

PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF KARYAWAN HOTEL DI BALI

Lydia Ivana Hariyanto, Michelle Lorenza Gunawan
Program Manajemen Perhotelan Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: lydiaivanahariyanto@gmail.com, michellelorenza9@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini dilakukan di 2 hotel yang berlokasi di Bali untuk mengetahui bagaimana Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Dampaknya terhadap Komitmen Afektif Karyawan di Hotel X dan Hotel Y. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode wawancara mendalam dan *semi-terstruktur*. Dalam penelitian ini, informan yang ditentukan adalah karyawan yang terlibat langsung dan mengerti tentang penerapan program CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua hotel telah menerapkan aktivitas CSR dimensi ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Dan dari penerapan CSR tersebut berdampak terhadap komitmen afektif karyawan terhadap hotel.

Kata kunci:

Corporate Social Responsibility, Komitmen Afektif

Abstract - The research was conducted at 2 hotels in Bali to analyze The Implementation of CSR and the Effect to Affective Commitment at X Hotel and Y Hotel. This research is descriptive qualitative using in-depth and semi-structured interviews. In this study, informants are the employee who are directly involved and understand about the implementation of CSR programs. The results showed that X hotels and Y hotels have implemented CSR activities in economic, legal, ethical, and philanthropic dimensions. And this research have a result that the implementation of CSR has a positive impact on affective commitment of employees to the hotel.

Keywords:

Corporate Social Responsibility, Affective Commitment

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya akan disingkat CSR) pada masa sekarang ini banyak diimplementasikan oleh perusahaan di berbagai belahan dunia. CSR pertama kali mulai dilakukan pada tahun 1950-an, di mana kemiskinan dan keterbelakangan yang sebelumnya terabaikan mulai mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Buku karya Howard R. Bowen berjudul "*Social Responsibility of the Businessman*" merupakan literatur awal yang menjadi tonggak sejarah CSR (Taokan, 2012). *World Business Council for Sustainable Development* menyatakan bahwa CSR adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Trisoko, 2011).

Istilah CSR mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1980-an. Kegiatan ini telah dilakukan oleh beberapa perusahaan namun kegiatan CSR di Indonesia pada saat itu lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Activity* (CSA) atau aktivitas sosial perusahaan. CSA juga merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan sekitar perusahaan, contohnya bantuan dana dan bahan makanan untuk korban bencana alam, pembagian Tunjangan Hari Raya (THR), pemberian beasiswa dan masih banyak lainnya (Hardi, 2016). Pada tahun 2007, pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan tentang Perseroan Terbatas yang menjalankan usahanya di bidang atau jasa yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tertulis pada Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 (Untung, 2008). Dengan adanya UU yang dikeluarkan tersebut mengakibatkan pemikiran untuk menjalankan program CSR terus berkembang hingga saat ini (Wibisono, 2007)

Menurut McWilliams dan Siegel (2001), CSR memiliki empat dimensi yaitu (1) dimensi ekonomi, di mana sebuah perusahaan harus menghasilkan laba sebagai nilai tambah untuk prasyarat agar dapat berkembang; (2) dimensi hukum, di mana dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba sebuah perusahaan harus mentaati hukum yang berlaku; (3) dimensi etika, perusahaan berkewajiban menjalankan hal-hal yang baik, benar, adil, berimbang dan; (4) dimensi filantropi, tanggung jawab ini mewajibkan perusahaan untuk memberikan kontribusi kepada publik dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat sekitarnya.

