yang diperlukan untuk program *Green Jogja*.

Pemetaan ini dilakukan oleh pihak hotel dengan cara membentuk tim panitia *Green Jogja* yang nantinya akan merumuskan segala hal yang berkaitan dengan *Green Jogja* melalui rapat koordinasi atau disebut sebagai *Hyatt Thrive meeting*. Beberapa persiapan yang telah dilakukan pihak hotel ini yaitu (1) *Awareness building*; (2) *CSR Assesment*; dan (3) *CSR manual building*. Tahap *awareness building* dibentuk melalui anggota panitia *Green Jogja* yang berasal dari seluruh departemen hotel. Pada bagian pemetaan kebutuhan (*CSR Assesment*) dan pembentukan acuan (*CSR Manual Building*) tentunya telah dapat dipenuhi melalui adanya *Hyatt Thrive meeting* yang menghasilkan catatan atau *minutes of meeting* yang berisi target dan *jobdesk* panitia.

CSR Assesment meliputi kegiatan pemetaan (*assesment*) terkait kebutuhan dalam rangka mempersiapkan keperluan CSR yang sifatnya fisik maupun non fisik. Pemetaan ini dilakukan beberapa kali agar mendapatkan hasil yang maksimal. Beberapa kegiatan survei yang dilakukan oleh tim tersebut diantaranya adalah: survei dan kerjasama dengan perusahaan. Kegiatan survei kepada perusahaan ini bertujuan untuk mengajak pihak-pihak yang akan terlibat khususnya perusahaan yang telah dipetakan pada saat rapat. Mayoritas perusahaan tersebut adalah perusahaan yang berada disekitar Hotel Hyatt Regency Yogyakarta. Seperti yang dikatakan dalam wawancara:

“Kami juga mengajak perusahaan-perusahaan lain untuk ikut serta dengan cara mendatangi mereka satu-satu. perusahaan tersebut diantaranya Indoluxe, Allana, Resto sasanti, Cinema Bakery, dan beberapa pelaku usaha di sekitar Hyatt Hotal juga.” (Asisten HRD, wawancara 11 Mei 2018)

Dari pernyataan tersebut maka dapat kita ketahui bahwa Hyatt juga ingin melibatkan seluruh pelaku usaha yang berada di Desa Sariharjo untuk ikut terlibat dalam pelaksanaan *Green Jogja* yang akan dilakukan oleh Hyatt Regency Yogyakarta. Hyatt Regency Yogyakarta melihat bahwa untuk menjaga lingkungan Desa Sariharjo tetap hijau bukan hanya menjadi tanggung jawab warga dan pihak hotel saja, melainkan juga tanggung jawab bersama para pelaku usaha yang ada di Sariharjo. Kedua, tahap selanjutnya adalah pemetaan titik di lapangan. Tujuan dilakukannya survei lapangan adalah guna untuk melihat kondisi langsung yang ada di lapangan. Beberapa hal yang dilakukan dalam survey lapangan adalah penentuan titik-titik yang akan dipilih saat pelaksanaan CSR *Green Jogja*. Titik tersebut nantinya akan ada yang ditanami pohon dan juga di cat ulang karena bekas aksi vandalisme. Survei lapangan dinilai penting agar program *Green Jogja* bisa tepat sasaran. Tahap terakhir CSR Assesment adalah pemetaan kebutuhan. Didalam pelaksanaannya, program *Green Jogja* tentunya memerlukan kebutuhan bahan-bahan maupun peralatan yang tidak sedikit. Kebutuhan tersebut nantinya yang akan digunakan saat proses eksekusi *Green Jogja*. Untuk memetakan kebutuhan tersebut, maka Hyatt juga membagi tim untuk memetakan kebutuhan apa saja yang diperlukan saat proses pelaksanaan.

B. Pelaksanaan CSR Green Jogja

Setelah tahap perencanaan selesai dilakukan, pihak Hotel Hyatt Regency Yogyakarta melaksanakan sosialisasi terkait Program *Green Jogja*. Sosialisasi dilakukan terhadap pihak pengurus Desa Sariharjo, warga desa dan pihak perusahaan lain disekitar hotel. Namun sebelum dilakukan sosialisasi kepada pihak di luar hotel, pihak manajemen Hotel Hyatt Regency Yogyakarta mensosialisasikan terkait CSR yang dijalankan didalam internal hotel melalui edukasi.

