

LAPORAN PENELITIAN

PENELITIAN TERAPAN
TAHUN ANGGARAN 2014



CSR Assessment dan Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan di Surakarta

Tim Peneliti:

Penelitian Utama:
Kartika Hendra Titisari, SE., M Si., Akt.
NIDN. 0617037301
Peneliti Anggota:
Rudatyo, SH., MH

DILAKSANAKAN ATAS BIAYA:
Dibiayai Dinas Pendidikan
Provinsi Jawa Tengah Tahun Anggaran 2014

SESUAI SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN
NOMOR : NO. 018/LP3M UNIBA/PT.DIKNAS/SP/PENELITIAN/2014 TANGGAL 05 FEBRUARI 2014

LEMBAGA PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS ISLAM BATIK (UNIBA) SURAKARTA
2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : CSR Assessment dan Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan di Surakarta

Peneliti/Pelaksana:

Nama Lengkap : Kartika Hendra Titisari, SE, MSi,Akt

NIDN : 0617037301

Jabatan Fungsional : Lektor

Program studi : Akuntansi

No. HP : 081548423146

Alamat surel (e mail): kartikatitisari@yahoo.com

Anggota:

Nama Lengkap : Rudatyo, SH., MH

NIDN : 0027085802

Perguruan Tinggi : UNIBA Surakarta

Penanggung Jawab : LP3M UNIBA Surakarta

Biaya keseluruhan : Rp 37.500.000,00

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Mishi
Dra.Hj.Istiatin, MM
NIDN. 0621045901

Surakarta, 28 Pebruari 2015
Ketua Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kartika Hendra Titisari', is written over a light blue horizontal line.

Kartika Hendra Titisari,SE.,MSi.,Akt., CA
NIDN.0617037301

ABSTRACT

Pemahaman mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan yang menjadi kewajiban bagi semua perusahaan saat ini semakin berkembang di masyarakat. Paradigma lama perusahaan hanya mempunyai kewajiban kepada *shareholder* sudah tidak bisa di jalankan lagi oleh perusahaan, jika perusahaan ingin berkembang dan eksis dalam usahanya. *Tripple Button Line* yang di populerkan oleh John Elkington (1997) menjadi kewajiban bagi semua perusahaan.

Kota Surakarta yang lebih dikenal sebagai kota budaya sekarang bertambah lagi predikatnya sebagai Kota MICE (*meeting-incentives-conferences and exhibitions*). Predikat Kota MICE mendorong perkembangan industri perhotelan di kota Surakarta, dengan beragam fasilitas. Seiring perkembangan Kota, pembangunan hotel terus mengalami peningkatan disamping apartemen dan mall yang juga berkembang pesat. Untuk mendukung eksistensi keberadaan industri perhotelan, pembangunan citra atau reputasi tentu tidak dapat di pisahkan dari bisnis itu sendiri. Untuk mencapainya perusahaan melakukan berbagai program komunikasi dengan masyarakat, diantaranya dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Untuk mendukung keberadaan industri perhotelan serta kontribusi terhadap Kota Surakarta sebagai kota MICE, penelitian ini akan meneliti implementasi CSR yang telah di jalankan oleh industri perhotelan di Surakarta dan mengembangkan model penerapan CSR industri perhotelan. Diharapkan industri perhotelan di Surakarta bisa menerapkan praktek CSR secara benar sesuai yang di amanatkan UU RI No. 40 Tahun 2007 dan UU RI No. 25 Tahun 2007. Banyak perusahaan yang mengklaim telah melakukan CSR padahal nyatanya belum, atau sekadar menjalankan kegiatan charity (sumbangan), sebagai akibat belum adanya panduan (*guidance*) tentang konsep dan pelaksanaan CSR yang ideal. Jika di lihat pengaruh nya terhadap kinerja perusahaan atas implementasi CSR, Titisari et. al. (2010) memberikan bukti empiris bahwa kinerja CSR perusahaan berpengaruh terhadap kinerja ekonomi. Selanjutnya kinerja lingkungan juga berpengaruh terhadap kinerja ekonomi perusahaan (Titisari & Alviana, 2012).

Desain penelitian dengan menggunakan data primer dengan manajer hotel sebagai sumber data dan data sekunder yang diperoleh melalui penelitian lapangan. Penelitian ini akan bekerjasama dengan industri perhotelan di wilayah Surakarta untuk memperoleh gambaran praktek CSR industri perhotelan. Pengumpulan data primer dengan metode kuesioner, observasi, partisipasi, wawancara sedangkan data sekunder dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Melalui penggunaan teknik analisis kualitatif, target penelitian adalah melakukan analisis penerapan CSR industri perhotelan sebagai dasar penyusunan desain model implementasi CSR yang merupakan kewajiban semua perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek CSR yang telah di jalankan oleh industri perhotelan di kota Surakarta. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hotel bintang 1 sampai dengan hotel bintang lima. Dengan mengelompokkan menjadi 3 kelompok, yaitu hotel bintang 1, hotel bintang 2 dan 3, dan hotel bintang 4 dan 5. Pengelompokkan ini mendasarkan pada hasil kuesioner yang kembali (hotel yang bersedia di jadikan sampel penelitian). Kuesioner meliputi 2 paket yaitu untuk karyawan/karyawati hotel untuk mengetahui pemahaman mereka atas CSR dan untuk manajemen hotel untuk mengetahui kebijakan praktek CSR yang telah di jalankan oleh perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan pemahaman implementasi CSR di hotel di lihat dari persepsi karyawan/karyawati hotel menunjukkan terjadi peningkatan pemahaman atas CSR. Dari hasil wawancara di dapatkan bahwa untuk hotel bintang 1,2 dan 3 sudah menjalankan tetapi belum ada bentuknya secara pasti. Sedangkan untuk hotel bintang 4 dan 5 menjalankan aktivitas CSR sesuai dengan yang telah di rumuskan oleh kantor pusat.

Dilihat dari terminologi CSR mendasarkan hasil kuesioner terjadi peningkatan atas indikator visi dan strategi, pengawasan dan akuntabilitas, dan identifikasi risiko dan manajemen. Sedangkan untuk komposisi komisaris dan pengungkapan eksternal komisari terjadi peningkatan dari hotel bintang 1 dan 2 ke hotel bintang 3. Tetapi terjadi penurunan dan berada di bawah hotel bintang 1 dan 2 untuk hotel bintang 4 dan 5. Hal ini di mungkinkan hotel bintang 4 dan 5, tinggal menjalankan strategi CSR yang telah di tetapkan oleh pusat.

Hasil wawancara menunjukkan CSR yang telah di jalankan oleh hotel bintang 1,2 dan 3 lebih ke arah pencitraan (*charity dan phylantrophy*) di lingkungan sekitar hotel belum menyentuh ke lingkup yang lebih luas. Berbeda dengan hotel bintang 4 dan 5, yang telah mengintegrasikannya dengan kepentingan yang lebih luas. Sebagai contoh dengan pemberian bea siswa pendidikan. Hotel bintang 1, 2 dan 3 di Surakarta perlu memulai mengembangkan strategi dalam mengimplementasikan CSR agar sejalan dengan strategi bisnis perusahaan. Kewajiban CSR berlaku bagi semua perusahaan. Sehingga hotel bintang 1, 2 dan 3 di Surakarta harus segera melakukan pengembangan strategi CSR perusahaan agar sejalan dengan strategi bisnis perusahaan. Dalam mengembangkan strategi mengimplementasikan CSR bisa menggunakan pendekatan Susanto (2002), yaitu membangun dukungan dengan

manajemen senior dan karyawan, pengamatan terhadap pihak lain, mempersiapkan matriks aktivitas CSR yang diusulkan, mengembangkan opsi bagi kelanjutan program CSR dan membuat keputusan dalam hal arah, pendekatan dan fokus. Selanjutnya untuk implementasinya dengan menggunakan pendekatan ISO 26000.

Kata kunci: CSR, hotel

ABSTRACT

An understanding of Corporate Social Responsibility (CSR) or corporate social responsibility which becomes mandatory for all companies currently growing in the community. The old paradigm companies only have an obligation to shareholders can no longer be run by the company, if the company wants to thrive and exist in its efforts. Tripple Button Line which was popularized by John Elkington (1997) became mandatory for all companies. Surakarta city better known as a city of culture is now growing again predicate as the City of MICE (meetings, incentives-conferences and exhibitions). City predicate MICE encourage the development of the hospitality industry in Surakarta, with various facilities. As the development of the city, the construction of hotels is increasing in addition to apartments and malls are also growing rapidly. To support the existence of the existence of the hospitality industry, the construction of the image or reputation certainly can not be separated from the business itself. To achieve this the company perform communication with community programs, such as by implementing corporate social responsibility (Corporate Social Responsibility).

To support the existence of the hospitality industry as well as the contribution to the city of Surakarta City as MICE, this study will examine the implementation of CSR which has been run by the hospitality industry in Surakarta and develop models of CSR implementation hospitality industry. Expected hospitality industry in Surakarta can implement CSR practices in appropriate ways that authorized in the Act No. 40 of 2007 and Act No. 25 of 2007. Many companies that claim to have been doing CSR but in fact is not, or simply running the charity (charity), as a result of the lack of guidelines (guidance) about the concept and implementation of CSR ideal. If in view of its influence on the performance of companies on the implementation of CSR, Titisari et. al. (2010) provide empirical evidence that the company's CSR performance impact on economic performance. Further environmental performance also affect the economic performance of companies (Titisari & Alviana, 2012).

Design research using primary data with the hotel manager as a source of data and secondary data obtained through field research. This study will cooperate with the hospitality industry in the region Surakarta to obtain an overview of CSR practices hospitality industry. The primary data collected by questionnaire, observation, participation, interviews and secondary data collected by the method of documentation. Through the use of qualitative analysis technique, the target of the study is to analyze the implementation of CSR hospitality industry as the basis for the design of CSR implementation model that is an obligation of all companies.

The purpose of this study was to determine the CSR practices that have been on the run by the hospitality industry in Surakarta. The samples used in this study is the first star to five star hotels. By grouping into 3 groups: 1 star hotels, 2 star hotels and 3, and 4 and 5 star hotels This grouping based on the results of questionnaires returned (hotels that are willing to be made in the sample). The questionnaire includes 2 package is for the employee / employee of the hotel to determine their understanding of CSR and for the management of the hotel to find out the practice of CSR policies that have been on the run by the company.

The results showed an understanding of CSR implementation in view of the perception of employees / employee of the hotel shows an increase in the understanding of CSR. From interviews in get that for 1,2 and 3 star hotels are already running but there is no exact shape. As for the 4 and 5 star hotel run according to the CSR activities that have been formulated by the central office.

Judging from the terminology of CSR basing on the results of the questionnaire was increasing indkator vision and strategy, oversight and accountability, and risk identification and management. As for the composition of external disclosure commissioner commissioner and an increase of 1 and 2 star hotels 3 star hotel, but a decline and are under hotelbintang 1 and 2 for a 4 star hotel and 5. This is possible 4 and 5 star hotel, stay running a CSR strategy that has been set by the center.

Interviews showed that CSR has been on the run by a 1.2 star hotel and 3 more in the direction of imaging (charity and phylantrophy) in the neighborhood around the hotel has not been touched for a wider scope. Unlike the 4 and 5 star hotel, which has integrated with wider interests. For example, the provision of scholarships. Hotel 1, 2 and 3 in Surakarta need to start to develop a strategy for implementing CSR in line with the company's business strategy. CSR obligations apply to all companies. So hotelbintang 1, 2 and 3 in Surakarta must immediately

undertake the development of the company's CSR strategy in line with the company's business strategy. In developing a strategy to implement CSR can use the approach Susanto (2002), which build support by senior management and employees, observation of others, preparing the proposed matrix CSR activities, develop options for the continuation of the CSR program and make decisions in terms of direction, approach and focus . Further to its implementation using the ISO 26000 approach.

Keywords: CSR, hotel

PRAKATA

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah, berkat rahmat dan ridlo Allah SWT, akhirnya selesai sudah penyusunan laporan akhir penelitian yang berjudul “**CSR Assessment dan Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan di Surakarta.**” Dalam penyusunan penelitian ini, penulis tidak terlepas dari hambatan dan tantangan. Namun demikian, berkat bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikannya.

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dinas P dan K Propinsi Jawa Tengah yang telah memfasilitasi penulis dalam melakukan penelitian.
2. Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
3. Lembaga Penelitian, Pengembangan dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) UNIBA yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
4. Rekan-rekan kerja penulis di Universitas Islam Batik Surakarta yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Pebruari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
A. LAPORAN HASIL PENELITIAN	
RINGKASAN DAN SUMMARY.....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	23
BAB IV METODE PENELITIAN.....	24
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL		
Tabel 1	Industri Perhotelan di Surakarta	3
Tabel 2	Sampel Penelitian	27
Tabel 3	Karakteristik Responden karyawan/karyawati	28
Tabel 4	Karakteristik Responden Manajemen	29
Tabel 5	Persepsi Karyawan/Karyawati dalam Implementasi CSR	30
Tabel 6	Terminimologi CSR Hotel	31
Tabel 7	Tahapan Implementasi Social Responsibility (ISO 26000)	36

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR GAMBAR		
Gambar	1 Sasaran Perusahaan	1
	2 Susanto "lite" star	2
	3 Implementasi Social Responsibility ISO 26000	2
	4 Grafik Persepsi karyawan/karyawati dalam implementasi CSR Hotel	30
	5 Grafik Terminologi CSR	35
	6 Model Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan di Surakarta	38
	7 Model Implementasi CSR Industri Perhotelan di Surakarta	39

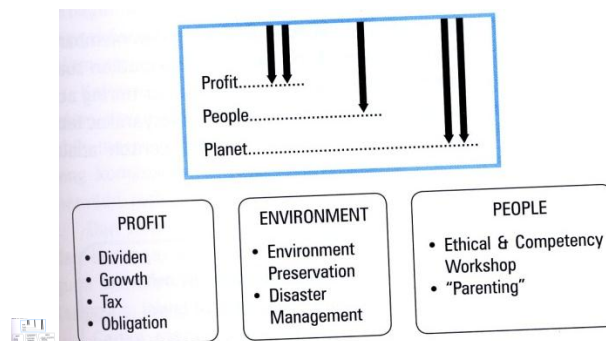
DAFTAR LAMPIRAN		
Lamp. 1	Daftar Riwayat Hidup Peneliti	
Lamp. 2	Kuesioner Penelitian	
Lamp. 3	Contoh Pedoman Mutu CSR	

BAB I

PENDAHULUAN

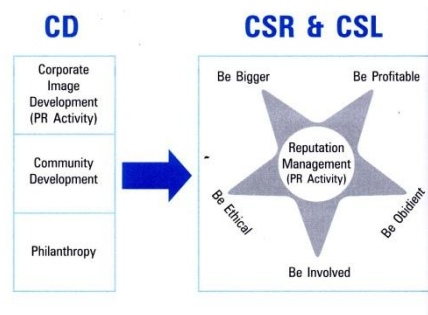
- **Latar Belakang Masalah**

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan saat ini semakin berkembang di masyarakat dan menjadi kewajiban bagi semua perusahaan. Paradigma lama perusahaan hanya mempunyai kewajiban kepada shareholder sudah tidak bisa di jalankan lagi oleh perusahaan, jika perusahaan ingin berkembang dan eksis dalam usahanya. Tripple Button Line yang di populerkan oleh John Elkington (1997) menjadi kewajiban bagi semua perusahaan. Sasaran perusahaan tidak hanya berorientasi pada kemakmuran shareholder, melainkan meliputi profit, people dan planet. Sebagaimana dalam ilustrasi sebagai berikut: (Susanto, 2009)



Gambar 1
Sasaran Perusahaan

Makna CSR semakin berkembang, seiring dengan pergerseran paradigma dalam hubungan perusahaan dan komunitas yang berawal dar aktivitas Community Development(CD). Seperti tertuang dalam rumusan Susanto "Leit" Star berikut : (Susanto, 2009)



Gambar 2
Susanto “*lite*” Star

Implementasi CSR perusahaan bergantung pada kondisi perusahaan yang meliputi misi, budaya, lingkungan dan risiko serta kondisi operasional. Telah banyak perusahaan yang melibatkan diri dalam aktivitas yang berkaitan dengan aktivitas yang tercakup dalam CSR seperti pelanggan dan karyawan. Ini merupakan titik awal implementasi CSR yang lebih luas. Selanjutnya dalam pengembangannya aktivitas CSR perlu di integrasikan dengan pengambilan keputusan inti, strategi, aktivitas dan proses manajemen perusahaan. Secara menyeluruh implementasi CSR mengacu pada ISO 26000.

Organizational Governance	<ul style="list-style-type: none"> • Accountability • Transparency • Providing facts and figures
Human Rights	<ul style="list-style-type: none"> • Diversity
Labor Practices	<ul style="list-style-type: none"> • Employment benefits and compensation • Learning and development • Providing healthy work/life balance
The Environment	<ul style="list-style-type: none"> • Preserving environment • Offering specific academic programs
Fair Operating Practices	<ul style="list-style-type: none"> • Responsible involvement in the public • Promoting social responsibility
Student Issues	<ul style="list-style-type: none"> • Providing sufficient information for current and prospective students
Community Involvement and Development	<ul style="list-style-type: none"> • Providing grants for community projects • Providing fund and support to generate and preserve affordable housing

Gambar 3

Implementasi Social Responsibility ISO 26000

Kota Surakarta yang lebih dikenal sebagai kota budaya sekarang bertambah lagi predikatnya sebagai Kota MICE (meeting-incentives-conferences and exhibitions). Predikat Kota MICE mendorong perkembangan industri perhotelan di kota Surakarta, dengan beragam fasilitas. Data industri perhotelan di Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Industri Perhotelan di Surakarta

No.	JENIS HOTEL	JUMLAH
1	BINTANG 5*****	3
2	BINTANG 4****	4
3	BINTANG 3 ***	8
4	BINTANG 2 **	6
5	BINTANG 1 *	5

Sumber: marketinghotelsolo.wordpress.com

Seiring perkembangan Kota, pembangunan hotel terus mengalami peningkatan disamping apartemen dan mall yang juga berkembang pesat. Untuk mendukung eksistensi keberadaan industri perhotelan, pembangunan citra atau reputasi tentu tidak dapat di pisahkan dari bisnis itu sendiri. Perusahaan harus berupaya membentuk, meningkatkan dan menjaga citra yang bagus bagi perusahaan yang tentunya dilakukan dengan berbagai program komunikasi. Salah satunya adalah dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility).

Penelitian Nuraina, 2010 di Hotel Novotel Semarang menemukan bahwa Hotel Novotel memiliki pemahaman yang salah akan aktivitas CSR yang selama ini dilakukan karena aktivitas CSR yang dijalankan Hotel Novotel bukan merupakan bentuk aktivitas CSR melainkan hanya berfungsi sebagai aktivitas komunikasi atau aktivitas kemanusiaan. Selain itu, aktivitas CSR yang dijalankan Hotel Novotel Semarang dinilai tidak terlalu berpengaruh terhadap usaha Hotel Novotel dalam mempertahankan citranya di mata masyarakat. Karena sejauh ini, walaupun masyarakat penerima program CSR telah merasakan manfaat dari bantuan yang diberikan serta adanya penilaian dan kesan bagus dari masyarakat penerima bantuan terhadap perusahaan yang bertempat di Jalan Pemuda no. 123 ini, dampak citra yang positif tidak terlalu berpengaruh terhadap stakeholder utama dari Hotel Novotel yaitu para pelanggan. Titisari et. al. (2010) memberikan bukti empiris bahwa kinerja CSR perusahaan berpengaruh terhadap kinerja ekonomi. Selanjutnya kinerja lingkungan juga berpengaruh terhadap kinerja ekonomi perusahaan (Titisari & Alviana, 2012). Guo.et.al (2009) melakukan penelitian terhadap 200 perusahaan di wilayah Kota Dalian Cina terkait penerapan CSR perusahaan. Bukti empiris menunjukkan bahwa CSR dari perusahaan-perusahaan milik negara jelas lebih baik daripada perusahaan swasta, penilaian lebih unggul untuk perusahaan

yang menguntungkan daripada di perusahaan-perusahaan yang tidak menguntungkan. Yang menarik di sini adalah karyawan tidak berikan kompensasi untuk jam kerja lembur.

Belum banyak di temukan hasil penelitian tentang CSR yang mengkaji bagaimana seharusnya implementasi CSR oleh perusahaan. Penelitian banyak dilakukan melihat dari sisi penerima dana CSR. Padahal jika di lihat lebih dalam ternyata banyak perusahaan belum mengetahui bagaimana panduan dari implementasi CSR itu sendiri. Untuk mendukung keberadaan industri perhotelan, penelitian ini akan meneliti implementasi CSR yang telah di jalankan oleh industri perhotelan (CSR Assessment) di Surakarta dan pengembangan model penerapan CSR industri perhotelan. Diharapkan industri perhotelan di Surakarta bisa menerapkan praktek CSR secara benar sesuai yang di amanatkan UU RI No. 40 Tahun 2007 dan UU RI No. 25 Tahun 2007, meskipun jenis hotel yang berkembang di kota Surakarta beragam.

- **Perumusan Masalah**

Implementasi CSR seperti yang diamanatkan UU No. 40 Tahun 2007 harus mendapatkan perhatian bagi semua perusahaan di Indonesia. Tidak terkecuali perusahaan yang bergerak dalam ndustri perhotelan. Panduan implementasi CSR sering menjadi pertanyaan bagi pelaku usaha dan seringkali praktek CSR dikaitkan dengan peningkatan citra perusahaan di publik. Perkembangan kota Surakarta yang pesat dan mendapat julukan sebagai kota MICE, menyebabkan perkembangan industri perhotelan berkembang pesat di kota Surakarta. Banyak perusahaan mengklaim telah menjalankan praktek CSR, demikian juga hotel-hotel yang berkembang di Surakarta. Namun demikian menjadi pertanyaan apakah memang praktek yang telah dijalankan adalah merupakan implementasi CSR yang seharusnya ataukah hanya sekedar pencitraan publik semata. Penelitian ini akan menjawab permasalahan:

- Bagaimana implementasi CSR (*CSR Assessment*) industri perhotelan di kota Surakarta?
- Bagaimana model strategi CSR untuk industri perhotelan di Surakarta?

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Studi Pendahuluan

Selama ini peneliti berkecimpung dalam penelitian di bidang Akuntansi. Topik CSR juga menjadi topik yang hangat di bidang akuntansi. Tidak mau ketinggalan, peneliti juga melakukan penelitian-penelitian terkait bidang CSR. Beberapa penelitian tentang CSR dikaitkan dengan kinerja ekonomi dan kinerja keuangan perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa kinerja CSR perusahaan berpengaruh terhadap kinerja ekonomi dan kinerja keuangan perusahaan. Perkembangan kota Surakarta menarik untuk diteliti, terutama dengan julukan baru menjadi kota MICE. Secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan industri perhotelan di kota Surakarta. Dari sudut pandang akuntansi tentunya perkembangan industri ini tidak akan lepas dengan kewajiban-kewajiban yang harus dijalankan untuk mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Salah satunya adalah dengan melaksanakan CSR. Menarik untuk diteliti selanjutnya bagaimana CSR Assessment yang industri perhotelan di kota Surakarta dan bagaimana model strategi CSR yang sesuai dengan yang diamanatkan UU.

Pengertian CSR

Mengenai pengertian CSR belum ada pengertian tunggal yang disepakati oleh semua pihak. Menurut Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006, Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) suatu lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 dan beranggotakan lebih dari 120 multinational company yang berasal dari 30 negara, dalam publikasinya *Making Good Business Sense* mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai "komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibisono, 2007). Definisi lain CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian

keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional (Suharto, 2008).

Gray *et al.* (1987, p. ix) dalam Belal (2001) mendefinisikan *Corporate social reporting (CSR)* : . . . proses komunikasi social dan lingkungan dari organisasi ekonomi terhadap kelompok tertentu di masyarakat dan masyarakat luas. Melibatkan tanggung jawab organisasi (terutama perusahaan), di luar tanggung jawab keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perusahaan mempunyai tanggung jawab lebih luas dibanding hanya untuk mencari uang bagi pemegang saham.

Departemen Sosial RI (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dan kemampuan dunia usaha untuk memberi kepedulian, melaksanakan kewajiban social, membangun kebersamaan, melakukan program/kegiatan kesejahteraan social/pembangunan social/kesejahteraan masyarakat sebagai wujud kesetiakawanan social dan menjaga keseimbangan ekosistem di sekelilingnya.

CSR merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menanggapi keadaan social yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara. Atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada komunitas. Atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang internal (pekerja, shareholders, dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain). (Famiola dan Rudito, 2007)

Dari beragam definisi tersebut, ada satu kesamaan bahwa CSR tak bisa lepas dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, negara dan lingkungan. Konsep inilah yang kemudian diterjemahkan oleh John Elkington sebagai *triple bottom line*, yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet*. Maksudnya, tujuan CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan, menyejahterakan karyawan dan masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan.

Di perusahaan go publik aktivitas CSR harus di ungkapkan dalam laporan tahunan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility*

merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Pratiwi dan Djamhuri (2004) mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian di berbagai negara membuktikan, bahwa laporan tahunan (*annual report*) merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertanggungjawaban sosial timbul jika organisasi memiliki kesadaran bahwa mereka memiliki kewajiban untuk melakukan pertanggungjawaban terhadap lingkungannya. Brammer, Brooks dan Pavelin (2006) pengukuran CSR dengan mempertimbangkan tiga parameter CSR yaitu : *Employment, Environment dan Community*.