Layaknya perusahaan di industri lainnya, perusahaan yang bergerak di industri pariwisata atau perhotelan sekarang ini juga turut serta menerapkan kegiatan CSR dengan tujuan pemberdayaan ekonomi, masyarakat, dan juga pelestarian lingkungan. Namun, umumnya industri perhotelan akan lebih memperhatikan penerapan CSR pada aspek lingkungan, dikarenakan bidang pariwisata merupakan salah satu industri yang berpotensi memberi dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya, seperti penggunaan energi yang tinggi dan pembuangan limbah yang besar. Bidang pariwisata juga memerlukan keindahan alamnya sebagai salah satu objek yang dapat

menarik pengunjung, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk ikut serta menjaga kelestarian lingkungan sekitarnya (Wijaya & Held, 2014). Alasan lain industri perhotelan melakukan kegiatan CSR adalah untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang karena tanpa reputasi yang baik, tidak akan ada respon positif dari masyarakat sekitar seperti contohnya perizinan pembangunan perusahaan di lingkungan masyarakat tersebut (Sari, Sinarwati, & Wahyuni, 2017).

Untuk merealisasikan program CSR yang sudah direncanakan oleh perusahaan, karyawan perlu turut ambil bagian dalam mendukung program CSR agar dapat berjalan dengan sukses dan sesuai dengan yang diharapkan (White, 2006). Saat ini para pimpinan perusahaan bekerja keras untuk merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan karyawan-karyawan yang memiliki bakat dan kemampuan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Mercurio, 2015). Salah satu cara untuk mempertahankan karyawan bertalenta di perusahaan adalah dengan memastikan bahwa karyawan tersebut memiliki tingkat komitmen organisasional yang tinggi terhadap perusahaan. Harif (2001) mengemukakan tiga komponen tentang komitmen organisasi yaitu: (1) Komitmen Kontinuan, muncul apabila karyawan tetap bertahan pada suatu organisasi karena membutuhkan gaji dan keuntungan-keuntungan lain; (2) Komitmen Normatif, karyawan bertahan menjadi anggota organisasi karena ada kesadaran bahwa berkomitmen terhadap organisasi merupakan hal yang memang seharusnya dilakukan; (3) Komitmen Afektif, munculnya ikatan emosional dari karyawan yang menginginkan dirinya menjadi bagian dari organisasi. Kecenderungan seorang karyawan memiliki komitmen afektif yang tinggi dapat menunjukkan rasa memiliki atas perusahaan, meningkatnya keterlibatan dalam aktivitas organisasi, keinginan untuk mencapai tujuan organisasi, dan keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi (Rhoades, Eisenberg, & Armeli, 2001).

Bali merupakan salah satu destinasi tujuan wisata sehingga mengundang banyak investor untuk berinvestasi di bidang sarana-prasarana pariwisata yang menunjang pariwisata seperti hotel, villa, restoran, bar, dan tempat rekreasi lainnya. Alih fungsi lahan perkebunan, pertanian, dan hutan menjadi hotel, villa, atau akomodasi pariwisata lainnya bisa memberikan dampak yang negatif bagi lingkungannya, seperti contohnya, peningkatan penggunaan air oleh perusahaan tersebut yang mengakibatkan kurangnya debit air bagi masyarakat sekitarnya.

Hotel X terletak di daerah Pantai Kuta yang ramai pengunjung baik turis asing maupun turis lokal merupakan salah satu hotel yang menerapkan program CSR sejak pertama kali berdirinya hotel tersebut, beberapa contoh dari kegiatan CSR yang diterapkan yaitu mendirikan sanggar di daerah Bedugul untuk anak-anak masyarakat sekitar untuk memberikan pembelajaran yang mungkin tidak mereka dapatkan di sekolah, Hotel X juga aktif mengumpulkan dan mengolah sabun batang bekas menjadi sabun batang yang baru dan dibagikan kepada yang membutuhkan seperti korban bencana alam.

Sedangkan Hotel Y yang berada di daerah Seminyak merupakan salah satu pilihan akomodasi para wisatawan yang berkunjung ke Bali. Beberapa kegiatan CSR yang telah diimplementasikan oleh Hotel Y yaitu menanam pohon *mangrove* secara berkala, membersihkan pantai, memberi bantuan untuk sekolah-sekolah yang berada di sekitar hotel, serta membagikan sembako untuk korban bencana dan masyarakat yang kurang mampu.