Tujuan dari edukasi kepada karyawan untuk membangun kesadaran terkait pentingnya menjaga lingkungan sebelum ke pihak masyarakat atau eksternal hotel. Cara yang dipilih antara lain dengan mulai memberikan contoh nyata melalui kegiatan penghematan energi yang dilakukan hotel. Kegiatan tersebut diantaranya adalah penggunaan air limbah hotel yang telah diolah untuk menyiram tanaman, penggantian 80% lampu hotel dengan lampu LED, penggunaan panel surya dan penghematan energi melalui pengalihan laundry kepada pihak ketiga yang terbukti mampu mengurangi penggunaan listrik dari dalam hotel. Salah satu kegiatan edukasi unik yang dilakukan oleh pihak Hotel Hyatt Regency Yogyakarta kepada karyawannya, yaitu melalui *Garden Adoption* atau lomba menghias taman di rumah karyawan masing-masing.



Gambar II. Foto peserta lomba *Garden Adoption*.

Kegiatan konservasi selain *Garden Adoption* juga meliputi pembersihan aksi vandalisme dan penanaman pohon. Kegiatan ini dilakukan untuk mewujudkan tujuan dari adanya Program *Green Jogja* yang menginginkan lingkungan yang bersih dan hijau. Pada tahapan awal yang dilakukan oleh Hotel Hyatt Regency Yogyakarta dalam program *Green Jogja* adalah dengan melakukan program pembersihan tembok bekas aksi vandalisme. Gerakan ini disebut sebagai gerakan *#cleanjogja*. Pembersihan vandalisme tersebut dilakukan di sepanjang Jalan Palagan dari perempatan monjali hingga perempatan lampu merah Kamdanan.

Gerakan penanaman pohon sendiri dipilih oleh Hotel Hyatt Regency Yogyakarta karena manfaat jangka panjangnya. Adapun manfaat yang diharapkan oleh Hotel dengan penanaman pohon tersebut adalah untuk memperindah sepanjang Jalan Palagan. Beberapa jenis pohon yang ditanam diantaranya adalah pohon jenis Glodogan Tiang, Glodogan Payung, Bunga Bougainvillea dan beberapa jenis pohon perindang lainnya. Pohon-pohon tersebut tentunya juga dipilih oleh pihak hotel karena merupakan jenis pohon yang rindang. Adapun jumlah pohon yang berhasil ditanam sekitar puluhan pohon. Adapun bibit pohon diperoleh dari kebun Hotel Hyatt Regency Jogja.

Penanaman pohon dilakukan di sepanjang perempatan Jalan Monjali hingga perempatan Jalan Gito-Gati. Selanjutnya, setelah penanaman pohon tersebut warga diharapkan untuk bersama-sama menjaga pohon tersebut dengan cara menyiraminya. Kegiatan edukasi ini merupakan salah satu target penting yang ingin diwujudkan pihak hotel melalui program *Green Jogja*. Tahap terakhir adalah evaluasi dan monitoring. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana program tersebut berjalan. Proses evaluasi dan monitoring (pengawasan) sendiri dilakukan secara bertahap saat program *Green Jogja* dilaksanakan dan pada saat setelah program berjalan. Hyatt Regency Yogyakarta sendiri melaksanakan rapat evaluasi melalui *Hyatt Thrive Meeting* yang dilakukan sebulan sekali. Evaluasi tersebut dilakukan agar tim panitia dapat langsung menyampaikan hal penting yang terjadi pada saat program berlangsung. Hal penting tersebut nantinya akan menjadi catatan bagi hotel dari program *Green Jogja* yang telah berhasil dilaksanakan.

“Untuk mengevaluasi biasanya juga dilakukan di Hyatt Thrive Meeting rutin yang akan membahas kegiatan yang sudah dilakukan kemarin. Kira-kira apa yang kurang dan agar segera diambil tindakan. Peserta yang ikut meeting ini adalah komite dari HR, PR, Engineering, manajemen, dan hampir semua perwakilan departemen ada.” (Asisten HRD 2, 11 Mei 2018)