Kategori *corporate social disclosures* menurut William (1999) meliputi 5 (lima) tema antara lain : (1) *environment*; (2) *energy*; (3) *human resources and management*; (4) *products and customers*; and (5) *community*. Sedangkan menurut Imam (2000) mengidentifikasi 4 (empat) area utama *corporate social performance*, antara lain:

- *Community development*. Meliputi aktivitas yang berorientasi social yang terutama berguna bagi masyarakat luas. Contoh: pembiayaan jasa kesehatan, fasilitas perumahan , aktivitas karyawan, dan lain-lain.
- *Human resource*. Meliputi aktivitas untuk meningkatkan kinerja karyawan. Contoh: peningkatan praktek ketegakerjaan, pelatihan, situasi kerja, kebijakan karier, kesejahteraan karyawan.
- *Product or service contribution*. Meliputi perlindungan konsumen, produk berkualitas, kemasan, jaminan keabsahan dan keselamatan produk.
- *Physical resources and environmental contribution*. Aktivitas ini diarahkan untuk mengurangi atau mencegah kerusakan lingkungan. Contoh: polusi udara, air, konservasi sumber daya langka dan pengolahan limbah termasuk dalam area ini.

Gloutire (1992) dalam Utomo (2000) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam wacana pengungkapan sosial adalah:

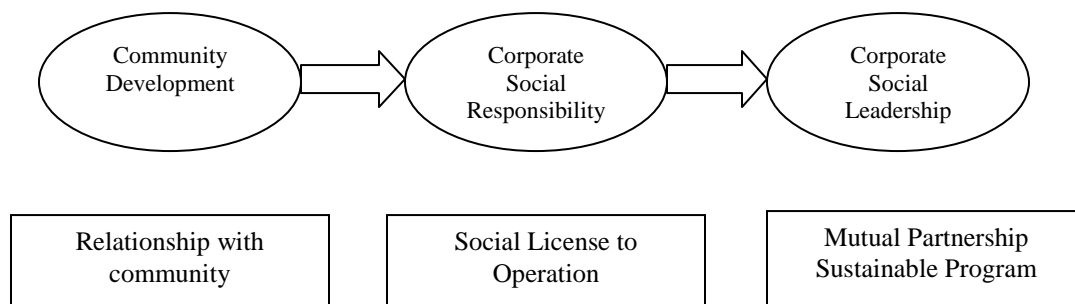
- a. **Kemasyarakatan** : Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.
- b. **Ketenagakerjaan** : Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi: rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi lainnya.
- c. **Produk dan Konsumen** : Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.
- d. **Lingkungan Hidup** : Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

Jika di lihat dari definisi serta regulasi-regulasi yang ada di Indonesia, seolah-olah CSR hanya merupakan kewajiban perusahaan besar. Mungkin ini juga ketika terdapat “Corporate” dalam singkatan CSR, sehingga di persepsikan hanya perusahaan besar saja yang berkewajiban melaksanakan CSR. Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pembangunanfasilitas pendidikan dan kesehatan, program pencegahan penyakit melalui pendidikan kesehatan masyarakat, membangun fasilitas MCK untuk masyarakat sekitar, memberikan kesempatan bekerja secara produktif bagi penyandang cacat, pelatihan untuk penyandang cacat, pemberian bantuan/pinjaman modal UKM, *social forestry*, pemberian beasiswa,bantuan sosial, penyuluhan dan pencegahan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan social berbasis masyarakat, pengobatan gratis bagi masyarakat, dan sebagainya. CSR pada tataran ini tidak sekadar *do good* dan *to look good*, melainkan pula *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Untuk merangsang pertumbuhan CSR yang mampu berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan diperlukan adanya model CSR yang efektif untuk mencapai tujuan yang diharapkan, adanya sumber daya manusia dan institusi yang memiliki kapasitas

untuk melaksanakan CSR, adanya peraturan dan kode etik yang jelas dalam dunia usaha serta adanya dukungan sektor publik untuk menjamin pelaksanaan CSR oleh perusahaan sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai dalam suatu masyarakat. Dalam proses perjalanan CSR di Indonesia banyak masalah dan kendala yang dihadapinya, di antaranya CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat. Hal ini menyebabkan program CSR belum bergulir sebagai mana mestinya, mengingat masyarakat umum belum mengerti apa itu program CSR, apa saja yang dapat dilakukannya dan bagaimana masyarakat dapat berkolaborasi dengan prosedur perusahaan. Kendala dalam implementasi CSR antara lain adanya gangguan keamanan, kurangnya kreativitas dan inovasi, timbulnya ketergantungan masyarakat, korupsi, peraturan yang membingungkan, dan pemerintah masih kurang memberikan situasi yang kondusif bagi perusahaan dalam menjalankan CSR. Program CSR yang berkelanjutan diharapkan dapat memberikan alternative terobosan baru untuk memberdayakan masyarakat dalam mengatasi permasalahan social dan lingkungan yang semakin kompleks dan rumit dalam dekade terakhir. Adanya sinergi antara dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah untuk secara terus menerus membangun dan menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan lingkungan yang berkualitas akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa.

Tanggungjawab sosial merupakan suatu ide bahwa bisnis memiliki tanggungjawab tertentu kepada masyarakat selain mencari keuntungan (*the persuit of profits*). Baru-baru ini istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup pengertian yang lebih luas, menuju *Social Responcibility*. Tanggungjawab sosial dapat pula diartikan sebagai berikut;”merupakan kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan, dan melksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat”. Pada pengertian yang lainnya *Social Responcibility* atau tanggungjawab sosial diartikan sebagai berikut: ” merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembagunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatannya”. (Asy’ari, 2009)



Secara umum, *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menggapai keadaan social yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain).

Perkembangan wacana dan praktik CSR di Indonesia memang sangat menggembirakan. Dari sebuah konsep asing, CSR kini menjadi konsep yang banyak sekali diperbincangkan, diperdebatkan dan digunakan untuk melabel banyak aktivitas. Tentu saja, hal tersebut sangat patut disukuri. Hanya saja, karena tidak cukup banyak pihak yang menekuni wacana CSR sebagaimana yang termuat dalam berbagai literatur di negara-negara maju, maka banyak kesalahan umum yang kerap ditemui kalau kita benar-benar memperhatikan bagaimana kini CSR digunakan. Kesalahan umum yang kerap ditemui tersebut adalah : (1) CSR adalah amal sama dengan CSR (2) CSR harus menonjolkan aspek social (3) Organisasi CSR cuma tempelan (4) CSR hanya untuk perusahaan besar (5) Memisahkan CSR dari bisnis inti perusahaan (6) CSR untuk diri sendiri, bukan sepanjang supply chain (7) Setelah sampai konsumen, tak ada lagi CSR (8) CSR cuma tambahan biaya belaka (9) CSR adalah pemolesan citra perusahaan (10) Menganggap bahwa CSR sepenuhnya voluntari atau sukarela (11) Mempraktikkan CSR dalam ranah eksternal saja.

Biaya CSR dalam laporan keuangan

Belakangan ini, aktivitas CSR telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, utamanya terkait dengan fungsi pemasaran, public relation, dan investment-decision making. Untuk dapat menghasilkan program CSR yang dapat menghasilkan program business value sekaligus tax favorable, ada baiknya jika wajib pajak mempertimbangkan aspek perpajakan saat merancang program CSR-nya. Masih menjadi kajian perlakuan atas dana CSR perusahaan. Sebagian besar perusahaan mengkaitkan dengan biaya promosi. Berbeda halnya

dengan pihak penerima bantuan CSR. Ketentuan perpajakan Indonesia memberikan skema insentif untuk program-program CSR. Pemberian insentif ini diusung sebagai bentuk akomodasi pemerintah atas kepentingan public dalam jangka panjang. Disini, skema insentif *tax exemption*, *tax deduction*, atau *tax credit*- yang digunakan disesuaikan dengan dasar hukum yang berlaku di Indonesia serta aplikasi program-program CSR yang terjadi dalam masyarakat. Dalam ranah Pajak Penghasilan (PPh), ketentuan terkait aktivitas CSR diatur dalam Pasal 4 UU Nomor & Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan UU Nomor 36 Tahun 2008 (UU PPh). Seperti yang dijelaskan dalam ayat (1) huruf d angka 4 pasal tersebut, Objek PPh adalah penghasilan, termasuk di dalamnya keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan peraturan Menteri Keuangan (PMK), sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan. Itu artinya, keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, bukan merupakan Objek PPh bagi yang menerima (Effendi, 2010).

Selanjutnya dalam Pasal 4 ayat (3) huruf l, m, dan n UU PPh juga diatur pengecualian pengenaan PPh atas aktivitas CSR. Seperti halnya beasiswa yang memenuhi persyaratan tertentu, sisa lebih diterima atau diperoleh badan atau lembaga nirlaba yang bergerak dalam bidang pendidikan dan atau bidang penelitian dan pengembangan yang telah terdaftar pada instansi yang membidangnya- yang ditanamkan kembali dalam bentuk sarana dan prasarana kegiatan pendidikan dan atau penelitian dan pengembangan dalam jangka waktu paling lama 4 (empat) tahun sejak diperolehnya sisa lebih tersebut, serta bantuan atau santunan yang dibayarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial kepada Wajib Pajak tertentu.

Pentingnya Pertimbangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pelaporan Keuangan

Akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban mempunyai fungsi sebagai alat kendali terhadap aktivitas suatu unit usaha. Tanggung jawab manajemen tidak hanya terbatas pada pengelolaan dana ke dalam perusahaan kepada investor dan kreditor, tetapi juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut terhadap lingkungan alam dan sosialnya. Pertukaran-pertukaran yang terjadi antara perusahaan dengan lingkungan alam dan sosialnya, serta manfaat sosial (*social benefit*) dan biaya sosial (*social cost*) yang ditimbulkannya merupakan sisi aspek sosial pertanggungjawaban manajemen. Dalam hal ini tujuan akuntansi keuangan dan laporan keuangan dalam SAK 1994 belum mampu mencakup tanggung jawab perusahaan. Oleh karenanya perlu ada usaha pengembangan tujuan pelaporan keuangan yang mempertimbangkan tanggung jawab perusahaan kepada investor, kreditor, serta lingkungan sosialnya.

Financial Accounting Standart Board (FASB) sebagai lembaga pembuat standar mengemukakan bahwa dalam pemilihan kebijakan akuntansi yang dibuat dapat dilakukan dalam dua tingkat, yaitu: (1) dilakukan oleh lembaga formal yang mempunyai kekuasaan untuk memaksa dunia bisnis menerapkannya, dan (2) dilakukan perusahaan secara individual (Halim:1999)

Gray et. al., (1993) dalam Halim (1999) mengemukakan peranan akuntan dalam membantu manajemen terkait masalah tanggung jawab sosial, yakni:

- 1) Sistem akuntansi yang ada saat ini dapat dimodifikasi untuk mengidentifikasi masalah lingkungan dalam hubungannya dengan masalah pengeluaran (atau bahkan penghasilan) seperti biaya kemasan (*packaging*), biaya hukum, biaya energi, dan lain-lain.
- 2) Hal-hal yang negatif dari sistem akuntansi saat ini perlu diidentifikasi, seperti masalah penilaian investasi yang belum mempertimbangkan masalah lingkungan.
- 3) Sistem akuntansi perlu untuk lebih memandang ke depan dan lebih peka pada munculnya isu-isu lingkungan yang berubah dengan cukup cepat.
- 4) Pelaporan keuangan untuk pihak eksternal dalam proses berubah, seperti berubahnya ukuran kinerja perusahaan di masyarakat

5) Akuntansi yang baru dan sistem informasi memerlukan pengembangan

Teori Yang Mendasari Penelitian

- Teori *Impression Management*

Impression Management theory menyatakan bahwa setiap individu atau organisasi harus menetapkan dan memelihara kesan yang kongruen dengan persepsi mereka yang disampaikan kepada publik (Schenker,1980 dalam Oktaviani, 2011). Yang mendasari teori ini adalah *Corporate Social Responsibility* yaitu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menimbulkan kesan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Tujuan ini mengarah pada pemenuhan tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan (Friedman,1988 dalam Oktaviani, 2011).

- Teori *Stakeholder*

Keberadaan perusahaan bukan semata-mata bertujuan untuk melayani kepentingan shareholder melainkan untuk seluruh pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholder*) (Daniri, 2007). Pemangku kepentingan adalah kelompok atau individu yang mendapatkan keuntungan dan atau kerugian dan yang hak-haknya di langgar oleh tindakan korporasi. Artinya, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang menuntut mereka mempertimbangkan semua kepentingan pihak-pihak yang terkena pengaruh dari tindakannya. (Freeman, 1984 dalam Oktaviani, 2011). Penggunaan teori ini menekankan bahwa tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh perusahaan menuntut mereka untuk mempertimbangkan semua kepentingan berbagai pihak yang terkena dampak dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

- Teori Legitimasi

Organisasi/perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dimana kegiatan yang dilakukan harus berdasarkan pada norma atau aturan yang berlaku pada masyarakat sekitarnya. Organisasi/perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa perusahaan beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Organisasi/perusahaan secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada (Gray et al., 1996).

- Teori *Triple Bottom Line*

Jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan itu juga harus memperhatikan “3P”, yaitu keuntungan (profit), pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) (John Elkington, 1997). Uraian tersebut menunjukkan bahwa keuntungan ekonomis tidak pernah dapat dipisahkan dalam kerangka pelaksanaan CSR, sehingga tujuan dari pelaksanaan CSR adalah sustainability bagi perusahaan.

Implementasi CSR

Banyak perusahaan mengklaim telah menjalankan CSR. Namun demikian apakah yang mereka jalankan benar-benar aktivitas CSR ataukah hanya sekedar pencitraan dan meningkatkan brand image perusahaan di mata publik. Terlepas masih belum sempurnanya penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), namun pelaksanaannya di Indonesia dalam empat tahun terakhir ini makin menunjukkan kemajuan. Buktinya, semakin banyak perusahaan yang mulai peduli dan melaksanakan program CSR dalam berbagai bentuk. Namun masih disayangkan, penerapan konsep CSR masih menjadi milik perusahaan masing-masing, akibatnya banyak dari mereka yang mengklaim telah melakukan CSR padahal nyatanya belum, atau sekedar menjalankan kegiatan charity /sumbangan (<http://.ciptakarya.pu.go.id>).

Terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan ketika perusahaan akan melakukan program CSR (Wibisono (2007):

- Tahap perencanaan

Perencanaan terdapat tiga langkah utama, yaitu *awareness building*, *CSR Assessment*, dan *CSR manual building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai pentingnya CSR dan komitmen manajemen, Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok, dan lain-lain.

CSR Assessment merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif.

Langkah selanjutnya adalah membuat *CSR manual*. Hasil *assessment* merupakan dasar menyusun *manual* atau pedoman implementasi CSR. Upaya yang mesti dilakukan antara lain melalui *benchmarking*, menggali dari referensi atau menggunakan tenaga ahli.

Manual merupakan inti dari perencanaan, karena menjadi panduan atau petunjuk pelaksanaan CSR bagi komponen perusahaan. Penyusunan *manual* CSR dibuat sebagai acuan, panduan dan pedoman dalam pengelolaan kegiatan sosial kemasyarakatan yang dilakukan oleh perusahaan. Pedoman ini diharapkan mampu memberikan kejelasan dan keseragaman pola pikir dan pola tindak seluruh elemen perusahaan guna tercapainya pelaksanaan program yang terpadu, efektif dan efisien.

- Tahap Implementasi

Perencanaan sebaik apapun tidak akan berarti dan tidak akan berdampak apapun bila tidak diimplementasikan dengan baik. Akibatnya tujuan CSR secara keseluruhan tidak akan tercapai, dan masyarakat tidak akan merasakan manfaat yang optimal. Padahal anggaran yang telah dikucurkan tidak bisa dibilang kecil. Oleh karena itu perlu disusun strategi untuk menjalankan rencana yang telah dirancang.

Dalam memulai implementasi, pada dasarnya terdapat tiga aspek yang harus disiapkan, yaitu; siapa yang akan menjalankan, apa yang harus dilakukan, dan bagaimana cara melakukan implementasi beserta alat apa yang diperlukan. Dalam istilah manajemen populer, aspek tersebut diterjemahkan kedalam:

- Pengorganisasi, atau sumber daya yang diperlukan
- Penyusunan (*staffing*) untuk menempatkan orang sesuai dengan jenis tugas atau pekerjaan yang harus dilakukannya.
- Pengarahan (*directing*) yang terkait dengan bagaimana cara melakukan tindakan
- Pengawasan atau kontrol terhadap pelaksanaan
- Pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana
- Penilaian (*evaluating*) untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan

Tahap implementasi ini terdiri dari tiga langkah utama, yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan

mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi CSR khususnya mengenai pedoman penerapan CSR. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman CSR yang ada, berdasarkan *roadmap* yang telah disusun. Sedangkan internalisasi adalah tahap jangka panjang. Internalisasi mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh aspek bisnis perusahaan, misalnya melalui sistem manajemen kinerja, prosedur pengadaan, proses produksi, pemasaran dan proses bisnis lainnya. Dengan upaya ini dapat dinyatakan bahwa penerapan CSR bukan sekedar kosmetik namun telah menjadi strategi perusahaan, bukan lagi sebagai upaya untuk *compliance* tetapi sudah *beyond compliance*.

- Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauhmana efektifitas penerapan CSR. Evaluasi juga bukan tindakan untuk mencari-cari kesalahan. Evaluasi dilakukan sebagai sarana untuk pengambilan keputusan. Misalnya keputusan untuk menghentikan, melanjutkan, memperbaiki atau mengembangkan aspek-aspek tertentu dari program yang telah diimplementasikan.

- Pelaporan

Pelaporan dilakukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi selain berfungsi untuk keperluan *shareholder* juga untuk *stakeholder* yang memerlukan.

Penilaian CSR yang tepat harus memberikan pemahaman mengenai hal-hal: (Susanto, 2009)

- a. Nilai-nilai dan etika perusahaan
- b. Dorongan eksternal dan internal yang memotivasi perusahaan untuk menjalankan aktivitas CSR
- c. Isu-isu penting seputar CSR yang dapat memberikan dampak bagi perusahaan
- d. Stakeholder-stakeholder kunci
- e. Struktur pengambilan keputusan yang berlaku dalam perusahaan saat ini, kekuatan dan kelemahannya dalam hal mengimplementasikan program CSR yang terintegrasi
- f. Implikasi terhadap sumber daya manusia dan anggaran yang di miliki

- g. Aktivitas-aktivitas berkaitan dengan CSR yang tengah berjalan.

Tahapan penilaian CSR (CSR Assessment): (Susanto, 2009)

- a. Membentuk tim kepemimpinan CSR
- b. Merumuskan definisi program CSR
- c. Melakukan kajian terhadap dokumen, proses dan aktivitas perusahaan
- d. Mengidentifikasi dan melibatkan stakeholder kunci

Agar efektif, implementasi CSR harus sesuai: tujuan bisnis inti dari perusahaan dan kompetensi inti dari perusahaan. Jika CSR harus di perlakukan sebagai bagian dari strategi perusahaan yang efektif, maka definisi CSR menjadi unik bagi setiap perusahaan berdasarkan tujuan spesifik, risiko, peluang, dan kompetensi perusahaan.

2. Konsep Strategi

Lingkungan bisnis serba tidak pasti. Perusahaan harus memformulasikan strategi yang konsisten untuk mencapai kesuksesan. Lingkungan organisasi merupakan variabel yang sangat penting dalam menentukan strategi bisnis suatu perusahaan. Kondisi ini memunculkan konsep strategi berupa rencana, tindakan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan (Ellitan, 2008).

Strategi mengidentifikasi pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan tujuan. Selain itu, strategi dapat diputuskan secara eksplisit dan tercermin pada keputusan-keputusan yang dibuat serta tindakan- tindakan yang dilaksanakan. Definisi formal dari strategi sendiri adalah seni penyusunan rencana yang menggelar kemampuan- kemampuan dan kompetensi- kompetensi suatu organisasi secara terfokus untuk menghadapi lingkungan persaingan yang dikenali pada waktu yang tepat guna meraih kesuksesan Craig (1996), .

Strategi merupakan kemampuan untuk melihat arah yang hendak dituju, dan untuk melakukan hal- hal yang diperlukan supaya tetap berada di jalur serta mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini digunakan untuk mempertahankan komitmen jangka panjang guna meraih posisi kepemimpinan global terhadap persaingan yang merupakan tindak lanjutan dari visi yang telah ditetapkan (Watson, 1993).

Strategi bisnis tidak dapat diformulasikan atau diadaptasikan dengan lingkungan yang terus berubah tanpa adanya proses evaluasi strategi. Strategi merupakan pola tindakan yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi. Strategi tersebut membentuk pola pengambilan keputusan dalam visi organisasi. Dengan demikian,

evaluasi strategi bisnis merupakan suatu upaya sistematis yang berusaha melihat secara seksama segala sesuatunya melalui fakta yang jelas dalam menentukan keberhasilan suatu bidang usaha (Usmara, 2007).

3. Strategi CSR

Strategi CSR: strategi bisnis yang terintegrasi dengan tujuan bisnis inti dan kompetensi inti untuk menciptakan nilai bisnis dan nilai sosial/lingkungan yang positif dan tertanam dalam budaya dan operasi bisnis sehari-hari (McElhaney, 2007). Strategi CSR membantu perusahaan memastikan bahwa perusahaan secara berkesinambungan membangun, memelihara, dan memperkuat identitas dan pasar yang dimilikinya. Penilaian CSR menghasilkan basis informasi perusahaan yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi CSR. Sebuah strategi CSR adalah peta jalan untuk bergerak maju pada isu-isu CSR. Ini menetapkan arah perusahaan dan ruang lingkup dalam jangka panjang berkaitan dengan CSR, yang memungkinkan perusahaan untuk menjadi sukses dengan menggunakan sumber daya dalam lingkungan yang unik untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan *stakeholder*. Sebuah strategi CSR yang baik mengidentifikasi secara keseluruhan dalam perusahaan untuk berkontribusi dalam implementasi CSR:

- a. para pemangku kepentingan dalam perspektif dan kepentingan mereka
- b. memerlukan pendekatan dasar untuk bergerak ke depan
- c. bidang prioritas tertentu
- d. kewenangan yang jelas, staf yang bertanggung jawab dan segera melangkah selanjutnya, dan
- e. proses untuk evaluasi, monitoring dan memastikan hasil.

Perusahaan yang berbeda akan berbeda pula kesadaran dan penerapan pada CSR, yang akan menentukan isi dari strategi. Beberapa orang mungkin memutuskan untuk mengadopsi "minimum yang diperlukan" sikap. Langkah-langkah pengembangan strategi CSR (Susanto, 2009):

- a. Membangun dukungan dengan manajemen senior dan karyawan
- b. Pengamatan terhadap pihak lain
- c. Mempersiapkan matriks aktivitas CSR yang diusulkan
- d. Mengembangkan opsi bagi kelanjutan program CSR
- e. Membuat keputusan dalam hal arah, pendekatan, dan fokus

Strategi CSR perlu di miliki perusahaan. Ada pepatah lama bahwa " jika Anda tidak tahu di mana Anda pergi, ada sedikit kemungkinan Anda pernah akan sampai ke sana . " Hal ini berlaku untuk CSR seperti itu dengan pendekatan bisnis lainnya . Setelah strategi CSR membantu untuk memastikan bahwa perusahaan membangun, memelihara dan terus memperkuat identitasnya, pasar, dan hubungan . Yang penting, ia menyediakan kerangka kerja untuk strategi bisnis yang koheren didasarkan pada isu-isu bahwa ia dan para pemangku kepentingan mempertimbangkan.

Bagaimana mengembangkan strategi CSR

Enam langkah berikut terdiri dari cara yang disarankan untuk mengembangkan strategi CSR :

- a. Membangun dukungan dengan CEO , manajemen senior dan karyawan
- b. Melakukan penelitian apa yang orang lain (termasuk pesaing) lakukan dan menilai nilai instrumen CSR diakui;
- c. Siapkan matriks tindakan CSR yang diusulkan;
- d. Mengembangkan pilihan untuk melanjutkan dan kasus bisnis untuk mereka, dan
- e. Tentukan arah, pendekatan , batas-batas dan area fokus .

Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam urutan yang berbeda atau disebut dengan nama yang berbeda, tetapi mengambil mereka semua akan meningkatkan kemungkinan perusahaan memiliki strategi CSR sistematis dan realisasi. Jelas bahwa strategi CSR tidak mungkin berhasil bila tidak didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang nilai-nilai perusahaan, ketika gagal untuk mengambil keuntungan dari ide-ide mereka yang mungkin memberikan bantuan, dan ketika itu tidak mendekati masalah secara sistematis , membangun kekuatan dan mengatasi kelemahan.

Dalam mengembangkan strategi CSR, terdapat seperangkat praktek yang baik dimana perusahaan harus fokus: (McElhaney, 2007)

- Perlu dukungan kepemimpinan senior perusahaan

Sering CSR lahir dari organisasi yang lebih rendah yaitu karyawan. Tapi pada tahap tertentu, eksekutif senior harus komitmen dan terlibat. Visi yang jelas CSR perlu tertanam dan mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan dan dihubungkan dengan visi, misi dan nilai-nilai organisasi. CSR tidak hanya inti untuk menciptakan nilai sosial atau lingkungan tetapi inti untuk menciptakan bisnis juga. CSR harus di perlakukan

dan dikelola sebagai strategi bisnis inti seperti strategi pemasaran, penelitian dan pengembangan dan belanja modal.

- Terkait dengan tujuan bisnis perusahaan yang spesifik

Mendefinisikan tujuan bisnis tidak semudah yang tampak. Sering lima manajer bisnis dari perusahaan yang sama akan memberikan lima jawaban yang berbeda untuk tujuan bisnis dan prioritas. Misalnya, CEO mungkin mengatakan tujuan paling mendesak adalah meningkatkan pangsa pasar atau meningkatkan penjualan. Pemimpin sumberdaya manusia mungkin mengatakan bahwa merekrut karyawan yang berbakat atau meningkatkan kepuasan karyawan mendesak untuk dilakukan. CSR dapat menjadi strategi yang efektif untuk memenuhi setiap tujuan ini, tetapi menjadi satu strategi bisnis. CSR tidak bisa menjadi segalanya bagi semua kebutuhan perusahaan. Tujuan-tujuan ini harus diprioritaskan.