Karyawan di Hotel X dan Hotel Y memiliki komitmen kerja yang cukup baik. Komitmen kerja tersebut dapat dilihat dari lamanya kerja beberapa karyawan yang menjadi informan dalam penelitian ini. Rata-rata lama kerja karyawan di kedua hotel berkisar antara 3 hingga 7 tahun. Beberapa informan juga mengatakan bahwa mereka bangga menjadi salah satu karyawan yang bekerja di hotel tersebut.

Banyak penelitian terdahulu yang meneliti CSR yang dihubungkan dengan keadaan finansial perusahaan tetapi masih sedikit penelitian yang membahas tentang penerapan CSR yang berdampak pada komitmen afektif. Berdasarkan fenomena-fenomena di atas penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai penerapan CSR yang berdampak pada komitmen afektif di Hotel X dan Hotel Y.

TEORI PENUNJANG

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Wibisono (2007), CSR adalah 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.

Dimensi dari *Corporate Social Responsibility* terbagi dalam empat dimensi menurut Carroll (1991), yaitu:

a. Dimensi ekonomi

Dimensi ini meliputi tanggung jawab perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Opini ini diperkuat oleh (Martinez, Perez, & Bosque, 2013) yang menyatakan bahwa dalam kegiatannya perusahaan harus memperhatikan dampak ekonomi yang dapat memberikan pengaruh kepada *stakeholders* dan sistem ekonomi, baik secara langsung (perubahan potensi produktif yang mempengaruhi kesejahteraan para pemangku kepentingan) maupun tidak langsung (konsekuensi tambahan yang muncul disebabkan oleh aliran uang dan transaksi keuangan antara perusahaan dan pemangku kepentingan).

b. Dimensi hukum

Dimensi ini meliputi tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan kegiatannya mematuhi peraturan dan regulasi yang berlaku di tempat perusahaan beroperasi, terutama peraturan yang berkaitan dengan peraturan lingkungan dan perlindungan konsumen. Peraturan dan

regulasi tersebut dibuat untuk menjamin kesejahteraan masyarakat yang ada disekitar perusahaan.

c. Dimensi etika

Dimensi ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya menaati peraturan yang tertulis saja, namun juga harus memiliki etika menjalankan kegiatannya dengan benar, adil, dan wajar bahkan ketika mereka tidak diharuskan untuk melakukannya oleh kerangka hukum. Perusahaan harus menjalankan kegiatannya dengan mempertimbangkan kepentingan konsumen, masyarakat sekitar, karyawan, *shareholders*.

d. Dimensi filantropi

Dimensi filantropi dilakukan oleh pihak perusahaan dengan sukarela yang umumnya dilaksanakan untuk menciptakan citra perusahaan yang menurut pandangan masyarakat sekitar, dan juga menuntut perusahaan untuk mengadakan kebijaksanaan sebagai usaha meningkatkan kualitas hidup karyawan, masyarakat setempat dan akhirnya masyarakat secara luas.

Komitmen Organisasional

Menurut Luthans (2006) komitmen organisasional adalah keinginan kuat seorang individu untuk tetap sebagai anggota organisasi, keinginan untuk berusaha keras sesuai keinginan organisasi, keyakinan tertentu, dan penerimaan nilai dan tujuan organisasi. Dengan kata lain merupakan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses keberlanjutan di mana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan dan berkelanjutan.

Terdapat berbagai aspek-aspek yang terdapat dalam komitmen organisasional. Allen dan Meyer (1990) mengajukan tiga bentuk komitmen organisasional, yaitu:

- a. Komitmen Afektif, yaitu keterikatan emosional, identifikasi dan keterlibatan dalam suatu organisasi. Dalam hal ini individu menetap dalam suatu organisasi karena keinginannya sendiri.
- b. Komitmen Kontinuan, yaitu komitmen individu yang didasarkan pada pertimbangan tentang apa yang harus dikorbankan bila akan meninggalkan organisasi. Dalam hal ini individu memutuskan menetap pada suatu organisasi karena menganggapnya sebagai suatu pemenuhan kebutuhan.
- c. Komitmen Normatif, yaitu keyakinan individu tentang tanggung jawab terhadap organisasi. Individu tetap tinggal pada suatu organisasi karena merasa wajib untuk *loyal* pada organisasi tersebut.