Dari pernyataan tersebut, maka dapat kita ketahui bahwa hasil dari evaluasi dan monitoring tersebut akan dibahas pada saat rapat rutin (*Hyatt Thrive Meeting*) manajemen dan tim panitia *Green Jogja*. Hal ini dilakukan agar Hotel Hyatt Regency Yogyakarta dapat terus memantau kondisi di lapangan saat programnya telah berjalan. Kemudian Hotel Hyatt Regency Yogyakarta akan mengambil langkah ketika ditemukan masalah. Selain karyawan, dalam pelaksanaan *Green Jogja* juga melibatkan stakeholder terkait yaitu Warga Desa Sariharjo dan perusahaan sekitar hotel untuk dapat berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dalam wawancara dengan informan:

“Warga memonitori punya komunitas relawan, Monjali Community namanya. Untuk Monjali Community sendiri dibentuk oleh desa yang isinya relawan Sariharjo yang fungsinya untuk memonitor kegiatan vandalisme. Dimotori oleh Pak Sekdes (warga desa Sariharjo, 8 Mei 2018)

Keterlibatan warga juga nampak dalam dalam mengawasi aksi vandalisme. Warga yang tergabung dalam *Monjali Community*. *Monjali Community* merupakan komunitas yang dibentuk Desa Sariharjo yang berfungsi untuk melakukan kegiatan sosial seperti tanggap bencana dan juga pengawasan terhadap aksi vandalisme. Adapun anggota dari *Monjali Community* adalah para relawan dari warga Desa Sariharjo.

Kemudian, evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui apakah manfaat yang diharapkan pada saat pembentukan program dapat terwujud. Manfaat tersebut tentunya juga menjadi bagian yang sangat penting. Adapun manfaat yang diperoleh warga adalah menciptakan lingkungan yang bersih dan hijau.

“Kami terutama masyarakat kami disekitar hotel Hyatt sepanjang perempatan Monjali hingga Kamdanen berusaha untuk mencegah aksi vandalisme Kemudian untuk penghijauan, manfaatnya banyak sekali, untuk perindang, kemungkinan sekarang untuk musim kemarau di Jogja kan sudah panas, dengan adanya penghijauan kembali, Jalan Palagan menjadi sejuk dan nyaman (Warga Desa Sariharjo, 8 Mei 2018)

Pihak warga Desa Sariharjo merasakan manfaat yang diharapkan oleh pihak panitia *Green CSR*. Warga merasakan manfaat berupa edukasi bagi masyarakat tentang gerakan anti vandalisme dan kawasan Jalan Palagan yang asri dan hijau. Perusahaan lain yang terlibat dalam *Green Jogja* ini diantaranya adalah Indoluxe Hotel, Allana, Resto Sasanti, *Cinema Bakery*, dan beberapa pelaku usaha di sekitar Hyatt Regency Yogya. Tujuan dari partisipasi ini tentunya agar masyarakat dan perusahaan disekitar hotel dapat teredukasi sehingga mereka juga merasa bahwa menjaga kelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab bersama. Keterlibatan mereka diwujudkan melalui bantuan yang bersifat fisik yaitu sumbangan cat dan kuas serta bantuan non fisik yaitu berupa tenaga pada saat implementasi program. Pihak warga dan perusahaan yang terlibat nantinya akan di bagi kedalam beberapa tim. Tim tersebut nantinya akan didampingi oleh satu orang panitia yang akan memandu dan mengarahkan terkait titik yang akan dibersihkan dan ditanami pohon. *Green Jogja* merupakan program CSR yang dijalankan oleh Hotel Hyatt Regency Yogyakarta dibidang *environment* atau lingkungan. Hadirnya program *Green Jogja* ini merupakan sebuah bentuk kepedulian hotel terhadap lingkungan khususnya lingkungan di sekitar hotel.

Program CSR “*Green Jogja*” memenuhi unsur-unsur pemberdayaan masyarakat (*human capital*), lingkungan (*environment*), tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) dan kohesi sosial (*social cohesion*). Tahap kegiatan CSR *Green Jogja* sesuai dengan Wibisono (2016) yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan utama dalam pelaksanaan yaitu sosialisasi, implementasi, dan internalisasi. Kegiatan internalisasi atau edukasi jangka panjang yang dilakukan oleh pihak hotel juga menjadi sebuah pembeda dari kegiatan *Green CSR* hotel lainnya.