- Strategi CSR harus sesuai dengan kompetensi inti perusahaan

Hal ini membutuhkan fokus dan disiplin. Biasanya CSR dijalankan dengan ad hoc dan tidak terintegrasi. Inisiatif CSR muncul dari unit-unit yang ada dan jika dipetakan sering tidak terkait dengan keahlian bisnis perusahaan. Seharusnya perusahaan mencari strategi sosial/lingkungan yang mereka miliki sebagai bagian dari solusi. Kesalahan klasik, misalnya sebuah perusahaan otomotif memutuskan untuk mendanai penelitian penyebab kanker. Tak ada keraguan, ini adalah tujuan mulia, namun tidak ada hubungan yang jelas antara membuat dan menjual mobil dengan penelitian kanker. Perusahaan otomotif tahu mobil, rekayasa transportasi, dan desain. Kendaraan berbahan bakar alternatif dan tantangan global ketergantungan bahan bakar bensin mungkin lebih pas sebagai kompetensi inti perusahaan dan tujuan bisnis untuk meningkatkan penjualan. Posisi pasar yang lebih baik akan dicapai perusahaan jika fokus dengan strategi yang selaras dengan tujuan inti perusahaan.

- Terintegrasi ke dalam tata kelola perusahaan dan sistem manajemen

Sebagai contoh, jika CSR tidak dibangun ke dalam sistem penilaian kinerja bagi karyawan, maka tidak akan sepenuhnya dilaksanakan. Fungsi dalam perusahaan seringkali hanya diukur dari tingginya pendapatan.

- Perusahaan harus melihat CSR baik sebagai strategi mitigasi risiko dan strategi mencari peluang

Mereka harus berusaha menemukan “sweet spot” yang merupakan persimpangan antara bisnis dan pengembalian sosial/lingkungan. Perusahaan harus mencari mitra dalam komunitas yang telah mengembangkan keahlian sesuai dengan masalah dan target yang yang di harapkan. Selanjutnya bekerjasama dengan organisasi-organisasi tersebut (biasanya di sektor nirlaba) untuk mengembangkan solusi terbaik dan membangun kapasitas. Mitra non profit berada dalam posisi yang lebih baik untuk membantu perusahaan mengkomunikasikan upaya CSR nya, karena non profit mendapat kepercayaan global lebih tinggi.

- Perusahaan harus mengembangkan matrik kinerja yang jelas untuk mengukur dampak dari strategi CSR

Metrik internal seperti perbaikan reputasi, keuntungan di pangsa pasar, persepsi merk, meningkatkan penjualan, penurunan pengeluaran operasional dan kepuasan karyawan. Metrik eksternal difokuskan pada masyarakat dan lingkungan. Jika tidak ada metrik kinerja, tidak akan ada cara untuk membuktikan bahwa strategi itu efektif dan tidak akan berkelanjutan.

4. Model CSR

CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan di bawah divisi *human resource development* atau *public relations*. CSR bisa pula dilakukan oleh yayasan yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau ke dewan direksi.

Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti LSM, Perguruan Tinggi atau Lembaga Konsultan. Beberapa perusahaan ada pula yang bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Beberapa perusahaan bahkan ada yang menjalankan kegiatan serupa CSR, meskipun tim dan programnya tidak secara jelas berbendera CSR (Suharto, 2007).

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang.

Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi kemanusiaan ini umumnya dilakukan secara *ad-hoc, partial*, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekadar berbuat baik agar terlihat baik (Suharto, 2008a).

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan needs assessment. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan kesehatan, pemberian pinjaman modal bagi UKM, social forestry, penakaran kupukupu, pemberian beasiswa, penyuluhan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat dan seterusnya. CSR pada tataran ini tidak sekadar do gooddan to look good, melainkan pula to make good, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Suharto, 2008b).

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Melakukan penelitian empiris terhadap *CSR Assessment* industri perhotelan di kota Surakarta dan mengembangkan model strategi CSR industri perhotelan di kota Surakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat bagi Pengembangan Ipteks : Mengembangkan model strategi CSR bagi industri perhotelan.

Manfaat bagi Pembangunan : Penyediaan luaran perguruan tinggi yang kompeten di bidang tanggung jawab perusahaan dalam mendukung program pemerintah kota, yaitu peningkatan peran Perguruan Tinggi dalam pembangunan. Diharapkan hasil penelitian juga bisa dimanfaatkan oleh pihak-pihak terkait terutama industri perhotelan di wilayah Surakarta dan Dinas pariwisata tentang pemenuhan kewajiban CSR perusahaan dalam mendukung kota Surakarta sebagai kota MICE terkait terutama dinas pariwisata.

Manfaat bagi Institusi : Mengembangkan profesionalisme (*knowledge, hard skills* serta *soft skills*) dan kapabilitas intelektual dosen sebagai bagian dari suatu sistem penjaminan mutu perguruan tinggi secara keseluruhan

BAB IV METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitative, yang akan memberikan bukti empiris terkait praktek CSR di industri perhotelan di Surakarta dan rumusan model implementasi CSR di industri perhotelan.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002), populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Sedangkan Djarwanto dan Subagyo (1996) menyatakan bahwa populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan) atau individu—individu yang karakteristiknya hendak di duga. Menurut Sekaran (1992 : 225) populasi adalah seluruh kelompok manusia, kejadian, atau sesuatu yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan investigasi. Populasi yang menjadi obyek penelitian ini ialah industri perhotelan di wilayah Surakarta.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Djarwanto dan Subagyo, 1996 : 108). Dengan mempelajari sample, peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan ke dalam populasi (Sekaran, 2003). Untuk memperoleh sample yang representative, dipergunakan teknik sampling, yaitu proses pemilihan beberapa elemen yang cukup dari suatu populasi sehingga dengan mempelajari dan memahami

karakteristik sample tersebut maka kita akan dapat melakukan generalisasi karakteristik tersebut ke dalam elemen populasi (Sekaran, 2003). Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel adalah:

- 1) Hotel berada di wilayah Surakarta.
- 2) Bersedia di jadikan sampel dalam penelitian

3. Data

a. Jenis data

1) Data kualitatif

Yaitu data yang tidak diwujudkan dalam bentuk angka. Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi informasi praktek *Corporate Social Responsibility* yaitu *environment, employment, dan community* yang di jalankan oleh perusahaan sesuai dengan isian kuesioner yang di sebarakan kepada pimpinan hotel.

2) Data kuantitatif

Yaitu data yang berupa angka-angka dengan cara mengklasifikasikan dan melakukan perhitungan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang di sebarakan kepada pegawai hotel yang menggunakan skala likert.

b. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah data primer dari kuesioner kepada pimpinan hotel dan karyawan/karyawi hotel.

4. Definisi Operasional Variabel

- Persepsi tanggung jawab sosial (CSR)

- Reputasi perusahaan (corporate reputation)
- Keterikatan pekerja (employee engagement)
- Strategi CSR (visi dan strategi, pengawasan dan akuntabilitas, risiko dan manajemen, komposisi komisaris dan keahlian dan pengungkapan eksternal)

5. Metode Analisis

Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Melakukan analisis terhadap CSR Assessment berdasarkan hasil kuesioner kepada karyawan/karyawati hotel.
- b. Melakukan analisis terhadap pemahaman dan praktek CSR berdasarkan hasil kuesioner kepada pimpinan hotel.
- c. Melakukan desain atas strategi implementasi CSR hotel berdasarkan pada tahapan a dan b serta konsep CSR yang di amanatkan oleh UU.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Surakarta. Seiring dengan perkembangan kota dan telah dicanangkannya kota Surakarta menjadi kota MICE, hotel-hotel berkembang pesat baik dalam tingkat daya tampung maupun kuantitas hotel. Hasil penelusuran terdapat 26 hotel bintang 1 sd 5 yang berkembang di Solo lebih dari 4 tahun. Sementara saat ini lebih dari 125 hotel berkembang di kawasan ini. Untuk mengambil sampel penelitian, peneliti menggunakan hotel yang telah beroperasi di Solo minimal 4 tahun terakhir. Namun demikian tidak secara keseluruhan bisa dijadikan sampel penelitian di karenakan tidak seluruhnya bersedia dijadikan sampel penelitian. Dari 26 hotel, yang bersedia dijadikan sampel penelitian sebanyak 16 hotel. Daftar sampel penelitian seperti dalam tabel 2.

Tabel 2
Sampel penelitian

No.	Hotel	Bintang
1	Laweyan Hotel	1
2	Mangkuyudan	1
3	Setya Kawan	1
4	Grand Orchid	2
5	De Solo	2
6	Margangsa	2
7	Anugerah Palace	3
8	Grand Setya	3
9	Indah Palace	3
10	Riyadi Palace	3
11	Ommaya	3
12	Dana	3
13	Pose In Hotel	3
14	Solo Paragon	4
15	Sahid Kusuma	5
16	Lor In	5

Sumber: data primer

2. Hasil Penelitian

a. Statistik deskriptive

Tabel 3

Karakteristik Responden Karyawan/Karyawati Hotel						
Keterangan	Bintang 1 dan 2		Bintang 3		Bintang 4 dan 5	
Usia						
18sd28 th	20	51%	26	46%	5	18%
29sd39 th	12	31%	23	41%	12	43%
40sd49th	7	18%	7	13%	11	39%
Pendidikan						
SLTA	15	38%	15	27%	15	54%
Diploma	14	36%	30	54%	11	39%
S1	5	13%	11	20%	2	7%
S2	5	13%				
Lama Bekerja						
di bawah 1 th	5	13%	17	30%	2	7%
1sd3th	15	38%	22	39%	13	46%
4sd6th	7	18%	2	4%	2	7%
7sd9th	1	3%	4	7%		
10th lebih	11	28%	11	20%	11	39%

Sumber: Data primer

Dari tabel 3 menunjukkan responden pada hotel bintang 1, 2 dan 3 karyawannya sebagian besar dengan usia 18 - 28 tahun di susul 29 – 39 tahun dan 40 – 49 tahun. Untuk hotel bintang 4 dan 5 berada pada usia 29 - 39 tahun kemudian 40-49 tahun dan paling sedikit berusia 18-28 tahun. Nampak di sini hotel bintang 4 dan 5 memanfaatkan SDM pada usia produktif dengan tingkat kemampuan manajemen yang mapan. Sedangkan jika di lihat dari pendidikan, seluruhnya sebagian besar menggunakan SDM lulusan SMA dan D3. Hal ini di mungkinkan terkait dengan sistem penggajian yang tentunya akan lebih efisien

jika menggunakan SDM SMA dan Diploma, sedangkan kemampuan yang di butuhkan pada level ini adalah kemampuan teknis.

Dilihat dari masa kerja sebagian besar berada pada 1-3 tahun dan di atas 10 tahun. Dan hanya di hotel bintang 3 juga besar di bawah 1 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat retensi hotel bintang 3 cukup tinggi. Prosentase yang besar pada hotel bintang 4 dan 5 dengan masa kerja 10 tahun lebih menunjukkan kenyamanan SDM dalam bekerja.

Tabel 4

Karakteristik Responden Manajemen Hotel		
Keterangan		
Usia	Jlh	%
18sd28 th	2	13%
29sd39 th	5	31%
40sd49th	6	38%
50atau lebih	3	19%
Pendidikan	Jlh	%
SLTA	1	6%
Diploma	5	31%
S1	7	44%
S2	3	19%
Lama Bekerja	Jlh	%
di bawah 1 th	3	19%
1sd3th	3	19%
4sd6th	3	19%
7sd9th	1	6%
10th lebih	6	38%

Sumber: Data primer

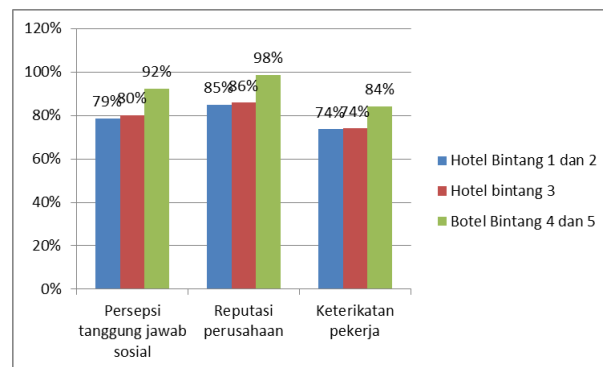
Tabel 4 menunjukkan, karakteristik responden manajemen hotel secara keseluruhan sebagian besar berada di usia 40 – 49 tahun kemudian 29 – 39 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa yang menduduki manajemen berada pada usia produktif. Sedangkan di lihat dari pendidikan paling besar lulusan S1 di susul lulusan Diploma. Sebagian kecil saja yang lulusan S2. Bisa di simpulkan di sini bahwa pengelolaan hotel-

hotel di Solo mampu di laksanakan oleh lulusan S1. Sedangkan di lihat dari masa kerja sebagian besar bekerja di atas 10 tahun. Secara sepintas perlu waktu yang lumayan lama menduduki posisi manajemen.

Tabel 5

Persepsi Karyawan/Karyawati dalam Implementasi CSR Hotel			
Keterangan	Hotel Bintang 1 dan 2	Hotel bintang 3	Botel Bintang 4 dan 5
Persepsi tanggung jawab sosial	79%	80%	92%
Reputasi perusahaan	85%	86%	98%
Keterikatan pekerja	74%	74%	84%

Dari tabel 5, hasil penelitian terkait dengan pemahaman implementasi CSR di hotel di lihat dari persepsi karyawan/karyawati hotel menunjukkan terjadi peningkatan pemahaman atas CSR. Dari hasil wawancara di dapatkan bahwa untuk hotel bintang 1,2 dan 3 sudah menjalankan tetapi belum ada bentuknya secara pasti. Sedangkan untuk hotel bintang 4 dan 5 menjalankan aktivitas CSR sesuai dengan yang telah di rumuskan oleh kantor pusat. Secara grafik terlihat pada gambar berikut:



Gambar 4

Persepsi Karyawan/Karyawati dalam implementasi CSR Hotel

b. CSR Assessment

CSR didefinisikan sebagai aktivitas lingkungan perusahaan, kinerja sosial dan ekonomi dan dampak perusahaan pada *stakeholder* internal dan eksternal. Beberapa perusahaan menggunakan pendekatan dan mengintegrasikan CSR dengan kepentingan pemerintahan mereka, ada yang lebih memilih 'fokus' pada model di mana mereka mengatur tanggung jawab CSR mereka menjadi satu komite. Bagaimana pendekatan pentingnya keberadaan divisi CSR sebagai bagian dari strategi bisnis dan manajemen risiko perusahaan. Selanjutnya disajikan terminologi atas implementasi CSR di hotel-hotel di Surakarta. Data tersaji pada tabel berikut.

Tabel 6

Terminologi CSR Hotel			
Keterangan	Bintang 1 dan 2	Bintang 3	Bintang 4 dan 5
Visi dan Strategi	60%	87%	93%
Pengawasan dan Akuntabilitas	48%	74%	92%
Identifikasi Risiko dan Manajemen	70%	80%	88%
Komposisi Komisaris	61%	76%	47%
Pengungkapan eksternal komisaris	61%	84%	52%

Sumber: data primer

1) Visi dan Strategi

Pemilik dan pimpinan menunjukkan komitmen mereka terhadap CSR dan memastikan dimasukkan ke dalam visi dan strategi perusahaan. Dari tabel 6 menunjukkan peningkatan bintang hotel meningkatkan terminologi CSR perusahaan terkait visi dan strategi. Hal ini berarti terjadi peningkatan dalam:

- a) Pengkomunikasian komitmen untuk menjalankan CSR oleh pihak manajemen.
- b) Sosialisasi definisi CSR yang berhubungan dengan perusahaan mereka.

- c) Pengembangan pemahaman umum dalam bisnis perusahaan untuk mengkaitkan dengan CSR
 - d) Pengembangan visi CSR
 - e) Memasukkan CSR ke dalam misi, visi dan nilai-nilai perusahaan
 - f) Menggabungkan CSR ke dalam kode etik perusahaan
 - g) Kesadaran bahwa CSR merupakan kewajiban perusahaan
 - h) Mempertimbangkan isu-isu materi CSR dalam pengembangan strategi bisnis perusahaan
 - i) Memasukkan tujuan CSR dalam rencana bisnis/strategi perusahaan
- 2) Pengawasan dan akuntabilitas

Pemimpin perusahaan memiliki akuntabilitas untuk CSR. Dari tabel 6 menunjukkan peningkatan bintang hotel meningkatkan terminologi CSR perusahaan terkait pengawasan dan akuntabilitas. Hal ini berarti terjadi peningkatan dalam:

- a) Bagian yang bertanggung jawab untuk memonitor aktivitas CSR
- b) Keberadaan petugas yang ditunjuk dalam pelaporan aktivitas CSR
- c) Kebijakan-kebijakan CSR baik yang berdiri sendiri maupun yang di masukkan ke dalam kebijakan-kebijakan lainnya.

- d) Peninjauan kemajuan kinerja perusahaan terkait tujuan dan sasaran CSR oleh pemilik dan manajemen
 - e) Pertimbangan CSR dalam perekrutan eksekutive perusahaan
- 3) Identifikasi risiko dan manajemen

Pemimpin mengintegrasikan CSR ke dalam manajemen risiko mereka. Dari tabel 6 menunjukkan peningkatan bintang hotel meningkatkan terminologi CSR perusahaan terkait identifikasi risiko dan manajemen. Hal ini berarti terjadi peningkatan dalam:

- a) Mempertimbangkan risiko materi CSR dalam program manajemen risiko perusahaan
 - b) Mempertimbangkan dampak CSR dalam keputusan penting perusahaan
 - c) Sarana pengidentifikasian dampak dari keputusan CSR
 - d) Peninjauan praktek CSR untuk mengurangi dampak social dan lingkungan
 - e) Penginformasian manajemen risiko atas isu-isu pemangku kepentingan dan keprihatinan terkait dengan CSR
 - f) Penilaian komitmen CSR perusahaan yang di patuhi dalam mata rantai perusahaan
 - g) Proses audit internal terkait komitmen CSR
- 4) Komposisi komisaris dan keahlian

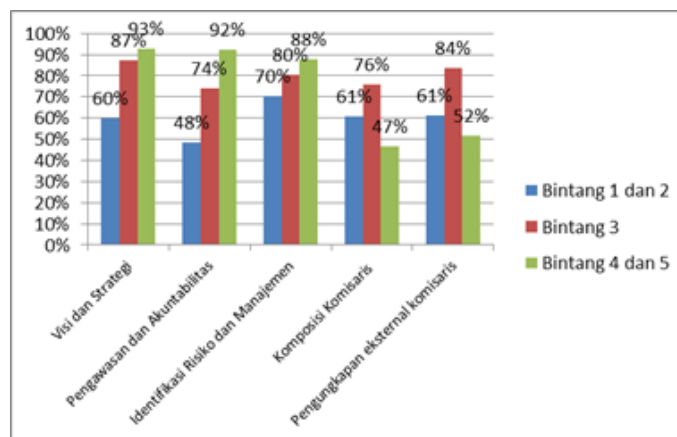
Pemimpin komisaris dilengkapi untuk memberikan pengawasan pada isu-isu CSR yang material. Dari tabel 6 menunjukkan peningkatan terminologi CSR perusahaan terkait komposisi komisaris dan keahlian dari hotel bintang 1 dan 2 ke hotel bintang 3. Dan sebaliknya untuk hotel bintang 4 dan 5. Hal ini dimungkinkan karena pada hotel bintang 4 dan 5 setelah dilakukan wawancara mendalam hanya menjalankan program CSR yang telah ditetapkan oleh pusat. Hal ini terkait dengan:

- a) Keragaman komposisi komisaris
 - b) Perekrutan direktur terkait ketrampilan CSR, pengetahuan dan pengalaman.
 - c) Pertimbangan dalam perekrutan direktur disesuaikan dengan perusahaan dan nilai-nilai CSR individu
 - d) Review komitmen dan tujuan CSR perusahaan dalam proses orientasi direktur baru
 - e) Pendidikan CSR bagi direksi sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan perusahaan
 - f) Kompetensi CSR dalam proses evaluasi komisaris
- 5) Pengungkapan eksternal komisaris

Pemimpin mengungkapkan informasi tentang kinerja CSR perusahaan. Pemimpin komisaris dilengkapi untuk memberikan pengawasan pada isu-isu CSR yang material. Dari tabel 6 menunjukkan peningkatan terminologi CSR perusahaan terkait pengungkapan eksternal komisaris dari hotel bintang 1 dan 2 ke hotel

bintang 3. Dan sebaliknya untuk hotel bintang 4 dan 5. Sama dengan point 4, hal ini dimungkinkan karena pada hotel bintang 4 dan 5 setelah dilakukan wawancara mendalam hanya menjalankan program CSR yang telah di tetapkan oleh pusat. Hal ini terkait dengan:

- a) Pemberian masukan oleh komisaris dalam penilaian manajemen terhadap isu-isu CSR yang akan disertakan dalam pelaporan eksternal perusahaan.
- b) Peninjauan dan persetujuan komisaris atas pelaporan eksternal isu CSR sesuai dengan persyaratan pengungkapan wajib.
- c) Persetujuan komisaris atas laporan CSR sebagai catatan kinerja CSR perusahaan untuk pengungkapan kepada stakeholder



- d) Pesan pemimpin perusahaan atas laporan CSR kepada stakeholder

Gambar 5
Terminologi CSR

b. Pengembangan strategi implementasi CSR

Praktek CSR yang telah di jalankan oleh industry perhotelan di kota Surakarta:

- i. Hotel bintang 1, 2 dan 3 telah menjalankan praktek CSR dalam bentuk charity dan phylantrophy
- ii. Hotel bintang 4 dan 5 telah menjalankan praktek CSR dalam bentuk Comdev dengan program yang telah ditetapkan oleh kantor pusat

Meningat perkembangan yang cukup pesat industry perhotelan di Surakarta dan amanat UU, nampaknya perlu industry perhotelan mengembangkan strategi CSR yang terintegrasi dengan strategi bisnis.

Langkah pengembangan strategi CSR perusahaan bisa mengikuti langkah-langkah seperti yang tercantum dalam Susanto (2002), yaitu:

- i. Membangun dukungan dengan manajemen senior dan karyawan
- ii. Pengamatan terhadap pihak lain
- iii. Mempersiapkan matriks aktivitas CSR yang diusulkan
- iv. Mengembangkan opsi bagi kelanjutan program CSR
- v. Membuat keputusan dalam hal arah, pendekatan dan fokus

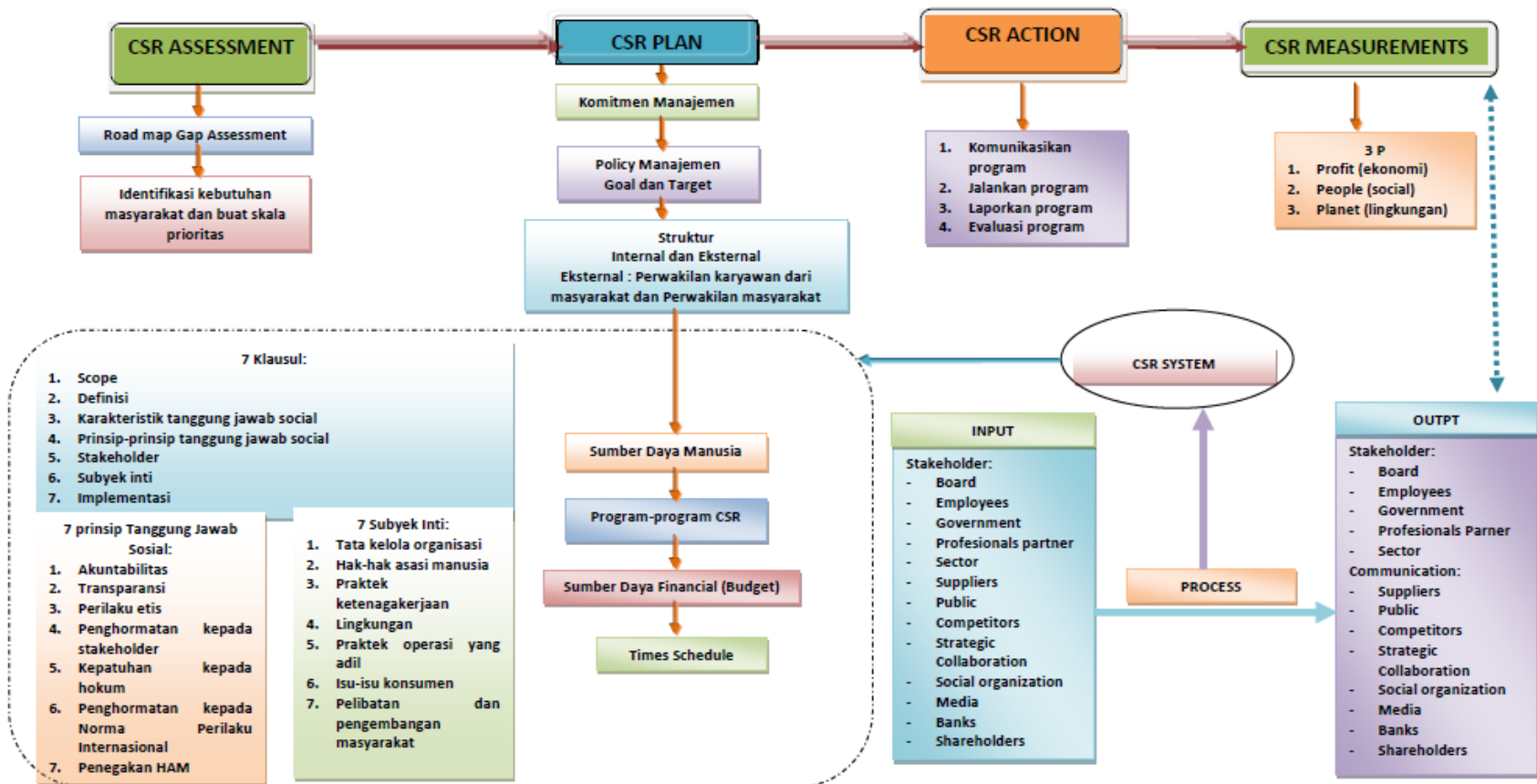
Sedangkan dalam implementasinya CSR dalam industri perhotelan bisa menggunakan pendekatan ISO 26000 dengan urutan aktivitas sebagai berikut:

Tabel 7

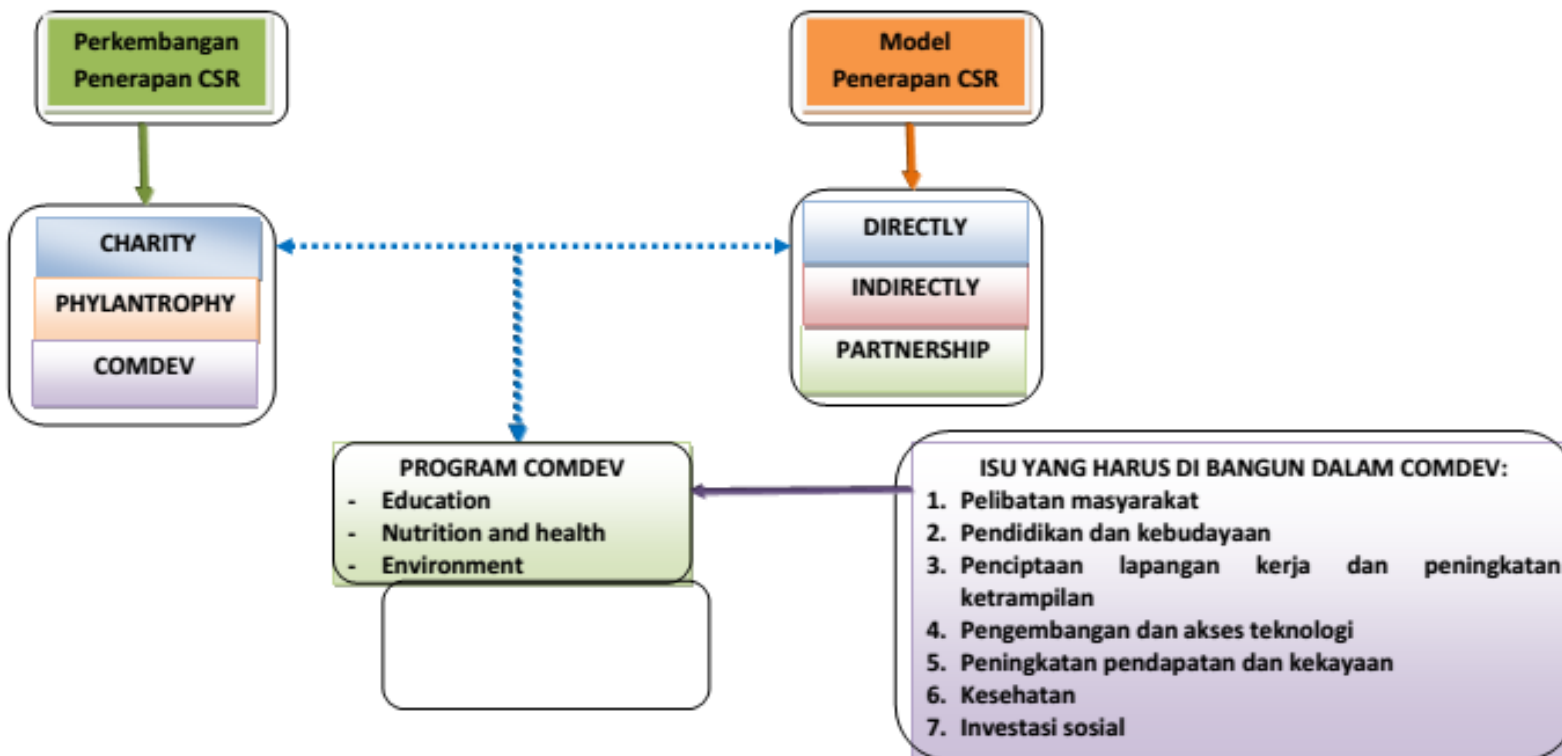
Tahapan Implementasi Social Responsibility (ISO 26000)		
Klausul	Urutan aktivitas	Output
	Umum	SR terintegrasi ke dalam tata kelola, kebijakan, sistem dan prosedur perusahaan
7.1		
7.2	Identifikasi karakter organisasi	Profile perusahaan terkait SR
7.3	Identifikasi dampak negative terhadap sosial, lingkungan dan ekonomi	Daftar dampak negative terhadap SR
7.3	Identifikasi isu sosial yang relevan	Prosedur untuk assussment SR dan daftar isu-isu sosial yang relevan
7.3	Penentuan tingkat legitimasi	Prosedur untuk assussment SR dan daftar isu-isu sosial yang signifikan
7.3	Penentuan tingkat pengaruh	Prosedur untuk assussment SR dan daftar isu-isu sosial yang relevan yang perusahaan mempunyai pengaruh yang cukup
7.3	Penentuan skala prioritas	Prosedur untuk assessment SR dan daftar skala prioritas isu-isu sosial yang harus di tindaklanjuti
7.4	Peningkatan kepedulian dan kompetensi	Program training yang mencakup kepedulian dan kompetensi terkait SR
7.4	Penentuan arah dan strategy	Visi, misi, kebijakan dan objective terkait SR
7.4	Penentuan tata kelola perusahaan, sistem dan prosedur terkait SR	SR sudah terintegrasi dengan tata kelola, sistem dan prosedur di perusahaan
7.5	Proses komunikasi SR	Hasil komunikasi dengan internal dan eksternal stakeholder
Implementasi sistem manajemen SR		
7.6	Peningkatan kredibilitas dari SR	Implementasi SR yang kredibel
7.7	Review dan perbaikan	Hasil review berkala dan perbaikan yang berkelanjutan
7.8	Adopsi inisiatif atau program untuk SR	Adopsi misalnya Global Reporting Initiative (GRI), Business Social Compliance Initiative (BSCI), dll

Berikut model pengembangan strategi CSR yang bisa diterapkan industry perhotelan, mengacu pada ISO 26000. Pengembangan strategi CSR di mulai dengan *CSR Assessment*, *CSR Plan*, *CSR Action* dan *CSR measurement*. Selanjutnya di kembangkan model implementasi CSR dalam bentuk *Community Development (Comdev)*. Comdev yang seringkali di pahami hanya pengembangan UMKM, namun sebenarnya comdev adalah bagian dari CSR sehingga isu-isu dalam comdev mencakup isu-isu CSR. Model yang di kembangkan dalam penelitian ini dengan di lakukan konsultasi dengan konsultan CSR “BMD Street Consulting”. Peneliti mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh BMD Street Consulting sekaligus menggunakan hasil penelitian sebagai case bahasan dalam acara training untuk mendapatkan masukan-masukan baik dari trainneer maupun dari peserta training lainnya.

Mengingat cakupan yang luas atas aktivitas CSR, sebaiknya industry perhotelan di Surakarta mulai membuat struktur atas CSR sebagai unit yang terpisah. Semua hotel yang menjadi sampel penelitian ini masih memasukkan CSR di bagian HRD. Sehingga aktivitas CSR tidak bisa di jalankan secara optimal oleh perusahaan.



Gambar 6
Model Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan di Surakarta
(Dikembangkan dari Model ISO 26000)



GAMBAR 7
Model Implementasi CSR Industri Perhotelan di Surakarta

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek CSR yang telah di jalankan oleh industri perhotelan di kota Surakarta. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hotel bintang 1 sampai dengan hotel bintang lima. Dengan mengelompokkan menjadi 3 kelompok, yaitu hotel bintang 1, hotel bintang 2 dan 3, dan hotel bintang 4 dan 5. Pengelompokkan ini mendasarkan pada hasil kuesioner yang kembali (hotel yang bersedia di jadikan sampel penelitian). Kuesioner meliputi 2 paket yaitu untuk karyawan/karyawati hotel untuk mengetahui pemahaman mereka atas CSR dan untuk manajemen hotel untuk mengetahui kebijakan praktek CSR yang telah di jalankan oleh perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan pemahaman implementasi CSR di hotel di lihat dari persepsi karyawan/karyawati hotel menunjukkan terjadi peningkatan pemahaman atas CSR. Dari hasil wawancara di dapatkan bahwa untuk hotel bintang 1,2 dan 3 sudah menjalankan tetapi belum ada bentuknya secara pasti. Sedangkan untuk hotel bintang 4 dan 5 menjalankan aktivitas CSR sesuai dengan yang telah di rumuskan oleh kantor pusat.

Dilihat dari terminologi CSR mendasarkan hasil kuesioner terjadi peningkatan atas indikator visi dan strategi, pengawasan dan akuntabilitas, dan identifikasi risiko dan manajemen. Sedangkan untuk komposisi komisaris dan pengungkapan eksternal komisari terjadi peningkatan dari hotel bintang 1 dan 2 ke hotel bintang 3. Tetapi terjadi penurunan dan berada di bawah hotel bintang 1 dan 2 untuk hotel bintang 4 dan 5. Hal ini di

mungkinkan hotel bintang 4 dan 5, tinggal menjalankan strategi CSR yang telah ditetapkan oleh pusat.

Hasil wawancara menunjukkan CSR yang telah dijalankan oleh hotel bintang 1,2 dan 3 lebih ke arah pencitraan (*charity dan phylantrophy*) di lingkungan sekitar hotel belum menyentuh ke lingkup yang lebih luas. Berbeda dengan hotel bintang 4 dan 5, yang telah mengintegrasikannya dengan kepentingan yang lebih luas. Sebagai contoh dengan pemberian bea siswa pendidikan.

Hotel bintang 1, 2 dan 3 di Surakarta perlu memulai mengembangkan strategi dalam mengimplementasikan CSR agar sejalan dengan strategi bisnis perusahaan.

2. Rekomendasi

Kewajiban CSR berlaku bagi semua perusahaan. Sehingga hotel bintang 1, 2 dan 3 di Surakarta harus segera melakukan pengembangan strategi CSR perusahaan agar sejalan dengan strategi bisnis perusahaan. Dalam mengembangkan strategi mengimplementasikan CSR bisa menggunakan pendekatan Susanto (2002), yaitu membangun dukungan dengan manajemen senior dan karyawan, pengamatan terhadap pihak lain, mempersiapkan matriks aktivitas CSR yang diusulkan, mengembangkan opsi bagi kelanjutan program CSR dan membuat keputusan dalam hal arah, pendekatan dan fokus. Selanjutnya untuk implementasinya dengan menggunakan pendekatan ISO 26000.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. 2006. Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar bursa efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi 9.
- Asy'ari, Hasan, 2009. Implementasi Corporate Social Responsibility sebagai Modal Sosial pada PT. Newmont. Tesis Magister Ilmu Hukum . UNDIP. Semarang
- Belal, Ataur Rahman, 2001. A study of corporate social disclosures in Bangladesh. *Managerial Auditing Journal* 16 (5): 274-289
- Brammer S, Brooks C, dan Pavelin S. 2005. Corporate Social Performance and Stock Returns: UK Evidence from Disaggregate Measures. *Financial Management*.
- Effendi, Subagio. 2010. Indonesia Tax Review vol. III/edisi 19/2010, Direktorat Jenderal Pajak dan Research Associate Tax Center ,UKI.
- Ellitan, Lena. 2008. Manajemen Strategi Operasi : Teori dan Riset di Indonesia. CV. Alfabeta. Bandung.
- Famiola M dan Rudito B. 2007. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Rekayasa Sains. Bandung.
- Gray R, Kouhy R and Lavers S. 1995. Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8 (2): 78-101
- Guo, Jingfu; Sun, Likun & Li, Xueli. 2009. Corporate Social Responsibility Assessment. International of Chinese Corporations. *Journal of Business and Management*. Vol. 4. No. 4.
- Halim, Abdul. 1999. Perspektif teori akuntansi keuangan terhadap masalah lingkungan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 14 (2) : 101-112.
- Imam, S. 2000. Corporate social performance reporting in Bangladesh. *Managerial Auditing Journal* 15 (3) : 133-141
- McElhaney, Kellie. 2007. Strategic CSR. *Sustainable Enterprise Quarterly*. Vol 4 No. 1. Kenan Institute of Private Enterprise Center for Sustainable Enterprise.
- Nuraina, Yessi Tifa. 2010. Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Hotel Novotel Semarang Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. Thesis. UNDIP. Semarang.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Susanto, AB., 2009. Reputation-Driven, Corporate Social Responsibility. Erlangga. Jakarta.
- Utomo, Muhammad Muslim. 2000. Praktek pengungkapan sosial pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia (Studi perbandingan antara perusahaan-perusahaan high profile dan low profile). Simposium Nasional Akuntansi 3.
- Wibisono, Y. 2007. Membedah konsep dan aplikasi CSR, Fascho Publishing, Gresik.
- Williams, S. Mitchell dan Carol-Anne Ho Wern Pei. 1999. Corporate social disclosures by listed companies on their web sites: an international comparison. *The International Journal of Accounting* 34 (3) : 389- 419

- Pratiwi, S.P., dan Ali Djamhuri. 2004. Faktor-faktor yang mempengaruhi praktik-praktik pengungkapan sosial: studi pada perusahaan-perusahaan high profile yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. TEMA 5 (1) : 1-21.
- Susiloadi, 2008. Implementasi Corporat Social Responsibility untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan, Sirit Publik, FISIP UNS, Surakarta
- Suharto, Edi (2007), Pekerjaan Sosial di Dunia Industri:Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility),Bandung: Refika Aditama
- Suharto, Edi (2008), “Corporate Social Responsibility: What is and Benefit for Corporate” makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari.
- Titisari, Kartika Hendra, Suwardi, Eko dan Setiawan, Doddy, 2010. *Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kinerja Perusahaan*, Simposium Nasional Akuntansi 13.
- Titisari, Kartika Hendra dan Alviana, Khara. 2012. Pengaruh Environmental Performance terhadap Economic Performance. JAKI Vol. 9 No. 1. UI. Jakarta.Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia
- Usmara. 2007. Implementasi Manajemen Stratejik Kebijakan dan Proses. Amara Books. Yogyakarta.
- Watson, Gregory. 1993. Strategi Benchmarking. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- <http://ciptakarya.pu.go.id/v3/?act=vin&nid=782> diakses tanggal 5 April 2013.
- <http://marketinghotelsolo.wordpress.com> di akses tanggal 5 April 2013
- <http://www.ic.gc.ca/eic/site/csr-rse.nsf> diakses tanggal 10 Februari 2014

Lampiran 1

Daftar Riwayat Hidup Ketua dan Anggota Peneliti

Biodata Ketua Peneliti

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Kartika Hendra Titisari, SE.,MSi., Akt.
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP/NIK/Identitaslainnya	NIK. 783 049
5	NIDN	0617037301
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Ponorogo, 17 Maret 1973
7	E mail	kartikatitisari@yahoo.com
8	Nomor Telepon/HP	081548423146
9	Alamat Kantor	Jl. Agus Salim No. 10 Surakarta – Jawa Tengah
10	Nomor Telepon/Faks	0271 714751 / 0271 740160
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1 : 30 orang S-2 : - ; S3: -
12	Mata kuliah yang di ampu	1. Akuntansi Keuangan Menengah
		2. Akuntansi Keuangan Lanjutan
		3. Seminar Akuntansi

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE Malangukeçwara - Malang	Universitas Sebelas Maret - Surakarta	
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi	
Tahun masuk-lulus	1995	2008	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisa Sumber Pembiayaan Leasing dan Hutang Jangka Panjang (studi kasus KUD DAU – Malang)	Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan	
Nama Pembimbing/Promotor	Prof.Dr.Muh. Ihsan, MM	Dr. Eko Suwardi, Phd	

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2008	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Market Performance	Kopertis VI	Rp. 5.000.000,00
2	2009	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Financial Performance	DIPA UNIBA	Rp 1.200.000,00
3	2010	Pengembangan Model Pembelajaran Akuntansi Keuangan	Dinas P & K Provinsi Jawa Tengah	Rp 15.000.000,00
4	2010	Pengembangan Model Simulasi Bisnis sebagai Strategi Meningkatkan Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan di Perguruan Tinggi	DP2M – Hibah Bersaing Tahun I	Rp 33.000.000,00
5	2011	Pengaruh Environmental Performance pada Economic Performance	Mini Research	
6	2012	Pengembangan Model Paket Pembelajaran Praktikum Akuntansi Keuangan dan Pajak	DP2M- Hibah Bersaing Tahun I	Rp 32.750.000,00

		untuk Meningkatkan skill Mahasiswa	
--	--	------------------------------------	--

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2008	Program Peningkatan Kemandirian Mahasiswa melalui Kuliah Kerja Usaha “Manajemen Usaha Budi Daya Lebah Madu pada UD. Hasil Cipta Citra Semesta di Surakarta – Jawa Tengah”.	Dinas P & K Provinsi Jateng	Rp 10.000.000,00
2	2009	Audit Operasional Hadira Megantara – Surakarta	PT Hadira Megantara - Surakarta	Rp 6.000.000,00
3	2010	Audit Operasional STAIMUS - Surakarta	Yayasan Perguruan Tinggi Islam - Surakarta	Rp 7.500.000,00
4	2011	Audit Operasional SMK Batik I - Surakarta	Yayasan Pendidikan Batik Surakarta	Rp 5.000.000,00
5		Go green bersama PT. RNI	PT. RNI dan PLN Surakarta	Rp 5.000.000,00
6	2012	Pengmas Desa Vokasi – Pulutan Wetan Wonogiri	Dinas P & K Provinsi Jateng	Rp 25.000.000,00

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Customization terhadap Pengembangan SIA pada Industri Tekstile di Jawa Tengah	Paradigma- UNIBA Surakarta	Vol. 03 / No. 02 / Th. 2008
2	Pelaksanaan Tax Planning dan Self Assessment System menurut Persepsi Wajib Pajak	Paradigma- UNIBA Surakarta	Vol. 03 / No. 02 / Th. 2008
3	Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan	Majalah Dinamika Manajemen – UNNES - Semarang	Vol.01/ No. 01/ Th. 2009
4	Identifikasi Potensi Ekonomi Daerah Boyolali, Karanganyar dan Sragen	JEJAK – UNNES - Semarang	Vol. 02/ No. 02/ Th. 2009
5	Kandungan Informasi Keuangan terhadap Abnormal Return Saham	GEMA _ UNIBA - Surakarta	Th. XXII / Th. 2010
6	Pengaruh Corporate Financial Performance terhadap Corporate Social Responsibility	Jurnal Keuangan dan Bisnis – STIE Musi - Palembang	Vol. / No. 2 / Th. 2010
7	Identifikasi Potensi Ekonomi Daerah Surakarta dan Sukoharjo	Orasi Bisnis – Poltek Negeri Sriwijaya	Edisi ke IV/ Th. 2010
8	Pengaruh Corporate Social Performance terhadap Financial Performance	Manajemen Bisnis Syariah – UNIBA - Surakarta	Vol. 04/ No. 01 / Th. 2010
9	Pengaruh Environmental Performance pada Economic Performance	JAKI – Universitas Indonesia - Jakarta	Vol. 09 / No. 01 / Th. 2012

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (oral presentation) dalam 5 tahun terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Hasil Penelitian – DP2M	Pelaksanaan Tax Planning dan Self Assessment System menurut Persepsi Wajib Pajak	Th. 2008 / Surakarta
2	Seminar Hasil Penelitian – Kopertis VI	Pengaruh Corporate Social Performance terhadap Market Performance	Th. 2008 / Kopertis VI - Semarang
3	Simposium Nasional Akuntansi - IAI	Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan	Th. 2010 / Purwokerto

4	Seminar Hasil Penelitian – Dinas P & K Provinsi Jateng	Pengembangan Model Pembelajaran Akuntansi Keuangan	Th 2011 / Salatiga
5	Seminar Hasil Penelitian – DP2M	Pengembangan Model Paket Pembelajaran Praktikum Akuntansi Keuangan dan Pajak untuk Meningkatkan skill Mahasiswa	Th. 2012/ Yogyakarta

G. Karya Buku dalam 5 tahun terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomr P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema / Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang telah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Lulusan cumlaud program Magister Akuntansi	UNS - Surakarta	2008

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penelitian Hibah Bersaing.

Surakarta, 28 Pebruari 2015
Pengusul



Kartika Hendra Titisari, SE.,MSi., Akt.

Biodata Anggota Peneliti

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Rudatyo,SH.MH
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP/NIK/Identitaslainnya	NIP : 195808271986031003
5	NIDN	0027085802
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Wonogiri. 27 Agustus 1958
7	E mail	rudatyouniba@yahoo.com
8	Nomor Telepon/HP	08122635737
9	Alamat Kantor	Jl. Agus Salim No. 10 Surakarta – Jawa Tengah
10	Nomor Telepon/Faks	0271 714751 / 0271 740160
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1 : orang
12	Mata kuliah yang di ampu	4. Hukum Tata Negara
		5. Ilmu Negara
		6. Hukum Kebijakan Publik

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Sebelas Maret, Surakarta	Universitas Sebelas Maret - Surakarta	
Bidang Ilmu	Ilmu Hukum	Ilmu Hukum	
Tahun masuk-lulus	1978-1985	2005	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Penggunaan hak tanya DPRD kabupaten Tingkat II Wonogiri Tahun 1984	Kajian Yuridis Terhadap Putusan Pengadilan Negeri Wonogiri atas Pelanggaran Pasal 138 ayat (4) UU No.12/2003 Tentang Pemilu	
Nama Pembimbing/Promotor	RM .Murtoyo,SH	1. Prasetyo Hari Purwandoko,SH.MS 2. Djoko Wahyu Winarno,SH.MS	

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2007	Konsep konfidensialitas Medik Pada Pelaksanaan Medical Record di RS dr Moewardi Surakarta	Dirjen dikti	Rp. 7.500.000,00
2	2008	Faktor-Faktor Penyebab Tingginya Angka Golput Pada Pemilihan Gubernur Jateng 2008	Yayasan Perguruan Tinggi Islam - Surakarta	Rp 1.200.000,00
3	2010	Studi Perbandingan tentang Pelaksanaan Pengawasan Pemilu Kepala Daerah antara Kota Surakarta dan Kabupaten Wonogiri,	Yayasan Perguruan Tinggi Islam - Surakarta	Rp 1.200.000,00

		2010		
--	--	------	--	--

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2009	Penyuluhan hukum tentang pencegahan Kekerasan Dalam Rumah Tangga, di Kelurahan Wonoboyo, Kecamatan Wonogiri.	Yayasan Perguruan Tinggi Islam - Surakarta	Rp 1.500.000,00
2	2010	Penyuluhan hukum tentang UU Perlindungan anak dan UU Pornografi, di desa Sonoharjo, Kecamatan Wonogiri	Yayasan Perguruan Tinggi Islam - Surakarta	Rp 1.500.000,00
3	2012	Nara sumber talkshow TATV : Sosialisasi UUD 1945 Pasal 18	Sekretariat MKRI – Krerjasama dengan APHAMKA DPD Jateng	Rp 7.000.000,-
4	2013	Talk show : TVRI “ Pembatasan dana Kampanye Pemilu “	Kerja sama dengan sekretariat MPR RI “ empat pilar goes to campus”	Rp 5.000.000,00

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Kajian Yuridis Terhadap Fenomena Pemasangan Alat Peraga Kampanye Bakal Calon Gubernur Jawa Tengah ,2008,	Jurnal Penelitian SERAMBI HUKUM-UNIBA Surakarta	Vol.02 No.02 Februari 2008 , ISSN : 1693-0819, (hal.49)
2	. Rudatyo,SH.MH Faktor-faktor Penyebab Tingginya Angka Golput Pada Pemilu Gubernur Jawa Tengah di Kabupaten Wonogiri, Jurnal Penelitian SERAMBI HUKUM, Fak.Hukum UNIBA Ska,	Jurnal Penelitian SERAMBI HUKUM-UNIBA Surakarta	Vol.03 No.01 Maret 2009. ISSN : 1693-0819.
3	Kewenangan Mahkamah Konstitusi dalam Menangani Sengketa Pemilu, Jurnal Konstitusi, P3KHAM LPPM Universitas Sebelas Maret, Ska.	Jurnal Konstitusi, P3KHAM LPPM Universitas Sebelas	Vol.II Nomor 1, Juni 2009.ISSN : 1829-7706
4	Penegakan Hukum Pemilu Legislatif 2009, Jurnal Penelitian SERAMBI HUKUM, Fak.Hukum UNIBA Surakarta,	Jurnal Penelitian SERAMBI HUKUM, Fak.Hukum UNIBA	Vol 02 Juli 2008. ISSN : 1693-0819, (hal .1)

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (oral presentation) dalam 5 tahun terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 5 tahun terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomr P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul / Tema / Jenis Rekayasa SosialLainnya yang tealah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 10 tahun terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	SATYA LANCAKARYA SATYA XX TAHUN	Presiden RI	2012

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Bersaing.

Surakarta, 28 Pebruari 2015

Pengusul



Rudatyo,SH.MH

Surakarta, 20 Juli 2014

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya, Kartika, dosen pada program studi Akuntansi – Fakultas Ekonomi – Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta. Saat ini saya sedang menyelesaikan penelitian tentang **“Corporate Social Responsibility (CSR) Assessment dan Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan”**. Saya sangat mengharapkan **kesediaan waktu Anda (± 15 Menit)** untuk membantu saya dalam mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini hanya dibuat untuk penelitian semata. **Hanya kejujuran serta bantuan Anda dalam menjawab pernyataan dalam kuesioner ini yang sangat saya harapkan.** Jawaban - jawaban Anda tidak dinilai salah atau benar, dan **jawaban Anda tidak ada kaitannya dengan status kepegawaian anda di hotel.** Anda tidak perlu merasa khawatir, karena tujuan dari kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata. Namun dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi hotel untuk lebih memperhatikan kebutuhan karyawan sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan citra hotel.