Dalam tiga bentuk komitmen organisasional yang diusulkan oleh Allen dan Meyer (1990), komitmen afektif merupakan bagian dari komitmen organisasional yang mengacu kepada sisi emosional yang melekat pada diri seorang karyawan terkait keterlibatannya dalam sebuah

organisasi. Komitmen ini terbentuk sebagai hasil di mana organisasi dapat membuat karyawan memiliki keyakinan yang kuat untuk mengikuti segala nilai-nilai organisasi, berusaha mewujudkan tujuan organisasi sebagai prioritas utamanya dan mempertahankan keanggotaannya (Kartika, 2011).

Beberapa ahli memiliki penjelasan dan konsep tersendiri mengenai komitmen afektif. Allen dan Meyer (1990) menjelaskan ada tiga aspek yang menggambarkan adanya komitmen afektif individu terhadap organisasi. Tiga aspek tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Keterikatan emosional

Merupakan perasaan kuat individu terhadap organisasi sehingga akan mudah melekat secara emosional terhadap organisasi. Individu akan merasa bahwa ia adalah bagian dari keluarga organisasi tersebut yang ditunjukkan dengan afeksi positif dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap organisasi. Karena adanya perasaan terikat terhadap organisasi, maka individu hanya mempunyai sedikit alasan untuk keluar dari organisasi dan tetap berkeinginan untuk melanjutkan keanggotaannya pada organisasi.

b. Identifikasi

Merupakan keyakinan dan penerimaan individu terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi. Adanya keyakinan dan penerimaan terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi merupakan salah satu kunci terbentuknya rangkaian aspek komitmen organisasi lainnya. Aspek tersebut dapat dilihat dari beberapa sikap, yaitu: adanya kesamaan tujuan dan nilai yang dimiliki individu dengan organisasi, adanya perasaan individu bahwa organisasi memberikan kebijakan untuk mendukung kinerjanya, dan adanya kebanggaan telah menjadi bagian dari organisasi.

c. Partisipasi

Merupakan keinginan individu untuk terlibat secara sungguh-sungguh dalam kepentingan organisasi. Adanya keinginan untuk sungguh-sungguh terlibat dalam setiap aktivitas atau kegiatan organisasi tercermin dalam penerimaan individu untuk menerima dan melaksanakan berbagai macam tugas dan kewajiban yang dibebankan. Individu akan selalu berusaha memberikan kinerja yang terbaik melebihi standar minimal yang diharapkan organisasi. Selain itu, individu akan bersedia untuk melaksanakan pekerjaan di luar tugas dan perannya apabila bantuannya diperlukan oleh organisasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud yakni karyawan yang dianggap mengerti tentang informasi yang ingin dicari oleh penulis yang nantinya akan diolah menjadi data. Pengumpulan informasi didapat dari wawancara semi-terstruktur dan mendalam. Sumber data penelitian dibagi ke dalam dua jenis data yaitu: data

primer berupa hasil wawancara, dan data sekunder berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum

HASIL

Setelah melakukan wawancara dengan delapan informan di dua hotel di Bali, didapatkan hasil bahwa kedua hotel telah menerapkan berdasarkan dimensi aktivitas CSR dari awal berdirinya hotel. Penelitian ini juga mendapatkan hasil bahwa aktivitas CSR memberikan dampak positif terhadap komitmen afektif informan.