Pelaksanaan *Green Jogja* juga telah sesuai dengan konsep 3P yaitu *people, planet, dan profit*. Ketiga aspek tersebut diwujudkan melalui pemberdayaan masyarakat (*people*) untuk menjaga lingkungan (*planet*) yang nantinya akan dapat memberikan keuntungan (*profit*) berupa citra positif bagi hotel (Elkington, 1998). Melalui keterlibatan masyarakat, maka CSR *Green Jogja* dapat dikategorikan sebagai CSR yang berbasis pemberdayaan masyarakat atau *community development* (Gunawan & Adi Pratama, 2008:15). Hadirnya CSR berbasis pemberdayaan masyarakat (*community development*) sendiri merupakan sebuah cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk melibatkan *stakeholder* lewat pemberdayaan yang dikelola bersama (Nor Hadi, 2014 : 129).

Program CSR *Green Jogja* adalah program CSR yang berbasis *community development* (pemberdayaan masyarakat). Hal ini sesuai dengan Rudito dan Famiola yang mengatakan bahwa terdapat 3 aspek dalam *community development* yaitu *community relations, community service, community empowerment* (Rudito dan Famiola, 2013 : 144-146). Contoh *community relations* yang dilakukan adalah sosialisasi yang dilakukan oleh pihak tim panitia kepada warga (*community*) berupa terjalinnya hubungan yang baik, pelaporan terkait program *Green Jogja* dan keterlibatan masyarakat dalam program baik penghijauan dan aksi vandalisme.

Sebagai salah satu badan usaha yang ada di Indonesia, maka Hotel Hyatt Regency Yogyakarta wajib menjalankan segala bentuk peraturan yang berlaku. Salah satunya adalah undang-undang nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) mengenai kewajiban badan usaha untuk menjalankan sebuah CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk memenuhi peraturan tersebut, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta memiliki sebuah wadah yang dinamakan *Hyatt Thrive*. *Hyatt Thrive* merupakan wadah yang harus dimiliki setiap *property* Hyatt *International* yang bertujuan untuk menjalankan fungsi mengelola, mengasuh dan membimbing lingkungan sekitarnya demi tujuan-tujuan yang mulia dimanapun *property* tersebut berada. Salah satu bentuk nyata dari tujuan tersebut tentunya adalah menjadi bagian dari masyarakat di sekitar hotel.

Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*). CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif. Konsep yang dijelaskan oleh Rudito dan Famiola tersebut menjelaskan bahwa kegiatan CSR merupakan sebuah cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menjadi bagian dari masyarakat. Kemudian perusahaan nantinya akan diuntungkan dengan diperolehnya *trust* atau kepercayaan dari masyarakat. Dalam hal ini, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta ingin menjadi bagian dari masyarakat yang berada di sekitar hotel yang merupakan *stakeholder* terdekat mereka. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat menerima kehadiran Hotel Hyatt Regency Yogyakarta menjadi bagian dari masyarakat. Selain itu, manfaat yang dapat dirasakan oleh pihak hotel adalah dapat memperoleh *image positif* dari masyarakat berkat CSR yang dijalankan.

Beberapa manfaat yang didapatkan oleh Hotel Hyatt Regency Yogyakarta berkat CSR-nya juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh Wibisono (2016:84). Menurut Wibisono, beberapa manfaat yang didapatkan oleh sebuah perusahaan dari adanya CSR adalah dari segi sosial, ekonomi, hingga dari segi prestasi atau penghargaan. Manfaat tersebut tentunya juga telah didapatkan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta berkat hadirnya program *Green Jogja*.

Untuk segi sosial, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta mendapatkan image positif sebagai hotel yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Untuk segi ekonomi, pihak hotel mampu menekan pengeluaran berkat penghematan energi. Manfaat ketiga yaitu dari segi prestasi, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta berhasil meraih beberapa penghargaan yang diantaranya adalah sebagai penyelenggara CSR terbaik se-Kabupaten Sleman, *Green Hotel* nomor satu se-Indonesia, serta meraih penghargaan dalam kategori *Asean Green Hotel Standard Award*. Beberapa penghargaan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta ini tentunya dapat diraih berkat salah satu CSR unggulannya yaitu program *Green Jogja*.