Saya berharap sebelum menjawab pernyataan, Bapak/Ibu/Sdr/Sdri dapat membaca terlebih dahulu petunjuk pengisiannya.

Atas perhatian dan kesediaan waktu Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

**Mengetahui,
Ketua LP3M UNIBA**

Peneliti

Dr. Pramono Hadi, SP., M Si.

Kartika Hendra Titisari, SE., M Si., Akt., CA.

Kuesioner Penelitian

“CSR Assessment dan Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan di Surakarta”.

I IDENTITAS RESPONDEN (Mohon diisi dengan memberikan tanda “x” pada yang disediakan)

1. Kategori Usia : 1. 18 – 28 tahun 3. 40 – 49 tahun
2. 29 – 39 tahun 4. 50 atau lebih
2. Jabatan/Posisi : 1. Senior Manager 3. Supervisor
2. Manager 4. Staff
3. Divisi : 1. Food & Beverage 4. Sales & Marketing
2. Room Division 5. Accounting
3. HR & General Affair 6. Minor Operating (MOD)
4. Pendidikan : 1. SLTA 3. S1
2. Diploma 4. S2 / S3
5. Lama Bekerja : 1. < 1 tahun 3. 4 – 6 tahun
2. 1 – 3 tahun 4. 7 – 9 tahun
5. 10 tahun atau lebih.

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Kepada anda akan dihadapkan beberapa pernyataan yang masing-masing bagian bertujuan untuk mengetahui tentang CSR, Employee Engagement & Corporate Reputation
2. Pengisian kuesioner didasarkan pada persepsi yang anda rasakan dalam kurun waktu 1 tahun terakhir, terhadap hotel tempat anda bekerja sekarang.
3. Anda akan mendapatkan sejumlah pernyataan yang terdiri dari lima pilihan jawaban. Anda diminta untuk menjawab setiap pernyataan sesuai dengan persepsi anda.
4. Bacalah setiap pernyataan kemudian berikan pendapat anda dengan memberikan tanda cross (X) pada kolom-kolom pilihan yang tersedia, yaitu :

STS : Jika pernyataan Sangat Tidak Sesuai dengan persepsi anda.

TS : Jika pernyataan Tidak Sesuai dengan persepsi anda.

N : Jika pernyataan Netral (Cukup Sesuai) dengan persepsi anda

S : Jika pernyataan Sesuai dengan persepsi anda.

SS : Jika pernyataan Sangat Sesuai dengan persepsi anda.

NO.	Persepsi Tanggung Jawab Sosial (CSR)	STS	TS	N	S	SS
1.	Hotel memperoleh keuntungan maksimal.					
2.	Hotel berusaha menurunkan biaya operasional.					
3.	Hotel memonitor produktivitas pekerja.					
4.	Hotel mengembangkan strategi bisnis bersifat jangka panjang.					
5.	Hotel melakukan kegiatan usaha sesuai dengan hukum / peraturan.					
6.	Hotel menerima pegawai dan memberi <i>benefit</i> sesuai dengan hukum / peraturan.					
7.	Hotel mendukung keberagaman di lokasi kerja (terkait dengan usia, <i>gender</i> , dan suku/ras).					
8.	Hotel memiliki kebijakan pencegahan diskriminasi kompensasi dan promosi.					
9.	Hotel memiliki <i>code of conduct</i> (aturan baku).					
10.	Hotel memiliki reputasi yang baik.					
11.	Hotel memberikan perlakuan yang sama kepada pekerja dalam evaluasi kerja.					
12.	Hotel memberikan perlakuan yang sama kepada para rekan bisnis (<i>business partners</i>) dalam evaluasi kinerja.					
13.	Hotel memiliki mekanisme pemberian hukuman bagi karyawan yang melanggar aturan.					
14.	Hotel memberikan informasi akurat kepada setiap pelanggan.					
15.	Hotel memberikan kesempatan tambahan untuk belajar.					
16.	Hotel memungkinkan untuk mengatur antara pekerjaan dengan keluarga.					
17.	Hotel memberikan sumbangan (<i>charity</i>) kepada masyarakat sekitar.					
18.	Hotel memiliki program penghematan energi.					
19.	Hotel memberikan bantuan kepada sekolah-sekolah sekitar.					
20.	Hotel bekerja sama dengan aparat pemerintah setempat.					
NO.	Reputasi Perusahaan (Corporate Reputation)	STS	TS	N	S	SS
1.	Hotel memperhatikan kualitas jasa.					
2.	Hotel menawarkan jasa sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.					
3.	Hotel berkomitmen melindungi lingkungan.					

4.	Hotel berkomitmen untuk kesuksesan.					
5.	Hotel memperlakukan karyawan dengan baik.					
6.	Hotel berorientasi pada pelanggan.					
7.	Hotel memberikan bantuan masyarakat miskin.					
8.	Hotel memiliki kinerja keuangan yang baik.					
9.	Hotel memiliki kualifikasi menejer yang baik.					
10.	Hotel memberikan informasi yang benar / kredibel.					
NO.	Keterikatan Pekerja (Employee Engagement)	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan pekerjaan saya sekarang.					
2.	Saya menikmati pekerjaan saya sekarang.					
3.	Saya mudah menyelesaikan pekerjaan saya karena komunikasi yang baik.					
4.	Saya dapat dukungan dari atasan saya dalam bekerja.					
5.	Saya paham dengan jelas strategi perusahaan.					
6.	Saya memiliki atasan yang kompeten.					
7.	Saya senang bekerja dengan rekan-rekan kerja saya.					
8.	Saya puas dengan kompensasi yang saya terima.					
9.	Saya diberi kompensasi sesuai dengan pekerjaan saya.					
10.	Saya memiliki tujuan pribadi yang sejalan dengan tujuan hotel.					
11.	Saya dapat informasi yang jelas tentang pekerjaan saya.					
12.	Saya paham dengan jelas apa yang hotel harapkan kepada saya.					
13.	Saya dapat pelatihan untuk menyelesaikan pekerjaan saya secara efektif.					
14.	Saya dapat mengoptimalkan kemampuan & keterampilan saya.					
15.	Saya dapat kesempatan berkarir yang sama dengan rekan kerja lain.					

Surakarta, 20 Juli 2014

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya, Kartika, dosen pada program studi Akuntansi – Fakultas Ekonomi – Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta. Saat ini saya sedang menyelesaikan penelitian tentang **“Corporate Social Responsibility (CSR) Assessment dan Pengembangan Strategi CSR Industri Perhotelan”**. Saya sangat mengharapkan **kesediaan waktu Anda (± 15 Menit)** untuk membantu saya dalam mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini hanya dibuat untuk penelitian semata. **Hanya kejujuran serta bantuan Anda dalam menjawab pernyataan dalam kuesioner ini yang sangat saya harapkan.** Jawaban - jawaban Anda tidak dinilai salah atau benar. Anda tidak perlu merasa khawatir, karena tujuan dari kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata. Namun dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi hotel untuk lebih meningkatkan produktifitas dan citra hotel.

Saya berharap sebelum menjawab pernyataan, Bapak/Ibu/Sdr/Sdri dapat membaca terlebih dahulu petunjuk pengisiannya.

Atas perhatian dan kesediaan waktu Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

**Mengetahui,
Ketua LP3M UNIBA**

Peneliti

Dr. Pramono Hadi, SP., M Si.

Kartika Hendra Titisari, SE., M Si., Akt., CA.

Kuesioner Penelitian

Notes for using the tool

- CSR didefinisikan sebagai aktivitas lingkungan perusahaan, kinerja sosial dan ekonomi dan dampak perusahaan pada *stakeholder* internal dan eksternal. Silahkan menyesuaikan checklist untuk memilih terminologi CSR perusahaan Anda.
- Pendekatan CSR: Beberapa perusahaan menggunakan pendekatan dan mengintegrasikan CSR dengan kepentingan pemerintahan mereka, badan lain lebih memilih 'fokus' pada model di mana mereka mengatur tanggung jawab CSR mereka menjadi satu komite. Kuesioner ini dengan pendekatan pentingnya keberadaan divisi CSR sebagai bagian dari strategi bisnis dan manajemen risiko.

Elements	Guidance	Penilaian					Komentar	
		Ya	Tidak	Sebagian	Dalam proses	Tidak tahu	Relevan?	Catatan
1. Visi dan Strategi Pemilik dan Pemimpin menunjukkan komitmen mereka terhadap CSR dan memastikan itu dimasukkan ke dalam visi dan strategi perusahaan.	1.1 Apakah pemilik dan manajemen menyepakati dan mengkomunikasikan komitmen untuk menjalankan CSR?							
	1.2 Apakah pemilik dan manajemen mensosialisasikan definisi umum dari CSR yang berhubungan dengan perusahaan mereka, sektor mereka dan tren sosial yang lebih luas?							
	1.3 Apakah pemilik mengembangkan pemahaman umum dalam bisnis perusahaan untuk mengkaitkan dengan aktivitas CSR?							
	1.4 Apakah pemilik dan manajemen mengembangkan visi CSR?							
	1.5 Apakah CSR dimasukkan ke dalam misi, visi dan nilai-nilai perusahaan?							
	1.6 Apakah Kode Etik perusahaan / Etika menggabungkan dengan CSR?							
	1.7 Apakah pemilik dan manajemen menyadari masalah CSR khusus untuk perusahaan?							
	1.8 Apakah isu-isu materi CSR dipertimbangkan dalam pengembangan strategi bisnis perusahaan?							
	1.9 Apakah tujuan CSR dimasukkan ke dalam							

	rencana bisnis / strategi perusahaan?							
--	---------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Elements	Guidance	Penilaian					Komentar	
		Ya	Tidak	Sebagian	Dalam proses	Tidak tahu	Relevan?	Catatan
2. Pengawasan dan Akuntabilitas Pemimpin perusahaan memiliki akuntabilitas untuk CSR	2.1 Apakah ada komite/bagian yang bertanggung jawab untuk memonitor aktivitas CSR?							
	2.2 Apakah ada petugas yang ditunjuk dalam hubungan pelaporan CSR?							
	2.3 Apakah perusahaan memiliki kebijakan CSR yang disetujui (baik yang berdiri sendiri atau dimasukkan ke dalam kebijakan-kebijakan lain)?							
	2.4 Apakah pemilik dan manajemen secara teratur meninjau kemajuan kinerja perusahaan atas tujuan dan sasaran CSR?							
	2.5 Apakah kompensasi manajemen terkait dengan kinerja pada tujuan dan sasaran CSR?							
	2.6 Apakah CSR dimasukkan sebagai faktor dalam perekrutan CEO (eksekutive perusahaan)?							

Notes for using this Tool

Elements	Guidance	Penilaian					Komentar	
		Ya	Tidak	Sebagian	Dalam proses	Tidak tahu	Relevan?	Catatan
3. Identifikasi Risiko dan Management - Pemimpin mengintegrasikan CSR ke dalam manajemen risiko mereka	3.1 Apakah program manajemen risiko perusahaan mempertimbangkan risiko materi CSR?							
	3.2 Apakah dampak CSR, masalah dan peluang dipertimbangkan ketika menyetujui keputusan penting?							
	3.3 Apakah manajemen memiliki sarana untuk mengidentifikasi dampak dari keputusan CSR?							
	3.4 Apakah manajemen meninjau sendiri praktek untuk mengurangi dampak sosial dan lingkungan?							
	3.5 Apakah manajemen menerima informasi tanpa filter tentang isu-isu pemangku kepentingan dan keprihatinan terkait dengan CSR untuk menginformasikan manajemen risiko?							
	3.6 Apakah langkah-langkah untuk menilai sejauh mana komitmen CSR perusahaan dipatuhi seluruh perusahaan, dan dalam rantai perusahaan?							
	3.7 Apakah proses audit internal mencakup kepatuhan lintas-perusahaan dengan komitmen CSR?							

Elements	Guidance	Penilaian					Komentar	
		Ya	Tidak	Sebagian	Dalam proses	Tidak tahu	Relevan?	Catatan
4. Komposisi komisaris dan Keahlian Pemimpin komisaris dilengkapi untuk memberikan pengawasan pada isu-isu CSR yang material.	4.1 Apakah komposisi komisaris mencerminkan keragaman?							
	4.2 Apakah keterampilan CSR, pengetahuan dan pengalaman sebagai faktor dalam perekrutan direktur?							
	4.3 Apakah keselarasan perusahaan dan nilai-nilai CSR individu di pertimbangkan dalam perekrutan direktur?							
	4.4 Apakah review komitmen dan tujuan CSR perusahaan termasuk dalam proses orientasi direktur baru?							
	4.5 Apakah pendidikan CSR yang diberikan kepada direksi sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan perusahaan?							
	4.6 Apakah kompetensi CSR termasuk dalam proses evaluasi komisaris?							
5. Pengungkapan eksternal Komisaris / Pemimpin mengungkapkan informasi tentang kinerja CSR perusahaan	5.1 Apakah komisaris memberikan masukan ke dalam penilaian manajemen terhadap isu-isu CSR yang akan disertakan dalam pelaporan eksternal perusahaan?							
	5.2 Apakah komisaris meninjau dan menyetujui pelaporan eksternal isu CSR sesuai dengan persyaratan pengungkapan wajib?							
	5.3 Apakah komisaris menyetujui laporan CSR sebagai catatan kinerja CSR perusahaan untuk pengungkapan kepada <i>stakeholder</i> ?							
	5.4 Apakah laporan CSR kepada <i>stakeholder</i> termasuk pesan dari Pemimpin perusahaan?							

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.1
	Tanggal terbit	
	Revisi ke / Terbitan ke	0/1
	Hal	1 dari 11hal
	Paraf Wakil Manajemen	

SALINAN KE 1 _____

P E D O M A N M U T U TANGGUNG JAWAB SOSIAL Berdasarkan ISO 26000

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.2
	Tanggal terbit	
	Revisi ke / Terbitan ke	0/1
	Hal	2 dari 11
	Paraf Wakil Manajemen	

LEMBAR PENGESAHAN

**P E D O M A N M U T U
C S R**

IDENTITAS HOTEL

Pedoman Mutu ini disahkan Oleh :

DIREKTUR UTAMA

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.3
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan ke	0 / 1
	Hal	3 dari 11
	Paraf Wakil Manajemen	

KATA PENGANTAR

Dalam rangka mengantisipasi perkembangan dan perubahan dalam dunia bisnis seperti AFTA , ACFTA, pada th 2010 dan era globalisasi, dan *Asian Free Trade Area* Tahun 2015. Hotel yang bergerak di bidang perhotelan seiring dengan perkembangan bisnis perhotelan dituntut untuk dapat beradaptasi dengan proses perubahan tersebut yang ditandai dengan adanya persaingan, kerjasama, jejaring kerja dan juga persaingan mutu pelayanan, mutu barang dan juga mutu di dalam manajemen yang berwawasan social dan lingkungan. Untuk itu salah satu upaya agar dapat besinergi dengan perubahan tersebut dan sebagai prasyarat menjadi perusahaan yang maju dan kredibel Hotel..... akan berusaha menerapkan sistem tanggung jawab sosial yang lebih baik. Sebagai langkah awal disusunlah Pedoman Mutu Tanggung Jawab Sosial atau dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan dokumen penunjangnya sebagai pedoman dalam melaksanakan CSR yang konsisten dan terarah berdasarkan kerangka acuan ISO 26000, tentang *Corporate Social Responsibility*. Kita menyadari bahwa pedoman ini akan terwujud apabila semua elemen dalam Hotel....., mulai pimpinan puncak perusahaan dan semua karyawan berkomitmen kuat untuk memahami dan terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan prosedur yang ada di Hotel.....

Surakarta, Pebruari 2015

Management Representative

.....

LOGO	HOTEL.....		
PEDOMAN MUTU CSR		0. HALAMAN PEMBUKA	
		Bagian	0.4
		Terbitan ke / Tanggal Terbitan	
		Revisi ke / Terbitan ke	0/1
		Hal	4 dari 11
		Paraf Wakil Manajemem	

Lembar Amandemen

PERUBAHAN		MENCABUT			MEMASUKKAN		
No.	Tanggal	No. Bag	Revisi/ Terbitan	Halaman	No. Bag	Revisi/ Terbitan	Halama n

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.5
	Terbitan ke / Tanggal Terbitan	
	Revisi ke / Terbitan ke	0/1
	Hal	5 dari 11
	Paraf Wakil Manajemem	

DAFTAR ISI

BAB	Bagian	Judul	Halaman
BAB	0	Halaman Pembuka	
Bagian	0.1	Lembar Judul	1
	0.2	Lembar Pengesahan	2
	0.3	Kata Pengantar	3
	0.4	Lembar Amandemen	4
	0.5	Daftar Isi	5
	0.6	Daftar Gambar	8
	0.7	Daftar Distribusi	9
BAB	1	Ruang Lingkup	10
BAB	2	Terminologi	16
BAB	3	Memahami Tanggung Jawab Sosial	21
BAB	4	Prinsip-Prinsip Taggung Jawab Sosial	25
BAB	5	Mengakui Tanggung Jawab Sosial	33
BAB	6	Subjek Utama Pelaksanaan CSR	39
BAB	7	Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial	51

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.6
	Tanggal Terbitan	
	Revisi ke / Terbitan ke	0/1
	Hal	6 dari 11
	Paraf Wakil Manajemen	

DAFTAR ISI

BAB 3 : Bagian	Memahami Tanggung Jawab Sosial	Halaman
3.1	Tanggung Jawab Sosial Organisasi : Latar Belakang Sejarah	
3.2	Kecendrungan terkini dalam tanggung jawab sosial	
3.3	Karakteristik Tanggung Jawab Sosial	
3.4	Negara dan Tanggung Jawab Sosial	
BAB 4 Bagian	Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
4.1	Umum	
4.2	Akuntabilitas	
4.3	Transparansi	
4.4	Perilaku Etika	
4.5	Menghormati Hasrat Pemangku Kepentingan (Stake Holder)	
4.6	Menghormati Peraturan Hukum	
4.7	Menghormati Perilaku Norma-norma Internasional	
4.8	Menghormati Hak Asasi Manusia	
BAB 5 Bagian	Mengakui Tanggung Jawab Sosial dan Melibatkan Pemangku Kepentingan	
5.1	Umum	
5.2	Mengakui Tanggung Jawab Sosial	
5.3	Identifikasi dan Keterlibatan Pemangku Kepentingan	

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.7
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan ke	0/1
	Hal	7 dari 11
	Paraf Wakil Manajemen	

DAFTAR ISI

BAB 6 Bagian	Petunjuk tentang subjek utama tanggung jawab social	Halaman
6.1	Umum	
6.2	Pengaturan Organisasi	
6.3	Hak Asasi Manusia	
6.4	Praktek-praktek ketenagakerjaan	
6.5	Lingkungan	
6.6	Praktek-praktek operasional yang adil	
6.7	Isu-isu konsumen	
6.8	Keterlibatan dan Pengembangan Masyarakat	
BAB.7 Bagian	Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial Ke seluruh Organisasi	
7.1	Umum	
7.2	Hubungan karakteristik organisasi terhadap tanggung jawab sosial	
7.3	Memahami tanggung jawab sosial organisasi	
7.4	Praktek-praktek untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial keseluruhan organisasi	
7.5	Komunikasi tentang tanggung jawab sosial	
7.6	Meningkatkan kredibilitas berkaitan dengan tanggung jawab sosial	
7.7	Meninjau ulang dan meningkatkan tindakan – tindakan organisasi dan praktek-praktek yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial	
7.8	Inisiatif-inisiatif sukarela untuk tanggung jawab social	

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.8
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan ke	0/1
	Hal	8 dari 9
	Paraf Wakil Manajemen	

DAFTAR GAMBAR

	Bab	Halaman
1. Struktur Organisasi	5	34
2. Struktur Organisasi CSR	5	93

	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	0. HALAMAN PEMBUKA	
	Bagian	0.9
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Tanggal Revisi	0
	Hal	9 dari 9
	Paraf Wakil Manajemen	

DAFTAR DISTRIBUSI

No. Salinan	Pemegang Dokumen	Status Dokumen
01	Komisaris	Tak Terkendali
02	Direktur Utama	Terkendali
03	Wakil Direktur	Terkendali
04	Manajer	Terkendali
05	Manajer Representatif	Terkendali
06	Konsultan	Terkendali

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 1. RUANG LINGKUP	
	Bagian	1
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Tanggal Revisi	0
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

1. **RUANG LINGKUP**

1.1 UMUM

Sejarah perusahaan dan identitas perusahaan

Nama Perusahaan :

Alamat :

Telepon :

Fax :

Direktur Utama :

Email :

LOGO	HOTEL.....	
Pedoman Mutu CSR	BAB 1. RUANG LINGKUP	
	Bagian	1
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	1 /1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Dasar Hukum : Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia RI.

No.....

Tanda Daftar Perusahaan NO.....

NPWP.

SIUP : /Perindag

Surat Keterangan Tempat Usaha No.

Surat Izin UsahaTahun

Visi

Misi untuk menjadi perusahaan yang maju dan berprestasi serta menunjang program pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Bekerja sama dengan *stakeholder* lainnya dengan dilandasi etika bisnis dan norma yang berlaku menerapkan aplikasi manajemen sistem mutu ISO 9001:2008; sistem manajemen lingkungan ISO 14001:2004; dan sistem keselamatan kerja OHSAS 18001 yang diintegrasikan dengan 7 *prinsip* secara konsisten untuk mencapai efektifitas dan efisiensi perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
Pedoman Mutu CSR	BAB 1.RUANG LINGKUP	
	Bagian	1
	Tanggal Terbitan	
	Revisi ke / Terbitan	1/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

- a. Memiliki sarana, prasarana dan sistem untuk melakukan pembukaan lahan tanpa perubahan serta pengendalian kebakaran
- b. Membuka lahan tanpa bakar dan mengelola sumber daya alam secara lestari
- c. Memiliki sarana, prasarana dan sistem untuk melakukan pengendalian Organisme Pengganggu Tanaman (OPT)
- d. Menerapkan **AMDAL** atau **UKL-UPL** sesuai peraturan perundangan undangan yang berlaku.
- e. Menumbuhkan dan memberdayakan masyarakat dan/atau koperasi setempat
- f.

Bisnis Map 1

LOGO	HOTEL.....		
PEDOMAN MUTU		BAB 1.RUANG LINGKUP	
		Bagian	1
		Tanggal Terbit	
		Revisi ke / Terbitan	1/1
		Hal	dari hal
		Paraf Wakil Manajemen	

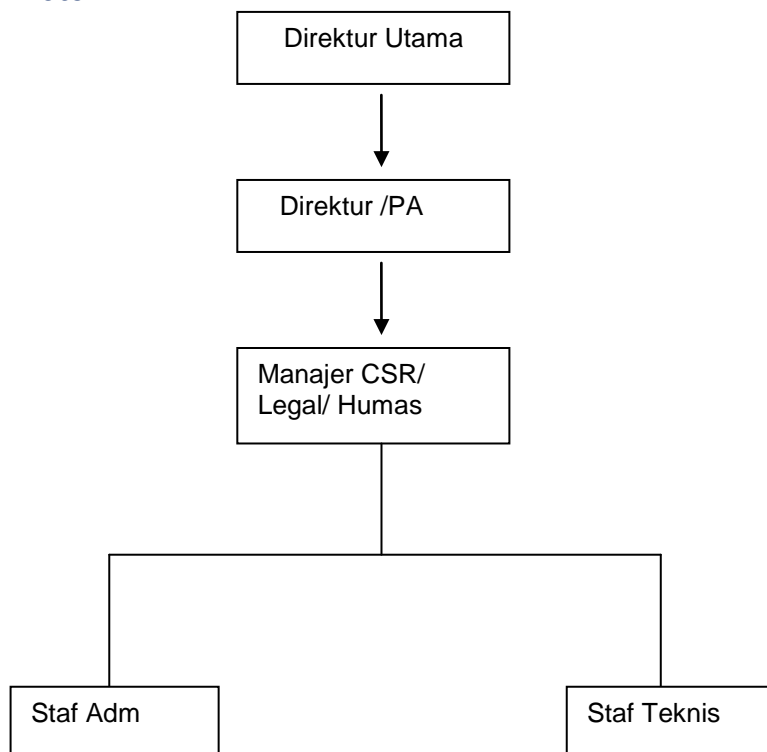
SK. Direktur Utama NO.....

Struktur organisasi

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU	BAB 1.RUANG LINGKUP	
	Bagian	1
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Bisnis Map 2

Struktur CSR Hotel.....



LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 2. TERMINOLOGI	
	Bagian 2.1. Acuan yang Mengatur	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

2.1. Acuan yang Mengatur

Standar Internasional ISO 26000 yang dipakai sebagai acuan dalam menerapkan tanggung jawab sosial di dengan ruang lingkup antara lain sebagai berikut:

- a. Konsep, istilah dan definisi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial
- b. Latar belakang, kecenderungan dan karakteristik tanggung jawab sosial
- c. Prinsip-prinsip dan praktek yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial
- d. Subjek inti dan isu-isu tanggung jawab sosial
- e. Mengintegrasikan , melaksanakan dan mempromosikan perilaku sosial yang bertanggung jawab ke seluruh organisasi melalui kebijakan dan praktek dalam lingkup pengaruhnya
- f. Mengidentifikasi dan melibatkan para pemangku kepentingan
- g. Mengkomunikasikan komitmen, kinerja dan informasi lain yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Penerapan standar ini dimaksudkan untuk membantu organisasi untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan

Dengan mempertimbangkan sosial, lingkungan, hukum, budaya, politik dan ekonomi yang mengikuti norma nasional dan internasional. Acuan ini bukan merupakan standar manajemen untuk sertifikasi melainkan untuk memberikan panduan perusahaan dalam melakukan dari kegiatan kebijakan publik perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	Bab 2. TERMINOLOGI	
	Bagian 2.2. Definisi dan Istilah	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

2.2. Definisi dan Istilah

Untuk tujuan dokumentasi ISO 26000 tanggung jawab sosial, istilah dan definisi berikut digunakan:

- 2.2.1. Akuntabilitas adalah keadaan yang dapat dipertanggungjawabkan untuk keputusan dan kegiatan dari badan yang mengatur organisasi, otoritas hukum dan yang lebih luas, yaitu pemangku kepentingan (stakeholder).
- 2.2.2. Konsumen adalah anggota individu dari masyarakat umum yang membeli atau menggunakan properti produk atau jasa untuk kepentingan pribadi.
- 2.2.3. Pelanggan adalah organisasi atau anggota individu dari masyarakat masyarakat umum umum yang membeli atau menggunakan properti, produk atau jasa untuk tujuan komersial pribadi atau umum.
- 2.2.4. Due Diligence adalah proses proaktif dan komprehensif untuk mengidentifikasi dampak sosial baik aktual maupun yang berpotensi negative terhadap lingkungan serta dampak ekonomi dari keputusan dan kegiatan organisasi selama seluruh siklus hidup dari proyek atau kegiatan organisasi dengan tujuan untuk menghindari dan mengurangi dampak negative terhadap lingkungan.
- 2.2.5. Karyawan adalah individu dalam hubungan kerja mengikuti hukum nasional atau praktek
- 2.2.6. Lingkungan adalah alam sekitar di mana organisasi itu beroperasi termasuk udara, air dan tanah sumber daya alam, flora, fauna orang ruang angkasa dan hubungan ketergantungan diantara mereka.
- 2.2.7. Perilaku etika adalah perilaku yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang dapat diterima, merupakan perilaku yang benar atau baik dalam konteks situasi dan konsisten dengan perilaku norma-norma nasional dan internasional.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 2. TERMINOLOGI	
	Bagian 2.2. Definisi dan Istilah	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- 2.2.8. Kesetaraan gender adalah perlakuan yang sama untuk perempuan dan laki-laki hal ini termasuk perlakuan yang sama atau dalam beberapa kasus perlakuan yang berbeda tetapi dipertimbangkan setara dalam hal hak, mamfaat, kewajiban dan kesempatan.
- 2.2.9. Dampak organisasi adalah perubahan positif atau negative pada masyarakat, ekonomi dan lingkungan baik seluruhnya atau sebagian sebagai akibat dari keputusan dan kegiatan organisasi masa lalu maupun sekarang.
- 2.2.10. Inisiatif untuk Tanggung Jawab Sosial adalah prakarsa berupa program atau kegiatan yang secara tegas ditujukan untuk memenuhi suatu tujuan tertentu yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.
- 2.2.11. Perilaku norma-norma nasional dan internasional adalah ekspektasi perilaku organisasi yang bertanggung jawab secara sosial mengikuti hukum dan kebiasaan nasional dan internasional atau perjanjian antar pemerintah yang berlaku universal atau diakui secara universal
- 2.2.12. Organisasi adalah entitas atau kelompok orang dan fasilitas dengan suatu pengaturan tanggung jawab, wewenang dan hubungan serta tujuan-tujuan yang dapat diidentifikasi.
- 2.2.13. Pengaturan Organisasi adalah sistem dimana organisasi membuat dan menerapkan keputusan untuk mencapai tujuannya.
- 2.2.14. Prinsip adalah landasan utama untuk pembuatan keputusan atau perilaku
- 2.2.15. Produk adalah artikel atau substansi yang ditawarkan untuk dijual atau merupakan bagian dari pelayanan yang diberikan oleh organisasi.
- 2.2.16. Pelayanan atau jasa adalah tindakan organisasi untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	Bab 2. TERMINOLOGI	
	Bagian 2.2. Definisi dan Istilah	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- 2.2.17. Dialog sosial adalah negosiasi, konsultasi atau pertukaran informasi di antara wakil-wakil dari pemerintah, pengusaha dan pekerja mengenai masalah-masalah kepentingan bersama yang berkaitan dengan kebijakan ekonomi dan sosial.
- 2.2.18. Tanggung jawab sosial adalah tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari keputusan dan kegiatan di masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan beretika yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan dan kesejahteraan masyarakat dan memperhitungkan ekspektasi pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan perilaku norma-norma internasional terintegrasi dan dipraktekkan di seluruh organisasi
- 2.2.19. Lingkup pengaruh (sphere of influence) adalah jangkauan/luasnya hubungan politik, kontrak ekonomi atau lainnya melalui mana sebuah organisasi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan atau kegiatan individu atau organisasi.
- 2.2.20. Pemangku kepentingan (stake holder) adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam setiap keputusan atau kegiatan suatu organisasi.
- 2.2.21. Keterlibatan pemangku kepentingan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan kesempatan bagi dialog antara organisasi dan satu atau lebih dari pemangku kepentingan dengan tujuan memberikan informasi untuk pengambilan keputusan organisasi.
- 2.2.22. Rantai pasokan (supplai chain) adalah urutan aktivitas atau pihak yang menyediakan produk atau jasa untuk organisasi.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 2. TERMINOLOGI	
	Bagian 2.2. Definisi dan Istilah	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

2.2.23. Pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

2.2.24. Transparansi adalah keterbukaan tentang keputusan dan kegiatan yang mempengaruhi masyarakat, ekonomi dan lingkungan dan kesediaan untuk berkomunikasi secara jelas, akurat, tepat waktu, jujur dan lengkap.

2.2.25. Rantai Nilai (value chain) adalah seluruh rangkaian aktivitas atau pihak yang memberikan atau menerima nilai dalam bentuk produk

2.2.26. Kelompok Rentan (vulnerable group) adalah sekelompok individu yang berbagi satu atau beberapa karakteristik yang merupakan dasar dari diskriminasi atau merugikan secara sosial, ekonomi budaya, politik atau kondisi kesehatan dan yang menyebabkan mereka tidak memiliki sarana untuk mencapai hak-hak mereka atau menikmati kesempatan yang sama.

2.2.27. Pekerja adalah orang yang melaksanakan pekerjaan merupakan seorang karyawan atau seseorang yang bekerja mandiri.

2.2.28. Daftar Istilah

Amdal : analisis mengenai dampak lingkungan

Biodiversity : keanekaragaman hayati

Biogas : gas yang dihasilkan oleh aktivitas anaerobik atau fermentasi bahan-bahan organik.

Carbon Foot Print: ukuran total emisi gas rumah kaca

CSR : corporate social responsibility, tanggung jawab sosial perusahaan

Eco-friendly : ramah lingkungan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	Bab 2. TERMINOLOGI	
	Bagian 2.2. Definisi dan Istilah	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Tanggal Revisi	0
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Eco-Labeling : sistem pelabelan bagi produk yang telah melalui proses produksi yang ramah lingkungan

Fossil fuel : bahan bakar yang berasal dari fosil

GHG : gas rumah kaca (Green House gases)

Kepmen LH : Keputusan Menteri Lingkungan Hidup

Limbah B3 : Limbah bahan berbahaya dan beracun

Polusi : masuknya atau dimasukkannya makhluk, zat energi dan atau komponen lain ke dalam lingkungan atau berubahnya tatanan lingkungan oleh kegiatan manusia atau oleh proses alam sehingga kualitas lingkungan turun.

Renewable energy : energy yang terbarukan

Reduce, reuse, recycle : mengurangi, menggunakan kembali, mendaur ulang

Solar cell : sel surya, alat dengan efek photovoltaik yang mengubah energy sinar matahari menjadi listrik

Recovery : tindakan mengembalikan kepada keadaan semula

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 3. MEMAHAMI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 3.1. Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

2.2.1. Latar Belakang Sejarah

Dalam sejarah dan perkembangannya tanggung jawab sosial dapat diterapkan untuk semua organisasi tak terkecuali pada perusahaan Hotel..... yang mempunyai komitmen untuk kontribusinya terhadap pembangunan berkelanjutan

2.2.2. Kecenderungan terkini dalam tanggung jawab sosial

Untuk sejumlah alasan Hotel.....melaksanakan tanggung jawab sosial adalah tren global dan nasional untuk tujuan kemudahan mobilitas dan aksesibilitas yang lebih besar dan pertumbuhan ketersediaan komunikasi cepat .Faktor-faktor ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari belajar tentang cara -cara baru dalam melakukan sesuatu dan memecahkan masalah.Ini berarti keputusan dan kegiatan perusahaan tunduk pada pengawasan yang meningkat oleh berbagai macam kelompok dan individu .Kebijakan atau praktek yang diterapkan oleh perusahaan di lokasi yang berbeda dapat dengan mudah dibandingkan.Selama beberapa dekade terakhir globalisasi telah mengakibatkan peningkatan dampak dari berbagai jenis organisasi termasuk di sektor swasta, lembaga sosial masyarakat (LSM) dan pemerintah terhadap masyarakat dan lingkungan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 3. MEMAHAMI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 3.2. Karakteristik Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

2.2.1. Umum

Hotel..... dalam melaksanakan tanggung jawab sosial berpatokan pada pertimbangan sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab atas dampak dari keputusan dan kegiatan pada masyarakat dan lingkungan. Hal ini menyiratkan perilaku transparan dan beretika yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, adalah sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan perilaku norma-norma nasional dan internasional. Hal ini menyiratkan bahwa tanggung jawab sosial terintegrasi dalam organisasi, dipraktekkan dalam hubungan dengan memperhitungkan kepentingan pemangku kepentingan.

2.2.2. Ekspektasi Masyarakat

Pemahaman ekspektasi masyarakat terhadap tanggung jawab sosial menyangkut prinsip yang mendasar yaitu penghormatan terhadap supremasi hukum dan kepatuhan terhadap kewajiban yang mengikat secara hukum. Tanggung jawab sosial juga mencakup tindakan selain kepatuhan hukum dan pengakuan kewajiban orang lain yang tidak mengikat secara hukum yang timbul dari nilai-nilai etika dan lainnya secara luas.

Meskipun ekspektasi perilaku bertanggung jawab secara sosial akan bervariasi diantara negara dan budaya perusahaan tetap menghormati perilaku norma-norma internasional beserta instrument lainnya. Dengan mempertimbangkan subjek utama dari tanggung jawab sosial. Masing-masing subjek meliputi berbagai isu-isu yang akan memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi dampak utamanya pada masyarakat.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 3. MEMAHAMI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 3.2. Karakteristik Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

2.2.3. Peran Pemangku Kepentingan dalam Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan mampu menentukan siapa memiliki kepentingan dalam keputusan dan kegiatan sebagai hasil identifikasi dan keterlibatan para pemangku kepentingan sehingga dapat memahami dampak dan bagaimana mengatasinya.

Meskipun pemangku kepentingan dapat membantu perusahaan mengidentifikasi relevansi yang penting bagi keputusan dan kegiatan, para pemangku kepentingan tidak menggantikan masyarakat yang lebih luas dalam menentukan ekspektasi masyarakat tentang norma-norma perilaku.

2.2.4. Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial menyangkut dampak potensial dan aktual dari keputusan dan kegiatan perusahaan sehari hari dan menangani dampak tersebut karena itu harus diintegrasikan dengan dengan strategi inti perusahaan dan menjadi bagian integral dari kegiatan dari seluruh proses yang terjadi dan akuntabilitas harus ditetapkan disemua tingkat yang tepat dari organisasi. Hal ini tercermin dalam pembuatan keputusan dan dipertimbangkan dalam kegiatan pelaksanaan.

Filantropi atau dermawan perusahaan harus dipahami sebagai pemberian untuk amal dapat memiliki dampak positif pada masyarakat. Namun tidak boleh digunakan perusahaan sebagai pengganti untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam perusahaan. dan bekerjasama dengan perusahaan lainnya untuk menghindari tujuan persandingan dengan perusahaan lainnya dalam kaitan persaingan bisnis.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 3. MEMAHAMI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 3.2. Karakteristik Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

2.2.5. Hubungan antara Tanggung Jawab sosial dan pembangunan Berkelanjutan

Perusahaan membedakan antara pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial perbedaannya adalah: Pembangunan berkelanjutan merupakan konsep yang diterima secara luas tentang bagaimana memenuhi kebutuhan masyarakat sementara tetap hidup dalam batas –batas ekologi dan tanpa membahayakan kemampuan masa depan generasi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pembangunan berkelanjutan memiliki tiga dimensi yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan Yang saling bergantung satu sama lain. sesuai dengan Konferensi PBB Tingkat tinggi dunia tentang pembangunan berkelanjutan pada tahun 2002. Dengan tujuan untuk mencapai keberlanjutan bagi masyarakat dan planet secara keseluruhan. Hal ini tidak menyangkut keberlanjutan dari perusahaan tersebut. Karena itu bisa saja kompatibel dengan keberlanjutan masyarakat secara keseluruhan yang dicapai dengan mengatasi aspek sosial, ekonomi dan lingkungan secara terpadu.

Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan lebih fokus pada masyarakat dan lingkungan tentu saja berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan karena pembangunan berkelanjutan adalah tujuan ekonomi sosial dan lingkungan umum untuk semua orang.

2.2.6. Negara dan tanggung jawab sosial

Pedoman tanggung jawab sosial ini tidak menggantikan atau mengubah kewajiban negara untuk bertindak dalam masyarakat, karena negara memiliki kekuatan unik untuk menciptakan dan menegakkan hukum berfungsinya negara sangat diperlukan untuk pembangunan berkelanjutan. Peran negara adalah penting dalam memastikan

penerapan yang efektif dari hukum dan peraturan sehingga dapat menumbuhkan budaya kepatuhan terhadap hukum.

Oleh karenanya pemerintah dapat membantu perusahaan dalam upaya mereka untuk beroperasi dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial dalam banyak cara seperti dalam pengakuan dan promosi tanggung jawab sosial. Namun mempromosikan tanggung jawab sosial tidak bisa menjadi pengganti bagi pelaksanaan tugas negara dan tanggung jawab yang efektif.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

4.1.1. Umum

Klausul 4 ini memberikan panduan pada tujuh prinsip tanggung jawab sosial dalam mempraktekkan tanggung jawab sosial, sasaran menyeluruh bagi suatu organisasi adalah untuk memaksimalkan kontribusinya terhadap pembangunan berkelanjutan. Dalam sasaran ini, meskipun tidak ada daftar definitif prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, perusahaan harus menghormati tujuh prinsip yang diuraikan dibawah ini, serta sebagai prinsip-prinsip khusus untuk setiap subyek inti yang digariskan dalam klausul 6.

Perusahaan mendasarkan perilaku mereka pada standar, pedoman atau aturan perilaku yang sesuai dengan prinsip yang dapat diterima dari perilaku yang benar atau baik dalam kontek situasi tertentu, bahkan ketika menghadapi situasi menantang dalam menerapkan standar internasional ini (ISO 26000) ini disarankan bahwa perusahaan mempertimbangkan keragaman sosial, lingkungan, umum, budaya, politik dan organisasi, serta perbedaan dalam kondisi ekonomi sementara tetap konsisten dengan perilaku norma-norma internasional.

4.1.2. Akuntabilitas

Prinsip 1. Akuntabilitas adalah: perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak terhadap masyarakat, ekonomi dan lingkungan. Prinsip akuntabilitas ini menunjukkan bahwa perusahaan harus menerima pengawasan yang tepat dan juga menerima tugas untuk menanggapi pemeriksaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0 / 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Akuntabilitas melibatkan kewajiban manajemen untuk bertanggung jawab kepada kepentingan pengendalian dari perusahaan dan pada perusahaan yang bertanggung jawab kepada otoritas hukum berkaitan dengan undang-undang dan peraturan. Akuntabilitas dampak keseluruhan dari keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan juga menyiratkan bahwa perusahaan dapat menjawab untuk mereka yang terkena dampak keputusan dan kegiatan serta masyarakat umum, bervariasi sesuai dengan sifat dari dampak dan keadaan. Menjadi akuntabel akan memiliki dampak positif pada organisasi dan masyarakat. Tingkat akuntabilitas dapat bervariasi tetapi selalu harus sesuai dengan jumlah atau tingkat otoritas. Hal itu berarti perusahaan dengan otoritas tertinggi cenderung memberi perhatian lebih besar untuk kualitas keputusan dan pengawasan. Akuntabilitas juga meliputi menerima tanggung jawab atas kesalahan yang telah terjadi, mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk memperbaiki kesalahan dan mengambil tindakan untuk mencegah dari kejadian yang berulang.

Perusahaan menjelaskan

- Dampak dari keputusan dan kegiatan di masyarakat, lingkungan dan ekonomi, khususnya yang memiliki konsekuensi negatif signifikan dan
- Tindakan yang diambil untuk mencegah terulangnya dampak negatif yang tidak diharapkan dan tak terduga.

4.1.3. Transparansi

Prinsip 2. Transparansi adalah perusahaan harus transparan dalam keputusan dan kegiatan yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Perusahaan hendaknya mengungkapkan secara jelas, akurat dan lengkap serta kebijakan, keputusan dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya harus diungkapkan pada tingkat yang wajar dan masuk akal, termasuk dikenal dan memiliki kemungkinan berdampak pada lingkungan. Informasi ini harus siap tersedia, langsung dapat diakses dan dimengerti oleh mereka yang telah atau mungkin dipengaruhi secara signifikan oleh perusahaan. Informasi juga harus tepat waktu dan faktual serta disajikan dengan cara yang jelas dan objektif sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai secara akurat bahwa keputusan dan kegiatan perusahaan berdampak terhadap kepentingan masing-masing. Prinsip transparansi tidak mengharuskan informasi kepemilikan dipublikasikan. Juga tidak mengharuskan memberikan informasi yang istimewa atau yang akan melanggar hukum, komersial, keamanan, atau pribadi yang bersifat rahasia.

Perusahaan harus transparan mengenai:

- Tujuan, sifat dan lokasi kegiatannya
- Identitas kepentingan pengendali dalam kegiatan organisasi
- Cara di mana keputusan dibuat, diimplementasikan dan ditinjau –ulang, termasuk definisi peran, tanggung jawab, akuntabilitas dan otoritas di seluruh fungsi yang berbeda dalam organisasi.
- Standar dan criteria terhadap mana organisasi mengevaluasi kinerja sendiri berkaitan dengan tanggung jawab sosial
- Kinerja pada isu-isu yang relevan dan signifikan dari tanggung jawab sosial
- Sumber, jumlah dan penerapan dana
- Kemungkinan dampak dari keputusan dan kegiatan terhadap pemangku kepentingan, masyarakat, ekonomi dan lingkungan dan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

- Pemangku kepentingan beserta kriteria dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih dan melibatkan mereka.

4.1.4. Perilaku Etika

Prinsip 3. Perilaku Etika adalah organisasi harus berperilaku etika, perilaku perusahaan harus didasarkan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan dan integritas. Nilai-nilai yang menyiratkan perhatian pada orang-orang, hewan dan lingkungan serta komitmen untuk mengatasi kegiatan dan keputusan yang berdampak pada kepentingan pemangku kepentingan.

Suatu perusahaan harus secara aktif mempromosikan perilaku etika melalui:

- Mengidentifikasi dan menyatakan nilai-nilai inti dan prinsip-prinsip
- Mengembangkan dan menggunakan struktur pemerintahan yang membantu untuk mempromosikan perilaku etika dalam organisasi, dalam pengambilan keputusan dan dalam interaksinya dengan lain.
- Mengidentifikasi, mengadopsi dan menerapkan standar perilaku etika sesuai dengan tujuan dan kegiatan serta konsisten dengan prinsip-prinsip yang digariskan dalam standar ISO 26000.

Mendorong dan mempromosikan ketaatan dari standar perilaku etika:

- Mendefinisikan dan mengkomunikasikan standar perilaku etika yang diharapkan dari struktur tata kelola, personil, pemasok, kontraktor dan bila perlu pemilik dan manajer dan terutama dari mereka yang memiliki kesempatan, sambil melestarikan identitas budaya lokal yang secara signifikan mempengaruhi nilai-nilai, budaya, integritas, strategi dan operasi dari organisasi dan orang-orang yang berperan mewakili organisasi.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

- Mencegah atau menyelesaikan konflik kepentingan seluruh organisasi lain yang dapat menyebabkan perilaku yang tidak beretika
- Membangun dan mempertahankan mekanisme untuk memfasilitasi pelaporan perilaku tidak etis tanpa takut pembalasan
- Mengenali dan menangani situasi di mana undang-undang dan peraturan setempat juga tidak ada atau bertentangan dengan perilaku etika.
- Mengadopsi dan menerapkan standar yang diakui secara internasional dari perilaku etika ketika melakukan penelitian dengan subjek manusia dan menghormati kesejahteraan hewan ketika mempengaruhi kehidupan mereka dan keberadaannya termasuk dengan menyediakan kondisi yang layak untuk pemeliharaan, pembibitan, produksi, pengangkutan hewan.

4.1.5. Menghormati Kepentingan Pemangku Kepentingan (Stakeholder)

Prinsip 4. Menghormati kepentingan pemangku kepentingan adalah perusahaan hendaknya menghormati dan mempertimbangkan serta menanggapi kepentingan pemangku kepentingan (stake holder).

Meskipun tujuan perusahaan mungkin terbatas untuk kepentingan pemiliknya, anggota, pelanggan atau konstituen, individu atau kelompok lain juga mungkin memiliki hak atau kepentingan tertentu yang harus diambil harus diperhitungkan secara kolektif, individu-individu atau kelompok-kelompok terdiri dari pemangku kepentingan organisasi. Perusahaan harus:

- Mengidentifikasi para pemangku kepentingan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

- Mengenal dan memperhatikan kepentingan serta hak-hak hukum dari para pemangku kepentingan dan merespon kekhawatiran mereka
- Mengakui bahwa beberapa pemangku kepentingan secara signifikan dapat mempengaruhi kegiatan organisasi
- Menilai dan mempertimbangkan kemampuan relatif pemangku kepentingan untuk menghubungi terlibat dengan dan mempengaruhi perusahaan.
- memperhitungkan hubungan kepentingan pemangku kepentingan perusahaan dengan harapan yang lebih luas dari masyarakat dan untuk pembangunan berkelanjutan, serta sifat hubungan pemangku kepentingan dengan organisasi
- Mempertimbangkan pandangan para pemangku kepentingan yang kepentingannya mungkin akan terpengaruh oleh keputusan atau kegiatan meskipun mereka tidak memiliki peran formal dalam pemerintahan atau organisasi serta tidak menyadari kepentingan-kepentingan ini.

4.1.6. Penghormatan Terhadap Supremasi Hukum

Prinsip 5. Penghormatan terhadap supremasi hukum adalah organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap peraturan hukum adalah wajib. Peraturan hukum mengacu pada supremasi hukum dan khususnya pada gagasan bahwa tidak ada individu atau organisasi berdiri diatas hukum dan pemerintah juga harus tunduk pada hukum.

Peraturan hukum bertentangan dengan kesewenangan-wenangan menjalankan kekuasaan. Hal ini umumnya tersirat dalam peraturan hukum bahwa hukum dan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

peraturan ditulis, diungkapkan kepada publik dan ditegakkan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Dalam konteks tanggung jawab sosial menghormati peraturan hukum berarti bahwa organisasi mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku. Hal ini berarti bahwa kita harus mengambil langkah-langkah untuk menyadari hukum dan peraturan yang berlaku untuk menginformasikan kewajiban mereka dalam organisasi untuk mengamati dan menerapkan langkah-langkah tersebut.

Suatu organisasi hendaknya:

- Mematuhi persyaratan hukum disemua wilayah hukum dimana perusahaan itu beroperasi, meskipun mungkin untuk wilayah tertentu hukum-hukum dan peraturan tidak cukup ditegakkan;
- Memastikan bahwa hubungan dan kegiatan sesuai dengan kerangka hukum yang berlaku. Memelihara informasi dari semua kewajiban hukum dan secara berkala meninjau ulang kepatuhannya terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

4.1.7. Menghormati Perilaku Norma-Norma Internasional

Prinsip 6 menghormati perilaku norma-norma internasional adalah perusahaan harus menghormati perilaku norma-norma internasional, sementara berpegang pada prinsip penghormatan terhadap peraturan hukum. Dalam situasi dimana hukum atau pelaksanaannya tidak menyediakan lingkungan yang memadai atau perlindungan sosial perusahaan harus berusaha untuk menghormati sebagai perilaku norma internasional minimum. Di negara-negara dimana hukum atau pelaksanaannya bertentangan dengan hukum atau pelaksanaannya bertentangan dengan perilaku norma-norma internasional

LOGO	HOTEL.....		
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 4. PRINSIP-PRINSIP TANGGUNG JAWAB SOSIAL		
	Bagian 4.1. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial		
	Tanggal Terbit		
	Revisi ke / Terbitan		0/ 1
	Hal		dari hal
	Paraf Wakil Manajemen		

suatu perusahaan harus berusaha menghormati perilaku norma-norma internasional semaksimal mungkin. Dalam situasi dimana hukum atau pelaksanaannya bertentangan dengan perilaku norma-norma internasional dan apabila tidak mengikuti norma-norma akan memiliki konsekwensi yang significant maka perusahaan harus secara layak dan tepat meninjau ulang sifat hubungan dan kegiatan dalam wilayah hukum itu. Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan kesempatan yang sah dan saluran untuk mencari pengaruh dari organisasi yang relevan dan otoritas untuk memperbaiki konplik tersebut. Perusahaan sebaiknya menghindari terlibat dalam kegiatan organisasi lain yang tidak konsisten dengan perilaku norma-norma internasional.