| Pertanyaan | Hotel X | Hotel Y |
|------------------------|---|---|
| CSR dimensi ekonomi | <ul style="list-style-type: none"> Menghimbau tamu untuk menyumbangkan 1 bibit pohon. (x01) Penghematan energi. (x02, x03, x04, x05) | <ul style="list-style-type: none"> Penghematan Energi. (y01, y02, y03) <i>Earth Hour</i>. (y02) Kegiatan “Go Green”. (y03) |
| CSR dimensi hukum | <ul style="list-style-type: none"> Mengolah limbah bekerja sama dengan DSDP. (x01, x03, x04, x05) Sistem Manajemen Pengamanan Hotel. (x02) Izin Ketenagakerjaan. (x02, x04) | <ul style="list-style-type: none"> Izin hotel lengkap. (y01, y02, y03) Izin Ketenagakerjaan. (y02) |
| CSR dimensi etika | <ul style="list-style-type: none"> Berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di sekitar hotel. (x01, x02, x04, x05) Menjaga kebersihan lingkungan di sekitar hotel. (x01, x03, x04) | <ul style="list-style-type: none"> Berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di sekitar hotel. (y02, y03) Menjaga kebersihan lingkungan di sekitar hotel (y01, y03) |
| CSR dimensi filantropi | <ul style="list-style-type: none"> Memberikan bantuan dan edukasi kepada anak-anak yang membutuhkan. (x01, x02, x04, x05) Mengumpulkan dana untuk membantu orang-orang yang membutuhkan. (x02) Memberikan bantuan kepada korban bencana alam. (x03, x04) Penanaman pohon Mangrove. (x01, x04) Mengadakan kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (x01) | <ul style="list-style-type: none"> Memberikan bantuan dan edukasi kepada anak-anak yang membutuhkan. (y01, y02, y03) Mengumpulkan dana untuk membantu orang-orang yang membutuhkan. (y01) Memberikan bantuan kepada korban bencana alam. (y01, y02) Penanaman pohon Mangrove. (y01, y02) Mengadakan kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (y01, y02) |

| | | |
|--|---|---|
| <p>Dampak Penerapan CSR terhadap Komitmen Afektif Karyawan</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Penerapan CSR berdampak pada komitmen afektif. (<i>x01, x02, x03, x04</i>) • Penerapan CSR tidak berdampak pada komitmen afektif. (<i>x05</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Penerapan CSR berdampak pada komitmen afektif. (<i>y01, y02</i>) • Penerapan CSR tidak berdampak pada komitmen afektif. (<i>y03</i>) |
|--|---|---|

PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kedua hotel menerapkan aktivitas CSR berdasarkan 4 dimensi yaitu dimensi ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Samuel dan Wijaya (2008), dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial atau CSR secara sempurna, dimensi dari CSR harus dilakukan secara menyeluruh dan seimbang. Di mana aktivitas CSR dimensi ekonomi lebih banyak dikaitkan dengan penghematan energi yang bertujuan untuk meminimalkan biaya operasional hotel seperti yang diutarakan oleh Martinez, Perez, dan Bosque (2013). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kedua hotel menjalankan usahanya sesuai dengan hukum yang berlaku agar terhindar dari masalah yang tidak diinginkan. Budhiarta (2008) mengatakan di manapun perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang-undang yang berlaku di tempat tersebut terutama peraturan yang mengatur kegiatan bisnis. Aktivitas CSR dimensi etika yang dilakukan oleh kedua hotel juga telah sesuai dengan yang dikatakan oleh Suprayitno dan Susilo (2017) bahwa suatu perusahaan perlu memperhatikan tanggung jawab etika terhadap *stakeholders*. Dan yang terakhir adalah dimensi filantropi di mana perusahaan bertindak aktif dalam melakukan tanggung jawab sosialnya.