Program CSR *Green Jogja* bukan hanya sekedar pemenuhan kewajiban dari undang-undang yang berlaku saja. Lebih dari itu, pihak Hotel Hyatt Regency Yogyakarta ingin mengedukasi masyarakat di sekitar hotel mengenai pentingnya menjaga alam agar tetap hijau dan bersih. Cara edukasi sendiri dipilih agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Pihak hotel sendiri telah menjadikan penyelenggaraan CSR menjadi sebuah bagian dari kesadaran, tujuan dan fungsi perusahaan yang merupakan perwujudan dari adanya Hyatt Thrive. CSR *Green Jogja* juga merupakan sebuah bukti bahwa alasan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta menyelenggarakan CSR adalah memang karena *beyond compliance* atau tidak hanya sekedar pemenuhan kewajiban. Analisis ini juga diperkuat dengan pendapat Wibisono (2016: 79-83) yang menyatakan bahwa salah satu indikator sebuah CSR dikatakan *beyond compliance*, adalah ketika CSR menjadi elemen vital didalam perusahaan yang tidak dapat dipisahkan. Salah satu elemen vital disini juga dapat diwujudkan melalui kebijakan yang diterapkan.

Selanjutnya, berdasarkan pada sajian data, peneliti juga menganalisis bahwa program *Green Jogja* ini juga telah sesuai dengan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* yang disebutkan oleh Elkington dalam Azheri (2012:34-35) sebagai "*Triple P*". Adapun "*Triple P*" tersebut yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Elkington menjelaskan bahwa agar memiliki sifat keberlanjutan, sebuah CSR haruslah memiliki aspek "*Triple Bottom line*" yang berisi aspek "*Triple P*" yang wajib dipenuhi.

Program *Green Jogja* merupakan CSR yang bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan. Oleh karena itu aspek lingkungan (*planet*) tentunya menjadi elemen penting atau utama dari adanya program tersebut. Kemudian, untuk mewujudkan tujuan tersebut, pihak karyawan hotel serta masyarakat sekitar hotel yang dilibatkan dalam program ini juga merupakan bukti bahwa program ini telah memenuhi aspek *people* didalamnya. Aspek ketiga yang dipenuhi pihak hotel adalah aspek *profit*. Menurut peneliti, aspek *profit* bagi Hotel Hyatt Regency Yogyakarta sebenarnya merupakan sebuah aspek keuntungan jangka panjang yang tidak dapat langsung dirasakan oleh pihak hotel.

Pada saat menjalankan sebuah CSR, sebuah perusahaan tentunya juga harus memiliki prinsip-prinsip yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan program tersebut. Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2014:59) membagi prinsip CSR kedalam tiga bagian yaitu *sustainability*, *accountability*, dan *transparency*. Pada tahap pelaksanaan program *Green Jogja*, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta telah sesuai dengan tiga prinsip tersebut.

Pada prinsip *sustainability*, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta lakukan dengan cara mengedukasi masyarakat sekitar hotel untuk dapat terus bersama-sama menjaga lingkungan. Adapun cara yang dilakukan adalah dengan menjaga tembok yang sudah dicat dan menyirami pohon-pohon yang telah ditanam pada saat program *Green Jogja*. Prinsip ini juga diwujudkan hotel dengan menyelenggarakan *Green Jogja* setiap tahun.

Pada prinsip *accountability*, Hotel Hyatt Regency Yogyakarta membuat laporan terkait segala hal yang berkaitan dengan program *Green Jogja*. Hal ini tentunya dapat menjadi sebuah bentuk pertanggung jawaban atas program yang telah dijalankan. Sehingga program *Green Jogja* dapat dikatakan telah sesuai dengan prinsip *accountability*.

Terakhir, prinsip *transparency*. *Green Jogja* telah sesuai dengan prinsip ini karena informasinya rutin disampaikan. Ini merupakan bentuk keterbukaan yang tentunya membuat Hyatt International dan masyarakat dapat mengetahui secara jelas tentang *Green Jogja*.

Selanjutnya, didalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, sebuah perusahaan tentunya juga akan melibatkan *stakeholder* dari perusahaan tersebut. Menurut Freeman (1984) *stakeholder* merupakan pihak-pihak yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi dari sebuah organisasi. Program *Green Jogja* mengikutsertakan masyarakat agar programnya memiliki sifat keberlanjutan. Hal ini sesuai dengan Nor Hadi (2014 : 29) bahwa *community development* merupakan program yang dibuat perusahaan untuk merangkul *stakeholder* lewat pemberdayaan yang dikelola bersama agar programnya bisa terus berlanjut. Beberapa aspek yang ada didalam *Green Jogja* tersebut menandakan bahwa *Green Jogja* telah sesuai dengan konsep CSR yang berbasis *community development*.