4.1.8. Menghormati Hak Azasi Manusia

Prinsip 7. Menghormati dan jika memungkinkan, mempromosikan hak-hak yang diatur dalam ketentuan internasional tentang hak azasi manusia. Menghormati universalitas hak-hak ini bahwa hak-hak asasi manusia berlaku disemua negara budaya dan situasi dalam situasi dimana hak asasi manusia tidak dilindungi maka organisasi harus mengambil langkah-langkah untuk menghormati hak asasi manusia dan menghindari untuk memperoleh keuntungan dari situasi ini dan dalam situasi dimana hukum atau pelaksanaannya tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi hak asasi manusia maka perusahaan harus mematuhi prinsip menghormati perilaku norma-norma internasional.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.1. Menyadari Tanggung Jawab Sosial dan Melibatkan Para Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

5.1.1. UMUM

Klausul ini membahas dua praktek dasar tanggung jawab sosial pengakuan oleh organisasi terhadap tanggung jawab sosial serta identifikasi dan keterlibatan para pemangku kepentingan. Seperti prinsip-prinsip yang diuraikan dalam klausul 4 praktek ini harus diingat ketika menangani subjek inti dari tanggung jawab sosial yang dijelaskan dalam klausul 6.

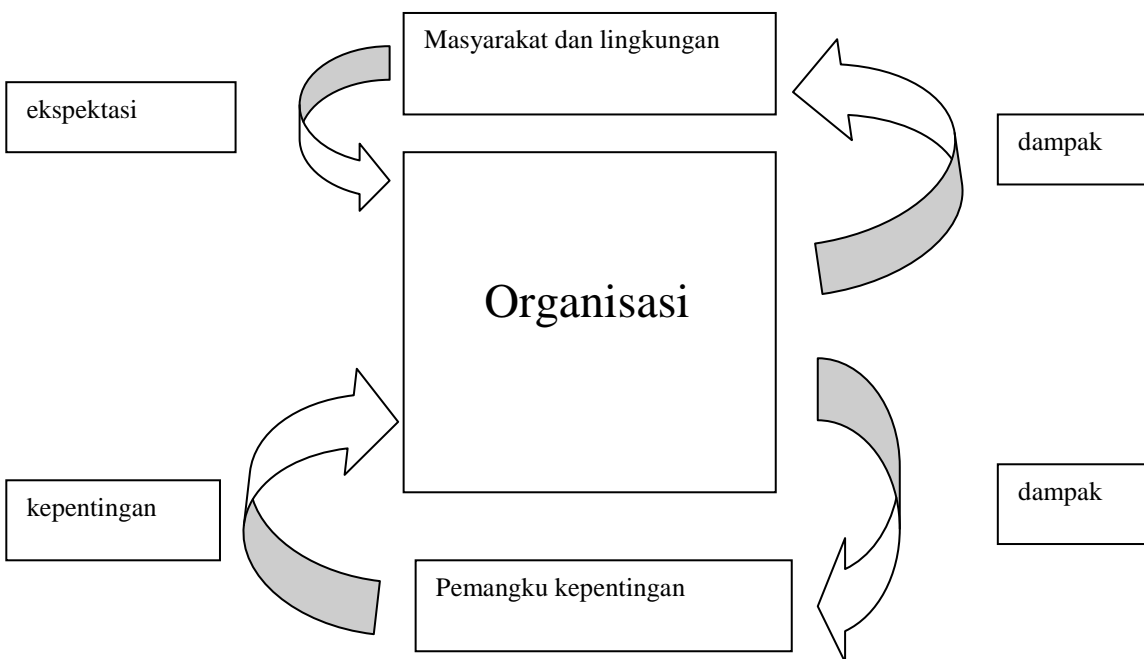
Pengakuan tanggung jawab sosial termasuk mengidentifikasi isu yang diangkat dari dampak keputusan dan kegiatan organisasi, serta cara isu-isu itu harus ditangani sehingga berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Pengakuan tanggung jawab sosial juga melibatkan pengakuan terhadap pemangku kepentingan perusahaan. Sebagai mana telah dijelaskan dalam klausul 4.5 prinsip dasar tanggung jawab sosial adalah bahwa perusahaan harus menghormati dan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan yang akan terpengaruh oleh keputusan dan kegiatan perusahaan.

Antara perusahaan dan masyarakat perusahaan harus memahami dan mengenali bagaimana keputusan dan kegiatan perusahaan berdampak terhadap masyarakat dan lingkungan. Suatu perusahaan juga harus memahami ekspektasi masyarakat sehingga menampilkan perilaku yang bertanggung jawab mengenai dampak terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini harus dilakukan melalui mempertimbangkan subyek inti dan isu-isu tanggung jawab sosial. (klausul 5.2.2). Antara perusahaan dan pemangku kepentingan: Perusahaan harus menyadari berbagai berbagai pemangku kepentingan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.1. Menyadari Tanggung Jawab Sosial dan Melibatkan Para Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Hal ini berkaitan dengan individu atau kelompok yang kepentingannya dapat terpengaruh oleh keputusan dan kegiatan perusahaan.

Hubungan antara perusahaan, pemangku kepentingan serta masyarakat dan lingkungan



Antara perusahaan dan masyarakat: perusahaan harus memahami dan mengenali bagaimana keputusan dan kegiatan perusahaan berdampak terhadap masyarakat dan lingkungan. Suatu perusahaan juga harus memahami ekspektasi masyarakat sehingga menampilkan perilaku yang bertanggung jawab mengenai dampak terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini harus dilakukan melalui mempertimbangkan subyek inti dan isu-isu tanggung jawab sosial. (klausul 5.2.2)

Antara perusahaan dan pemangku kepentingan:

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.1. Menyadari Tanggung Jawab Sosial dan Melibatkan Para Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	2 dari 6 hal
Paraf Wakil Manajemen		

Perusahaan harus menyadari berbagai berbagai pemangku kepentingan. Hal ini berkaitan dengan individu atau kelompok yang kepentingannya dapat terpengaruh oleh keputusan dan kegiatan perusahaan.

Antara pemangku kepentingan dan masyarakat: perusahaan harus memahami hubungan antara pemangku kepentingan yang disatu sisi kepentingannya dipengaruhi oleh perusahaan sedangkan pada sisi lain terdapat ekspektasi masyarakat. Meskipun para pemangku kepentingan merupakan bagian dari masyarakat mereka mungkin memiliki kepentingan yang tidak konsisten dengan ekspektasi masyarakat. Pemangku kepentingan memiliki kepentingan tertentu sehubungan dengan perusahaan yang dapat dibedakan berdasarkan ekspektasi sosial dari perilaku yang bertanggung jawab secara sosial mengenai masalah apapun misalnya, kepentingan pemasok dalam hal pembayaran tepat waktu dan kepentingan masyarakat yang harus juga diperhatikan di dalam kontrak, yang mungkin saja memiliki perspektif yang berbeda pada masalah yang sama. Menyadari tanggung jawab sosial merupakan proses yang berkesinambungan. Potensi dampak dari keputusan dan kegiatan perusahaan harus ditentukan dan diperhitungkan selama tahap perencanaan kegiatan baru. Kegiatan yang sedang berlangsung harus ditinjau ulang seperlunya sehingga perusahaan dapat meyakini bahwa tanggung jawab sosial masih ditangani dengan tepat dan dapat menentukan apakah masalah tambahan perlu diperhitungkan dan dipertimbangkan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.1. Menyadari Tanggung Jawab Sosial dan Melibatkan Para Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

5.2.3 Tanggung Jawab Sosial dan Jangkauan Pengaruh Perusahaan

Setelah perusahaan bertanggung jawab atas dampak dari keputusan dan kegiatan. Dampak tersebut dapat bersifat ekspektasi. Perusahaan selain bertanggung jawab atas keputusan dan kegiatan mandiri, dalam beberapa situasi, perusahaan mungkin memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku perusahaan atau pihak lain yang memiliki hubungan dengan perusahaan itu. Situasi tersebut dianggap berada dalam lingkup atau jangkauan pengaruh perusahaan.

Jangkauan atau lingkup pengaruh meliputi hubungan didalam dan diluar rantai nilai (value chain) dari perusahaan. Namun tidak semua rantai nilai perusahaan selalu berada dalam lingkup pengaruhnya. Hal ini dapat meliputi asosiasi formal dan informal yang berpartisipasi, serta perusahaan pesaing atau rekan bisnis. Sebuah perusahaan dapat memutuskan apakah akan memiliki hubungan dengan perusahaan lain dan sejauh mana hubungan ini akan berdampak pada masyarakat dan lingkungan. Akan ada situasi di mana sebuah perusahaan memiliki tanggung jawan untuk waspada terhadap dampak yang diciptakan oleh keputusan dan kegiatan perusahaan lain dan untuk itu perusahaan harus mengambil langkah-langkah untuk menghindari atau mengurangi dampak negative sebagai akibat dari perusahaan itu berhubungan dengan perusahaan-perusahaan lain tersebut. Ketika menilai lingkup atau jangkauan pengaruh perusahaan dan menentukan tanggung jawabnya perusahaan harus melakukan melakukan due diligence untuk menghindari berkontribusi terhadap negative memlalui hubungannya dengan perusahaan lain. Petunjuk lebih lanjut dapat ditemukan pada klausul 7.3.1

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.2. Identifikasi dan Keterlibatan Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

5.2.1. Umum

Identifikasi dan keterlibatan pemangku kepentingan adalah inti untuk menangani tanggung jawab sosial perusahaan.

5.2.2. Identifikasi Pemangku Kepentingan

Pemangku kepentingan (stakeholder) adalah perusahaan atau individu yang memiliki satu atau lebih kepentingan dalam setiap keputusan dan aktivitas suatu perusahaan. Suatu perusahaan mungkin tidak selalu menyadari semua pemangku kepentingan, meskipun harus mencoba untuk mengidentifikasi mereka. Demikian pula banyak pihak mungkin tidak menyadari potensi dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi kepentingan mereka.

Memahami bagaimana individu atau kelompok yang dapat terpengaruh oleh keputusan dan kegiatan perusahaan akan memungkinkan untuk mengidentifikasi kepentingan yang menjalin hubungan antara pemangku kepentingan dan perusahaan. Oleh karena itu penentuan dampak dari keputusan dan kegiatan perusahaan akan memfasilitasi identifikasi pemangku kepentingan. Perusahaan mungkin memiliki banyak pemangku kepentingan. Selain itu para pemangku kepentingan yang berbeda memiliki berbagai dan kadang-kadang bersaing dalam kepentingan. Misalnya kepentingan warga masyarakat dapat mencakup dampak positif dari Perusahaan seperti pekerjaan serta dampak negative dari perusahaan yang sama seperti polusi. Beberapa pemangku kepentingan merupakan bagian integral dari suatu perusahaan. Hal ini termasuk setiap anggota karyawan atau pemilik perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.2. Identifikasi dan Keterlibatan Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Para pemangku kepentingan berbagi kepentingan bersama dalam tujuan perusahaan dan dalam upaya menuju kesuksesan mereka masing-masing. Hal ini tidak berarti bagaimanapun bahwa semua kepentingan mereka mengenai perusahaan akan sama. Untuk mengidentifikasi para pemangku kepentingan perusahaan harus bertanya pada diri sendiri tentang pertanyaan-pertanyaan berikut:

- Untuk siapakah perusahaan itu memiliki kewajiban hukum
- Siapa yang mungkin positif atau negative dipengaruhi oleh keputusan atau kegiatan organisasi
- Siapa yang mungkin untuk mengekspresikan kekhawatiran tentang keputusan dan kegiatan perusahaan
- Siapa yang telah terlibat dimasa lalu ketika keperdulian yang sama perlu ditangani
- Siapa yang dapat membantu dampak spesifik dari perusahaan
- Siapa yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi tanggung jawabnya
- Siapa yang akan dirugikan jika dikeluarkan dari keterlibatannya terhadap perusahaan
- Siapa yang berada dalam rantai nilai (value chain) perusahaan yang terpengaruh

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.2. Identifikasi dan Keterlibatan Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

5.2.3. Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Keterlibatan pemangku kepentingan merupakan dialog anatar perusahaan dan satu atau lebih dari para pemangku kepentingan. Hal itu akan membantu perusahaan dalam menangani tanggung jawab sosial dengan menyediakan informasi dasar bagi keputusan-keputusannya.

Keterlibatan pemangku kepentingan dapat mengambil banyak bentuk baik bersifat formal maupun informal. Pertemuan-pertemuan dapat mengikuti berbagai format seperti pertemuan individu, konferensi lokakarya, publik hearing, diskusi meja bundar, komite penasehat, informasi yang teratur dan terstruktur dan konsultasi tentang prosedur, perundingan bersama dan berbasis forum internet dll. Keterlibatan pemangku kepentingan harus interaktif dan dimaksudkan untuk memberikan kesempatan agar pandangan pemangku kepentingan dapat didengar. Fitur penting adalah melibatkan komunikasi dua arah. Ada beberapa alasan sebuah perusahaan untuk melibatkan para pemangku kepentingan. Keterlibatan pemangku kepentingan dapat digunakan untuk:

- Meningkatkan pemahaman perusahaan tentang kemungkinan konsekuensi dari keputusan dan kegiatan perusahaan terhadap pemangku kepentingan
- Menentukan cara terbaik untuk meningkatkan dampak yang menguntungkan dari keputusan dan kegiatan perusahaan serta bagaimana mengurangi dampak yang merugikan
- Menentukan apakah klaim perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dianggap kredibel
- Membantu perusahaan meninjau ulang kinerjanya sehingga dapat ditingkatkan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 5. MENGAKUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	5.2. Identifikasi dan Keterlibatan Pemangku Kepentingan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

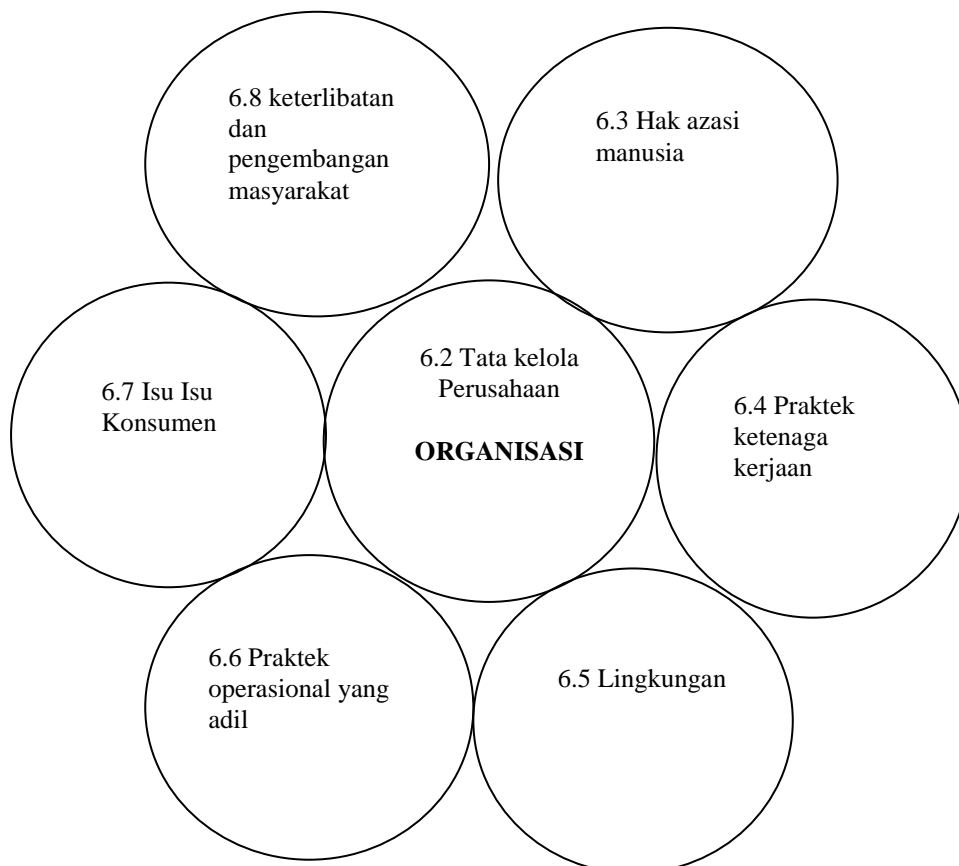
- Mendamaikan konflik yang melibatkan kepentingan sendiri orang-orang dari pada pemangku kepentingan dan ekpekstasi masyarakat secara keseluruhan
- Mengatasi hubungan antara kepentingan dari para pemangku kepentingan dan tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat pada umumnya
- Berkontribusi untuk pembelajaran terus menerus oleh perusahaan
- Memenuhi kewajiban hukum
- Mengatasi konflik kepentingan baik antara perusahaan dan pemangku kepentingan atau diantara para pemangku kepentingan itu sendiri
- Menyediakan informasi bagi perusahaan melalui mendapatkan perspektif yang beragam
- Meningkatkan tranparansi keputusan dan kegiatan dan membentuk kemitraan agar mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

6.1.1. Umum

Untuk menentukan ruang lingkup tanggung jawab sosialnya serta mengidentifikasi isu-isu yang relevan dan menetapkan prioritas maka perusahaan harus membahas tujuh subjek inti berikut:

Pendekatan Holistik



Saling Ketergantungan

TUJUH SUBJEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL MENURUT ISO 26000

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Aspek-aspek ekonomi, kesehatan dan keselamatan, kesamaan gender dan rantai nilai ditangani dalam tujuh subjek inti sesuai dengan aspek-aspek itu. Tindakan pada subjek inti harus didasarkan pada prinsip-prinsip dan praktek-praktek tanggung jawab sosial. Untuk setiap subyek inti, organisasi harus mengidentifikasi dan mengatasi semua isu-isu yang relevan atau penting bagi keputusan dan kegiatan. Ketika menilai relevansi masalah tujuan jangka pendek dan jangka panjang harus diperhitungkan.

Meskipun semua subyek inti yang saling terkait dan saling melengkapi sifat tata kelola atau pengelolaan perusahaan diperlukan agak berbeda dari subjek inti lainnya. Tata kelola perusahaan yang efektif memungkinkan sebuah perusahaan untuk mengambil tindakan pada isu-isu subjek inti lainnya dan untuk menerapkan prinsip-prinsip yang digariskan dalam klausul 4.

Setiap perusahaan harus melihat pada subjek inti secara holistik yaitu ia harus mempertimbangkan semua subyek inti dan masalah serta kesaling tergantungan diantara mereka, dari pada berkonsentrasi pada satu masalah saja. Perusahaan harus menyadari bahwa upaya untuk mengatasi satu masalah mungkin melibatkan isu-isu lainnya. Perbaikan khusus yang ditargetkan pada isu tertentu harus tidak akan mempengaruhi isu-isu lain secara merugikan atau membuat dampak buruk pada siklus hidup produk atau jasa, pemangku kepentingan dan rantai nilai dari perusahaan. Panduan lebih lanjut tentang integrasi tanggung jawab sosial dikemukakan dalam klausul 7.

6.1.2. Tata Kelola atau Pengelolaan Organisasi

Tata kelola perusahaan adalah sistem di mana perusahaan membuat dan mengimplementasikan keputusan dalam mencapai tujuannya.

LOGO	HOTEL.....		
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL		
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial		
	Tanggal Terbit		
	Revisi ke / Terbitan		0/ 1
	Hal		dari hal
Paraf Wakil Manajemen			

Tata kelola perusahaan dapat terdiri dari mekanisme pengelolaan formal berdasarkan struktur yang terdefinisi serta proses dan mekanisme informal yang muncul sehubungan dengan budaya dan nilai-nilai perusahaan yang sering dipengaruhi oleh orang-orang yang memimpin perusahaan. Tata kelola perusahaan adalah fungsi inti dari setiap jenis organisasi karena merupakan kerangka kerja untuk pengambilan keputusan dalam perusahaan.

6.1.2.1. Pengelolaan Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial

Tata kelola perusahaan adalah faktor yang paling penting dalam memungkinkan perusahaan untuk mengambil tanggung jawab atas dampak dari keputusan dan kegiatan serta untuk mengintegrasikan tanggung sosial diseluruh perusahaan dan yang berhubungan dengan perusahaan itu. Pengelolaan perusahaan dalam kontek tanggung jawab sosial yang memiliki karakteristik khusus pada subjek inti tertentu, mengharuskan perusahaan bertindak dengan cara untuk meningkatkan kemampuan perusahaan melalui berperilaku secara bertanggung jawab sosial berkaitan dengan subjek inti lainnya.

6.1.2.2. Prinsip-Prinsip dan Pertimbangan

Pengelolaan yang efektif harus didasarkan pada prinsip-prinsip menggabungkan tanggung jawab sosial dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan. Prinsip-prinsip ini adalah akuntabilitas, transparansi, perilaku etika, menghormati kepentingan stakeholder, menghormati peraturan hukum, menghormati perilaku norma-norma internasional dan menghormati hak azasi

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

manusia. Selain prinsip-prinsip ini perusahaan harus mempertimbangkan praktek subjek inti dan isu-isu tanggung jawab sosial ketika menetapkan sistem pengelolaan. Panduan lebih lanjut tentang mengintegrasikan tanggung jawab sosial di seluruh perusahaan seperti dikemukakan pada klausul 7.

Kepemimpinan juga penting untuk tata kelola perusahaan yang efektif. Hal ini berlaku tidak hanya untuk pengambilan keputusan tetapi juga untuk memotivasi karyawan agar mempraktekkan tanggung jawab sosial dan untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial ke dalam budaya perusahaan. Due diligence dapat menjadi pendekatan yang berguna bagi perusahaan dalam menangani isu-isu tanggung jawab sosial (lihat Klausul 7.3.1).

6.1.2.3. Proses dan struktur pengambilan keputusan

(a) Diskripsi Isu

Proses dan struktur pengambilan keputusan yang kondusif terhadap tanggung jawab sosial adalah mereka yang mempromosikan penggunaan prinsip-prinsip dan praktek yang dijelaskan dalam klausul 4 da 5. Setiap perusahaan memiliki proses dan struktur pengambilan keputusan. Dalam beberapa kasus hal ini adalah formal, canggih dan bahkan tunduk kepada hukum dan peraturan namun dalam kasus lain mereka bersifat informal yang berlandaskan pada budaya dan nilai-nilai perusahaan. Semua perusahaan harus memiliki proses, sistem, struktur atau mekanisme lain yang memungkinkan untuk menerapkan prinsip-prinsip dan praktek tanggung jawab sosial.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

(b) Tindakan dan Ekspektasi Terkait

Proses dan struktur pengambilan keputusan perusahaan harus memungkinkan untuk:

- Mengembangkan strategi, tujuan, dan target yang mencerminkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial
- Menunjukkan komitmen kepemimpinan dan akuntabilitas.
- Menciptakan dan memelihara lingkungan dan budaya di mana prinsip-prinsip tanggung jawab sosial itu dipraktekkan
- Menciptakan sistem insentif ekonomi dan non ekonomi terkait dengan kinerja tanggung jawab sosial
- Menggunakan keuangan sumber daya alam dan manusia secara efisien
- Mempromosikan kesempatan yang adil bagi kelompok yang kurang terwakili termasuk perempuan dan kelompok-kelompok ras dan etnis untuk menduduki posisi senior dalam organisasi
- Menyeimbangkan kebutuhan perusahaan dan para pemangku kepentingan termasuk kebutuhan mendesak dan kebutuhan untuk generasi mendatang
- Membangun komunikasi dua arah dengan para pemangku kepentingan
- Mengidentifikasi area perjanjian dan perselisihan serta negosiasi untuk menyelesaikankonflik yang mungkin terjadi
- Mendorong partisipasi yang efektif dari semua tingkatan karyawan dalam kegiatan tanggung jawab sosial organisasi.
- Menyeimbangkan tingkat kewenangan tanggung jawab dan kapasitas orang orang yang membuat keputusan mewakili perusahaan
- Melacak pelaksanaan keputusan untuk memastikan bahwa keputusan itu diikuti secara bertanggung jawab sosial untuk menentukan cara dan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- akuntabilitas dari hasil keputusan dan kegiatan perusahaan baik positif dan maupun negative dan
- Secara berkala meninjau ulang dan mengevaluasi proses tata kelola perusahaan. Menyesuaikan proses berdasarkan hasil peninjauan ulang
- dan mengkomunikasikan perubahan-perubahan keseluruhan perusahaan

6.1.3. Hak Azasi Manusia

Hak asasi manusia adalah hak dasar yang dimiliki oleh semua manusia. Setiap manusia berhak memperoleh hak asasi yang mendasar itu. Ada dua katagori besar hak azasi manusia. Katagori pertama menyangkut hak-hak sipil dan politik termasuk hak untuk hidup dan kebebasan berekpresi. Katagori kedua menyangkut ekonomi sosial dan budaya serta mencakup hak seperti hak untuk bekerja hak atas pangan, hak memperoleh pencapaian standar kesehatan tertinggi, hak atas pendidikan dan hak atas jaminan sosial. Prinsip-prinsip hak asasi manusia adalah melekat tidak dapat dicabut berlaku universal tak terpisahkan dan saling tergantung:

- hak asasi manusia melekat dalam arti bahwa setiap orang memeilikisi jak asasi manusia
- hak asasi manusia tidak apat dicabut dalam pengertian bahwa tidak ada orang, lembaga atau pemerintah sekalipun yang berhak mencabut hak asasi manusia itu
- Hak asasi manusia bersifat universal dalam arti bahwa hak itu berlaku untuk semua orang tanpa memandang status apapun
- Hak asasi manusia tak terpisahkan karena tidak ada hak asasi manusia secara selektif diabaikan dan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Hak asasi manusia saling bergantung karena dalam realisasi yang tepat memberikan kontribusi untuk realisasi hak-hak lainnya.

Isu-isu yang harus diperhatikan oleh organisasi berkaitan dengan subyek inti Hak asasi manusia adalah:

1. Due Deligence (klausul 6.3.3)
2. Situasi resiko hak asasi manusia (klausul 6.3.4)
3. Menghindari keterlibatan (klausul 6.3.5)
4. Menyelesaikan keluhan (klausul 6.3.6)
5. Diskriminasi dan kelompok rentan (klausul 6.3.7)
6. Hak-hak sipil dan politik (klausul 6.3.8)
7. Hak- hak ekonomi sosial, dan budaya (klausul 6.3.9)
8. Prinsip-prinsip mendasar dan hak di tempat kerja (klausul 6.3.10)

6.1.4. Praktek-praktek tenaga kerja

Praktek-praktek tenaga kerja perusahaan mencakup semua kebijakan dan praktek yang berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan di dalam oleh atau atas nama perusahaan termasuk pekerjaan yang disubkontrakkan. Praktek ketenaga kerjaan melampaui hubungan perusahaan dengan karyawan langsung atau tanggung jawab bahwa suatu perusahaan mengendalikan praktek-praktek ditempat kerja.