Setelah melakukan wawancara ditemukan bahwa penerapan CSR dapat berdampak pada komitmen afektif karyawan. Hal tersebut didukung dengan beberapa dampak yang dirasakan oleh informan setelah berpartisipasi dalam aktivitas CSR. Dampak yang dirasakan informan seperti (1) informan merasa bangga dapat menjadi salah satu karyawan di hotel tersebut karena peduli terhadap lingkungan dan sekitarnya; (2) informan merasa bahwa hotel tempat ia bekerja merupakan keluarga bagi dirinya; (3) informan lebih mudah untuk mengenal lebih dalam satu dengan yang lainnya agar lebih mudah beradaptasi di tempat kerja; (4) informan senang meniti karir di hotel yang sudah dirintisnya sejak 8 tahun lalu yang salah satunya disebabkan karena adanya aktivitas CSR yang diterapkan di hotel tempat informan bekerja; (5) serta informan pernah membicarakan mengenai aktivitas CSR hotel kepada teman-temannya di luar jam kerja informan. Beberapa dampak diatas yang dirasakan oleh para informan sama dengan pernyataan Allen dan Meyer (1990) mengenai komitmen afektif. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan CSR dapat berdampak terhadap komitmen afektif.

Dari 4 dimensi CSR yang diterapkan di kedua hotel, dapat ditemukan hasil bahwa aktivitas CSR dimensi filantropi yang paling memberikan dampak terhadap komitmen afektif. Banyaknya aktivitas CSR dimensi filantropi yang diterapkan ini juga dikarenakan sebagian besar masyarakat Bali

mempercayai falsafah *Tri Hita Karana* yang berarti pentingnya memperhatikan hubungan dengan sesama manusia, hubungan dengan alam sekitar, dan hubungan dengan Tuhan.

Meskipun ada 2 informan yang beranggapan berbeda, menurut salah satu informan mengatakan bahwa komitmen afektif seorang karyawan akan tumbuh dari dalam dirinya sendiri dan bukan berdasarkan ada tidaknya aktivitas CSR di sebuah perusahaan. Informan lainnya mengatakan bahwa komitmen afektif yang timbul dalam dirinya bukan karena adanya penerapan CSR melainkan karena kebanggaan teerseiri terhadap *brand* hotel tempat informan bekerja.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil wawancara dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan terdapat persamaan mengenai penerapan CSR yang telah dilakukan oleh Hotel X dan Hotel Y. Hal ini dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas CSR yang sudah lama diterapkan sejak awal berdirinya hotel. Hotel X dan Hotel Y menerapkan aktivitas CSR berdasarkan 4 dimensi yaitu dimensi ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Dari seluruh jawaban informan yang diteliti oleh penulis, ditemukan bahwa semua informan lebih memahami aktivitas CSR dimensi etika dan filantropi. Hal ini disebabkan karena aktivitas CSR kedua dimensi ini lebih ditonjolkan oleh pihak hotel serta memerlukan dukungan dan partisipasi langsung dari karyawan hotel. Sedangkan kegiatan CSR dimensi ekonomi dan hukum hanya melibatkan karyawan dari departemen-departemen tertentu saja.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari aktivitas CSR yang diterapkan dapat memberikan dampak positif terhadap komitmen afektif. Kesimpulan ini diperkuat dengan pernyataan 6 informan yang berpendapat bahwa aktivitas CSR dapat berdampak komitmen afektif informan terhadap perusahaan. Sedangkan 2 informan lainnya berpendapat bahwa komitmen afektif tidak memberikan dampak dari aktivitas CSR yang diterapkan, tetapi berasal dari kemauan sendiri dan kebanggaan karyawan terhadap *brand* hotel itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti memberikan sejumlah saran kepada para pembaca dan calon penulis selanjutnya sebagai alat pertimbangan bagi ilmu pengetahuan dan penelitian mengenai penerapan CSR dan dampaknya terhadap komitmen afektif karyawan di sebuah hotel:

1. Aktivitas CSR yang diterapkan di hotel sebaiknya lebih disosialisasikan ke seluruh departemen yang ada dengan cara melibatkan beberapa karyawan dari berbagai departemen dalam perencanaan aktivitas CSR, agar seluruh karyawan dapat lebih mengerti mengenai aktivitas CSR yang diterapkan untuk menarik minat para karyawan untuk berpartisipasi dalam aktivitas-aktivitas CSR selanjutnya.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi filantropi memberikan dampak yang positif sehingga kedua hotel diharapkan dapat lebih mengembangkan aktivitas CSR dimensi lainnya.