KESIMPULAN

Program *Green Jogja* merupakan sebuah program CSR yang berfokus terhadap pelestarian lingkungan atau bisa disebut sebagai *Green CSR*. Program ini diinisiasi oleh Hotel Hyatt Regency Yogyakarta sebagai bentuk kepedulian hotel

terhadap lingkungan sekitar terutama lingkungan alam. Program CSR Green Jogja merupakan sebuah CSR pelestarian lingkungan yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat dan implementasi kebijakan Hyatt Thrive yang mewajibkan seluruh properti Hyatt International untuk memberikan kontribusinya kepada masyarakat secara maksimal. Hal ini juga menandakan bahwa pihak hotel telah menjalankan CSR yang *beyond compliance* karena telah menjadikan CSR sebagai bagian perusahaan yang diwujudkan melalui kebijakan. Tahap yang dilakukan dalam program CSR adalah (1) *Awareness building*; (2) *CSR Assessment*; dan (3) *CSR manual building*. Pelaksanaan Program Green Jogja meliputi program melakukan penghematan energi berupa daur ulang air, penggantian lampu hotel dengan LED, penggunaan panel surya serta laundry pihak ketiga serta pembersihan aksi vandalisme dan penanaman pohon. Kegiatan tersebut melibatkan warga Desa Sariharjo dan perusahaan-perusahaan serta pelaku usaha yang berada di sekitar hotel. Dalam kegiatan Green Jogja Hotel Hyatt Regency Jogja berhasil melibatkan berbagai *stakeholder* (*stakeholder's engagement*) yaitu karyawan hotel, masyarakat lokal di sekitar hotel, tokoh-tokoh masyarakat dan pemerintah daerah serta sekolah-sekolah dan perusahaan lain yang berada di sekitar Hotel Hyatt Regency Yogyakarta dalam kegiatan Green Jogja melalui kegiatan konservasi lingkungan melalui adopsi taman, *earth hour* dan penghijauan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiati, M.P. (2012). *Program Corporate Social Responsibility Di Industri Hotel: Sebuah Keuntungan Atau Kerugian Untuk Hotel? Binus Business Review Vol. 3 No. 1 Mei 2012: 502-512*
- Aryawan, Made dkk, *Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility. (Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 604-633.
- Azheri, Busyra. (2012). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Berger, I.E., Cunningham, P.H & Drumwright, M.E. Mainstreaming Corporate Social Responsibility: Developing Markets for Virtue. *California Management Review* 49 (4), hal. 132-157
- Bhattacharya, C., Sen, S., & Korschun, D. (2009). Strengthening stakeholder-company relationships through mutually beneficial Corporate Social Responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85, hal. 257-272
- Chrysanti Hasibuan-Sedyono. (2006). CSR Communications: A Challenge on It's Own. *Economics Business and Accounting Review*, 3, hal. 71-82
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Canada. John Willey & Sons. Inc.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, USA: Pitman. ISBN 9-0-19-13-277-0
- Gunawan Widjaja., dan Yeremia Ardi Pratama. (2008). *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR, Seri Pemahaman Perseroan Terbatas*, Jakarta: PT.Percetakan Penebar Swadaya.
- John Elkington. (1998). "Accounting for the Triple Bottom Line, Measuring Business Excellence, Vol. 2 Issue: 3, pp.18-22, <https://doi.org/10.1108/eb025539>
- Nor Hadi (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lexy J. Moleong. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja. Rosdakarya
- Miles and Huberman (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd Ed, Sage Publications: Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC
- Nawawi, Hadari. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Robbins, S.P., & Coulter, M.C. (2010). *Manajemen*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga
- Rudito, Bambang & Melia Famiola. (2013). *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Singh, Monique (2011) dalam "Going Green: Understanding the new trend of Corporate Social Responsibility" diakses melalui <https://www.slideshare.net/MoniqueSingh/going-green-22472481>
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social Responsibility : From Charity to Sustainability*. Jakarta :Salemba Empat
- Widjaja, Gunawan dan Ardi Pratama. (2008). *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR, Seri Pemahaman Perseroan Terbatas*, Jakarta: PT.Percetakan Penebar Swadaya.
- Wibisono, Yusuf. (2016). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik : Fasco Publishing
- <https://co2cards.com/green-corporate-social-responsibility>
- <http://www.maxx-m.com/news/hyatt-regency-yogyakarta-awarded-green-hotel-award-2017/>