3. Disarankan kedua hotel untuk mempertahankan aktivitas CSR dimensi filantropi yang sudah cukup baik dan tetap dilakukan terus menerus di masa yang akan datang dan memperluas penerapan aktivitas CSR-nya ke tempat-tempat lain yang juga membutuhkan bantuan disekitar Bali.
4. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitiannya dalam lingkup yang lebih luas, dengan kota yang berbeda agar dapat dilakukan perbandingan aktivitas CSR yang diterapkan oleh hotel di kota yang berbeda. Melakukan pengumpulan data dengan metode kuantitatif agar penulis dapat memperoleh informasi yang lebih komprehensif dari karyawan untuk mengetahui seberapa besar keinginan karyawan untuk terlibat dalam aktivitas CSR yang diterapkan dihotel.

DAFTAR RUJUKAN

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedent of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology* , 63, 1-18.
- Budhiarta, K. (2008). Cara pandang undang-undang RI no. 40 tahun 2007 dan undang-undang RI no. 17 tahun 2000 terhadap corporate social responsibility (CSR). *Buletin Studi Ekonomi* , 3 (2), 27-29.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* , 40-43.
- Hardi, J. (2016, October 23). *Ringkasan sejarah CSR dunia ke Indonesia*. Retrieved March 17, 2018, from Jhonhardi: <http://jhonhardi.com/ringkasan-sejarah-csr-dunia-ke-indonesia/>
- Harif, A. R. (2001). Pengaruh kepuasan gaji, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional terhadap intensi keluar. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* , 3(1), 335-352.
- Kartika, E. (2011). *Analisa pengaruh leader member exchange, perceived organizational support, dan komitmen organisasional terhadap organizational citizenship behavior pada karyawan hotel berbintang lima di surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Luthans, F. (2006). *Perilaku organisasi, ed. 10*. Yogyakarta: Andi.
- Martinez, P., Perez, A., & Bosque, I. R. (2013). CSR influence on hotel brand image and loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administración* , 27 (2), 50-62.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility : A theory of the firm perspective. *Academy of Management* , 26 (1).
- Mercurio, Z. (2015). Affective commitment as a core essence of organizational commitment an integrative literature review. *Human Resource Development Review* , 14 (4), 389-414.
- Rhoades, L., Eisenberg, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization : The contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology* , 86 (5), 825-836.

- Samuel, H., & Wijaya, E. (2008). Corporate social responsibility, purchase intention, dan corporate image pada restoran di Surabaya dari perspektif pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 3, 35 – 54.
- Sari, I. A., Sinarwati, N., & Wahyuni, M. (2017). Implementasi corporate social responsibility (CSR) dan dampaknya terhadap kinerja keuangan pada industri perhotelan (Studi kasus pada melia Bali hotel). *e-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha* .
- Taokan, F. M. (2012, January 16). *Corporate social responsibility (CSR)*. Retrieved March 8, 2018, from myrefresing82: <https://sites.google.com/site/myrefresing82/corporate-social-responsibility-csr>
- Suprayitno, N. W., & Susilo, H. (2017). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 44.
- Trisoko. (2011, April 17). *Definisi CSR (Corporate sosial responsibility)*. Retrieved March 14, 2018, from breath4justice: <https://breath4justice.wordpress.com/2011/04/17/definisi-csr-corporate-sosial-responsibility/>
- Untung, H. B. (2008). *Corporate social responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- White, A. L. (2006). The stakeholder fiduciary: CSR, governance and the future of boards. *Business for Social Responsibility* , 3-17.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah konsep dan aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Wijaya, A. S., & Held, K. (2014). Company's benefits in corporate social responsibility in hospitality industry. *Tax&Accounting Review* , 4 (1), 1-8.