Praktek-praktek ketenagakerjaan termasuk perekrutan dan promosi pekerja, disiplin dan prosedur pengaduan transfer dan relokasi pekerja, pemutusan hubungan kerja pelatihan dan pengembangan ketrampilan kesehatan keselamatan dan kebersihan industry dan setiap kebijakan atau praktek yang mempengaruhi kondisi kerja khususnya waktu kerja dan renumerasi praktek

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

ketenagakerjaan juga termasuk pengakuan organisasi pekerja dan perwakilan perwakilan serta partisipasi baik perusahaan pekerja dan pengusaha dalam perundingan bersama, dialog sosial dan konsultasi tripartite untuk menangani masalah-masalah sosial yang terkait dengan ketenaga kerjaan. Isu-isu yang harus diperhatikan oleh perusahaan berkaitan dengan subjek ini praktek-praktek tenaga kerja adalah:

1. Kesempatan kerja dan hubungan tenaga kerja (klausul 6.4.3)
2. Kondisi kerja dan proteksi sosial (klausul 6.4.4)
3. Dialog sosial (klausul 6.4.5)
4. Kesehatan dan keselamatan kerja (klausul 6.4.6)
5. Pengembangan dan Pelatihan manusia di tempat kerja (klausul 6.4.7)

6.1.5. Lingkungan

Keputusan dan kegiatan perusahaan selalu berdampak pada lingkungan dimanapun perusahaan itu berada. Dampak tersebut mungkin terkait dengan penggunaan sumber daya perusahaan, lokasi kegiatan perusahaan penciptaan polusi dan limbah serta dampak dari kegiatan perusahaan pada habitat alami. Untuk mengurangi dampak lingkungan perusahaan harus mengadopsi pendekatan terpadu yang memperhitungkan implikasi langsung dan tidak langsung dari keputusan dan kegiatan perusahaan terhadap aspek-aspek ekonomi, sosial kesehatan dan lingkungan.

Masyarakat sedang menghadapi tantangan lingkungan termasuk menipisnya sumber daya alam, polusi perubahan iklim, merusakkan habitat, hilangnya spesies, runtuhnya ekosistem keseluruhan dan degradasi pemukiman manusia

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

perkotaan dan pedesaan. Karena polusi dunia bertumbuh dan meningkatkan konsumsi maka perubahan ini meningkatkan ancaman terhadap keamanan manusia serta kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab lingkungan merupakan prasyarat untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia. Oleh karena itu merupakan aspek penting dari tanggung jawab sosial.

Standar internasional ISO 14000 tentang sistem manajemen lingkungan dapat digunakan sebagai kerangka keseluruhan untuk membantu perusahaan dalam menangani isu-isu lingkungan secara sistematis yang harus dipertimbangkan ketika mengevaluasi kinerja lingkungan mengukur dan melaporkan emisi gas rumah kaca, penilaian siklus hidup, desain untuk lingkungan, pelabelan lingkungan dan komunikasi lingkungan. Isu-isu yang harus diperhatikan oleh perusahaan berkaitan dengan subjek inti lingkungan, adalah:

1. Pencegahan polusi (klausul 6.5.3)
2. Penggunaan sumber daya berkelanjutan (klausul 6.5.4)
3. Mitigasi perubahan iklim dan adaptasi (klausul 6.5.5)
4. Proyeksi dari lingkungan, keragaman hayati dan restorasi habitat alam (6.5.6).

6.1.6. Praktek Operasional Yang Adil

Praktek operasional yang adil menyangkut etika dalam hubungan perusahaan dengan perusahaan lain. Hal ini termasuk hubungan antara perusahaan dan lembaga pemerintah serta antara perusahaan dan mitra kerja, pemasok, kontraktor, pelanggan, pesaing dan anggota-anggota asosiasi-asosiasi.

Dalam konteks tanggung jawab sosial praktek operasional yang adil menyangkut cara perusahaan menggunakan hubungannya dengan perusahaan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

lain untuk mempromosikan hasil positif. Hasil positif dapat dicapai melalui memberikan kepemimpinan dan mempromosikan adopsi tanggung jawab sosial yang lebih luas diseluruh lingkup atau jangkauan pengaruh perusahaan. Isu-isu yang harus diperhatikan oleh perusahaan berkaitan dengan subyek inti praktek operasional yang adil adalah:

- 1) Anti korupsi (klausul 6.6.3)
- 2) Keterlibatan politik yang bertanggung jawab (klausul 6.6.4)
- 3) Persaingan yang adil (klausul 6.6.5)
- 4) Mempromosikan tanggung jawab sosial dalam rantai nilai (klausul 6.6.6)
- 5) menghormati hak milik (klausul 6.6.7)

6.1.7. Isu-Isu Konsumen

Perusahaan yang menyediakan produk dan pelayanan kepada konsumen serta pelanggan lainnya harus bertanggung jawab kepada konsumen dan pelanggan mereka.

Tanggung jawab perusahaan meliputi penyediaan pendidikan dan informasi yang akurat penggunaan informasi pemasaran dan proses kontrak yang adil, transparan dan bermamfaat, mempromosikan konsumsi yang berkelanjutan dan mendesain produk dan pelayanan yang menyediakan akses ke semua dan melayani secara tepat untuk masyarakat yang rentan dan kurang beruntung. Para konsumen merujuk pada individu atau kelompok yang memanfaatkan output dari keputusan dan kegiatan perusahaan serta tidak selalu berarti bahwa konsumen harus membayar uang untuk produk dan jasa.

Tanggung jawab perusahaan juga meminimumkan resiko dari penggunaan produk dan jasa melalui desain, manufaktur, distribusi, penyediaan informasi,

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

dukungan pelayanan dan prosedur penarikan atau recall. Banyak perusahaan yang mengumpulkan atau menangani informasi pribadi harus bertanggung jawab untuk melindungi keamanan informasi dan privasi konsumen. Dalam konteks tanggung jawab sosial sosial isu-isu yang harus diperhatikan oleh perusahaan berkaitan dengan subyek inti isu-isu konsumen adalah:

- (1) Pemasaran yang adil, informasi factual dan objektif serta paraktek kontrak yang adil (klausul 6.7.3)
- (2) Melindungi kesehatan dan keselamatan konsumen (klausul 6.7.4)
- (3) Konsumsi berkelanjutan (klausul.6.7.5)
- (4) Pelayanan, dukungan, keluhan dan penyelesaian sengketa konsumen (klausul 6.7.6)
- (5) Perlindungan data dan privasi konsumen (klausul.6.7.7)
- (6) Akses ke pelayanan penting (klausul 6.7.6)
- (7) Pendidikan dan kesadaran (klausul 6.7.9)

6.1.8. Keterlibatandan pengembangan masyarakat

Telah diterima secara luas bahwa perusahaan memiliki hubungan dengan masyarakat dimana mereka beroperasi. Hubungan ini harus didasarkan pada keterlibatan masyarakat sehingga berkontribusi pada pengembangan masyarakat.Keterlibatan masyarakat baik secara individual maupun melalui asosiasi berusaha untuk meningkatkan barang publik (publik good) serta membantu memperkuat masyarakat sipil. Perusahaan yang terlibat dengan masyarakat mencerminkan dan memperkuat nilai-nilai demokrasi dan sipil.Keterlibatan dan pengembangan masyarakat merupakan dua bagian integral dari pembangunan berkelanjutan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Kontribusi perusahaan untuk pengembangan masyarakat dapat membantu untuk mempromosikan kesejahteraan pada tingkat yang lebih tinggi dalam masyarakat. Perkembangan tersebut mencakup peningkatan kualitas hidup dari populasi penduduk. Pengembangan masyarakat bukanlah proses linier, tetapi merupakan proses jangka panjang di mana kepentingan yang berbeda dan saling bertentangan akan hadir. Karakteristik sejarah dan budaya membuat setiap komunitas menjadi unik dan akan mempengaruhi kemungkinan masa depannya. Pengembangan masyarakat merupakan hasil sosial, fitur politik, ekonomi dan budaya serta tergantung pada karakteristik dari kekuatan-kekuatan sosial yang terlibat.

Pemangku kepentingan dalam masyarakat mungkin memiliki kepentingan yang berbeda bahkan mungkin bertentangan. Adalah merupakan tanggung jawab bersama untuk mempromosikan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan umum. Isu pengembangan masyarakat yang perusahaan dapat berkontribusi termasuk menciptakan lapangan kerja melalui perluasan dan diversifikasi kegiatan ekonomi serta perkembangan teknologi. Hal ini juga dapat berkontribusi melalui investasi sosial dalam kekayaan dan penciptaan pendapatan melalui inisiatif pembangunan ekonomi lokal. memperluas program pendidikan dan pengembangan, ketrampilan, mempromosikan dan melestarikan budaya dan seni dan penyediaan dan/atau mempromosikan pelayanan kesehatan masyarakat. Pengembangan masyarakat dapat mencakup penguatan program-program kelembagaan masyarakat, kelompok dan forum kolektif, budaya, sosial dan lingkungan serta jaringan local yang melibatkan beberapa institusi. Pengembangan masyarakat biasanya maju ketika kekuatan-kekuatan sosial dalam masyarakat berusaha untuk mempromosikan.

LOGO	HOTEL.....		
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 6. PEDOMAN SUBYEK INTI TANGGUNG JAWAB SOSIAL		
	6.1. Subyek Inti Tangung Jawab Sosial		
	Tanggal Terbit		
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1	
	Hal	dari hal	
Paraf Wakil Manajemen			

Partisipasi publik dan mencapai hak yang sama serta standar hidup yang bermantabat bagi semua warga negara, tanpa diskriminasi. Pengembangan masyarakat ditingkatkan melalui perilaku bertanggung jawab secara sosial. Dalam konteks tanggung jawab sosial isu-isu yang harus diperhatikan oleh organisasi berkaitan dengan subyek inti keterlibatan dan pengembangan masyarakat adalah:

- 1) Keterlibatan masyarakat (klausul 6.8.3)
- 2) Pendidikan dan budaya (klausul 6.8.4)
- 3) Penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ketrampilan (Klausul 6.8.5)
- 4) Perkembangan dan akses teknologi (klausul 6.8.6)
- 5) Kesejahteraan dan penciptaan pendapatan (klausul 6.8.7)
- 6) Kesehatan (klausul 6.8.8)
- 7) Investasi sosial (klausul 6.8.9)

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

7.1.1. Umum

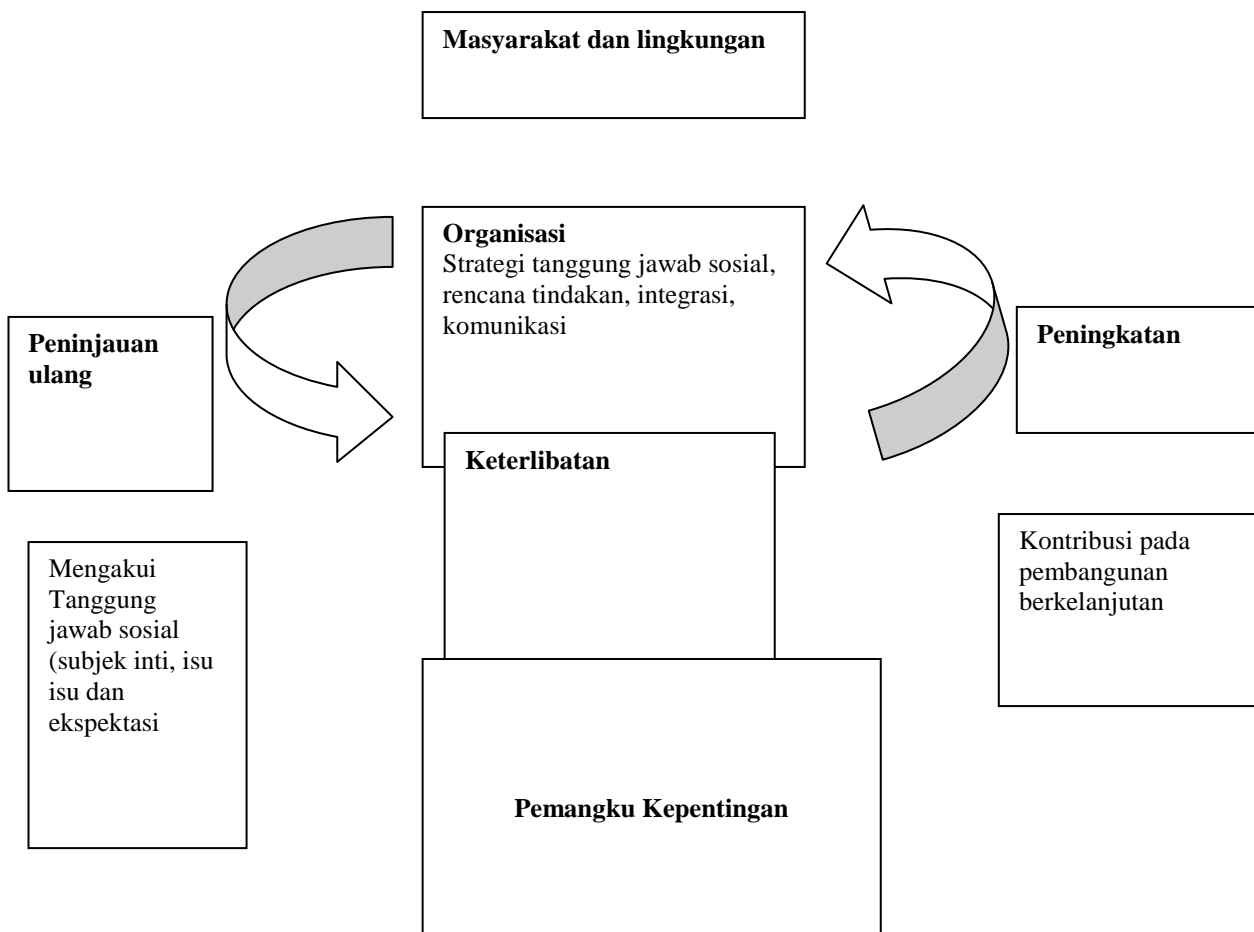
Klausul-klausul sebelum dari standar internasional ISO 26000 ini telah mengidentifikasi prinsip-prinsip subjek inti dan isu-isu tanggung jawab sosial. Klausul 7 ini memberikan panduan tentang bagaimana menempatkan tanggung sosial dalam praktek perusahaan. Dalam kebanyakan kasus, perusahaan dapat membangun sistem yang ada, kebijakan, struktur dan jaringan perusahaan untuk menempatkan tanggung jawab sosial dalam praktek, meskipun beberapa kegiatan kemungkinan akan dilakukan dengan cara-cara baru, atau dengan pertimbangan factor yang lebih luas.

Beberapa perusahaan mungkin telah membentuk teknik untuk memperkenalkan pendekatan baru dalam pengambilan keputusan dan kegiatan perusahaan serta sistem yang efektif untuk komunikasi dan kajian internal. Perusahaan lain mungkin memiliki sistem yang kurang berkembang dengan baik untuk tata kelola perusahaan atau aspek lain dari tanggung jawab sosial.

Pedoman berikut dimaksudkan untuk membantu semua perusahaan sebagai titik awal mengintegrasikan tanggung sosial dalam cara perusahaan itu beroperasi.

Integrasi tanggung jawab sosial ke seluruh perusahaan ditunjukkan dalam bagan tersebut dibawah ini.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	



Integrasi tanggung jawab sosial ke seluruh organisasi

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

7.1.2. Hubungan Karakteristik Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial

Sebagai basis informasi untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial di seluruh perusahaan adalah berguna untuk perusahaan menentukan bagaimana karakteristik utamanya berkaitan dengan tanggung jawab sosial lihat klausul 5. Peninjauan ulang ini juga akan membantu dalam menentukan isu-isu yang relevan tentang tanggung jawab sosial dalam setiap subjek inti serta mengidentifikasi para pemangku kepentingan perusahaan. Tinjauan tersebut harus mencakup factor-faktor seperti:

- Jenis perusahaan, tujuan sifat operasional, termasuk apakah ada kerangka hukum yang kuat yang mengatur banyak keputusan dan kegiatan yang terkait tanggung jawab sosial dan karakteristik sosial, lingkungan dan ekonomi dari area operasional.
- Informasi kinerja historis dari perusahaan tentang tanggung jawab sosial
- Karakteristik tenaga kerja perusahaan atau karyawan termasuk tenaga kerja kontrak
- Sektor perusahaan di mana perusahaan berpartisipasi termasuk kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan. Kode atau persyaratan lain yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang dipromosikan oleh perusahaan-perusahaan
- Visi perusahaan itu sendiri ,misi, niali-nilai ,prinsip dank ode etik
- Kekhawatiran pemangku kepentingan internal dan eksternal yang relevan dengan tanggung jawab social

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Struktur untuk dan sifat pengambilan keputusan dalam perusahaan dan rantai nilai perusahaan.

Adalah juga penting bagi suatu perusahaan untuk menyadari sikap perilaku saat ini. Tingkat komitmen dan memahami tanggung jawab sosial beserta kepemimpinannya. Sebuah pemahaman yang menyeluruh tentang prinsip-prinsip, subjek inti dan mamfaat dari tanggung jawab sosial akan sangat membantu integrasi tanggungjawab sosial ke seluruh perusahaan dan lingkup pengaruhnya.

7.1.3. Memahami Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. Due Diligence

Due diligence dalam konteks tanggung jawab sosial adalah sebuah proses yang komprehensif dan proaktif untuk mengidentifikasi dampak potensial dan actual sosial, lingkungan, ekonomi, yang ditimbulkan oleh keputusan dan kegiatan perusahaan, dengan tujuan untuk menghindari dan mengurangi dampak-dampak tersebut.

Due diligence juga mungkin mempengaruhi perilaku orang lain dimana mereka ditemukan menjadi penyebab pelanggaran hak asasi manusia atau pelanggaran lain dimana perusahaan itu terlibat.

Dalam setiap proses due diligence perusahaan harus mempertimbangkan konteks negara dimana perusahaan itu beroperasi atau yang kegiatannya berlangsung, dampak potensial dan actual dari kegiatan sendiri dan potensi dampak negative yang dihasilkan dari tindakan entitas lain atau orang yang kegiatannya secara signifikan terkait dengan orang-orang dari perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Meskipun perusahaan itu sendiri mungkin yakin bahwa ia mengerti tanggung jawab social, namun perusahaan seharusnya tetap mempertimbangkan melibatkan para pemangku kepentingan dalam proses identifikasi untuk memperluas perspektif pada subjek inti dan isu-isu.

2. Menentukan signifikansi

Setelah sebuah perusahaan telah mengidentifikasi berbagai isu yang relevan dengan keputusan dan kegiatan maka perusahaan harus memperhatikan dengan teliti pada isu-isu yang diidentifikasi dan mengembangkan seperangkat criteria untuk memutuskan isu-isu yang memiliki signifikansi terbesar dan paling penting bagi perusahaan. Kriteria yang mungkin meliputi:

- Luasnya dampak dari isu bagi pemangku kepentingan dan pembangunan berkelanjutan
- Efek potensial dari pengambilan tindakan atau gagal untuk mengambil tindakan terhadap isu-isu ini dan
- Identifikasi ekspektasi masyarakat dari perilaku yang bertanggung jawab mengenai dampak tersebut.
- Isu-isu yang umumnya dianggap signifikan adalah ketidakpatuhan hukum; inkonsistensi dengan perilaku norma-norma internasional, potensi pelanggaran hak azasi manusia, praktek-praktek yang dapat membahayakan keselamatan atau kesehatan dan praktek yang serius dapat mempengaruhi lingkungan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

7.1.4. Lingkup Pengaruh Perusahaan

(1) Menilai Lingkup Pengaruh Perusahaan

Suatu perusahaan memperoleh pengaruh dari sumber-sumber seperti:

- Kepemilikan dan tata kelola. Hal ini termasuk sifat dan tingkat kepemilikan atau representasi, pada badan yang mengatur perusahaan terkait.
- Hubungan ekonomi, hal ini termasuk tingkat hubungan ekonomi dan kepentingan relative dari hubungan dengan perusahaan lain dimana kepentingan yang lebih besar dari satu perusahaan dapat menciptakan pengaruh yang lebih besar bagi perusahaan lainnya.
- Otoritas hukum/politik, hal ini berdasarkan sebagai misal pada ketentuan dalam kontrak yang mengikat secara hukum atau adanya mandate hukum untuk memberikan perusahaan kemampuan untuk menegakkan perilaku tertentu pada orang lain.
- Opini publik, hal ini mencakup kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi opini publik dan dampak opini publik pada mereka yang sedang berusaha mempengaruhi.
- Pengaruh perusahaan tergantung pada sejumlah faktor termasuk kedekatan fisik, lingkup, panjang dan kekuatan hubungan.

(2) Menggunakan Pengaruh

Suatu organisasi dapat mempunyai pengaruh dengan orang lain baik untuk meningkatkan dampak positif bagi pembangunan berkelanjutan atau untuk meminimalkan dampak negative, atau keduanya. Ketika menilai lingkup pengaruh dan menentukan tanggung jawabnya, perusahaan harus melaksanakan due diligence.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

Metode menggunakan pengaruh meliputi:

- Menetapkan ketentuan kontrak atau insentif
- Pernyataan publik oleh perusahaan
- Terlibat dengan masyarakat, tokoh politik dan para pemangku kepentingan lainnya
- Membuat keputusan investasi
- Berbagi pengetahuan dan informasi
- Melakukan proyek bersama
- Melakukan lobi yang bertanggung jawab dan menggunakan hubungan media
- Mempromosikan praktek-praktek yang baik dan membentuk kemitraan dengan asosiasi-asosiasi, perusahaan dan lain-lain

Perusahaan harus mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan serta tanggung jawab sosial dari perusahaan melalui berusaha untuk memiliki hubungan. Suatu perusahaan dapat mempengaruhi pemangku kepentingan melalui keputusan dan kegiatan dan melalui informasi yang diberikan kepada para pemangku kepentingan mengenai basis keputusan dan kegiatan ini. Pelaksanaan pengaruh perusahaan harus selalu dibimbing oleh perilaku etika dan prinsip-prinsip lainnya serta praktik tanggung jawab sosial (kalusul 4 dan 5) Ketika mengerahkan pengaruhnya sebuah perusahaan pertama harus mempertimbangkan keterlibatan dalam dialog yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab sosial serta mendorong perilaku bertanggung jawab secara sosial. Jika dialog tidak efektif, alternative tindakan harus dipertimbangkan termasuk mengubah sifat hubungan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Dimana sebuah perusahaan memiliki kontrol de facto atas orang lain, tanggung jawab untuk bertindak bisa mirip dengan tanggung jawab yang ada dimana perusahaan memiliki kendali formal. Kontrol de facto mengacu pada situasi dimana satu perusahaan memiliki kemampuan untuk menentukan keputusan dan kegiatan pihak lain, bahkan ketika tidak memiliki kewenangan hukum atau formal untuk melakukannya.

(3) Menetapkan Prioritas untuk mengatasi Isu-Isu

Sebuah perusahaan harus menentukan dan berkomitmen untuk prioritas mengintegrasikan tanggung jawab sosial di seluruh perusahaan dan praktek sehari-hari. Prioritas harus ditetapkan dari antara isu-isu yang dianggap signifikan dan relevan (lihat klausul 7.3.2). Para pemangku kepentingan harus terlibat dalam identifikasi prioritas (lihat klausul 5.3). Prioritas cenderung bervariasi dari waktu ke waktu. Perusahaan harus mempertimbangkan hal-hal berikut ini untuk menentukan apakah suatu tindakan untuk mengatasi isu-isu adalah memiliki prioritas tinggi atau tidak. Kinerja perusahaan saat ini berkaitan dengan kepatuhan hukum, standar-standar internasional dan praktek terbaik. Apakah isu-isu secara signifikan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan penting.

Dampak potensial dari tindakan terkait dibandingkan dengan sumberdaya yang diperlukan untuk implementasi. Lamanya waktu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Apakah akan ada implikasi biaya yang signifikan jika tidak ditangani dengan cepat, dan kemudahan dan kecepatan pelaksanaan yang mungkin memiliki peningkatan kesadaran dan motivasi untuk tindakan terhadap tanggung jawab sosial dalam perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Urutan prioritas akan bervariasi antar perusahaan selain menetapkan prioritas untuk tindakan segera perusahaan dapat menetapkan prioritas untuk pertimbangan isu-isu yang relevan dengan keputusan dan kegiatan yang mengharapakan perusahaan untuk melaksanakan dimasa depan seperti kontruksi bangunan, memperkerjakan staf baru, memperkerjakan kontraktor atau melakukan kegiatan penggalangan dana. Pertimbangan prioritas kemudian akan membentuk bagian dari perencanaan untuk kegiatan masa depan. Prioritas harus ditinjau ulang dan diperbaharui pada interval waktu yang tepat untuk perusahaan.

7.1.5. Praktek Untuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial di Seluruh Perusahaan

(1) Meningkatkan Kesadaran dan Membangun Kompetensi untuk Tanggung Jawab Sosial

Membangun tanggung jawab sosial kedalam setiap aspek perusahaan melibatkan komitmen dan pemahaman pada setiap tingkat perusahaan. Pada tahap awal dari upaya perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab sosial, fokus membangun kesadaran harus pada meningkatkan pemahaman tentang aspek tanggung jawab sosial, termasuk prinsip, subyek inti dan isu-isu.

Komitmen dan pemahaman harus dimulai dari manajemen puncak perusahaan. Memahami mamfaat tanggung jawab sosial bagi perusahaan dapat memainkan peran utama dalam membangun komitmen kepemimpinan perusahaan. Oleh karena itu upaya harus dilakukan untuk memberikan kepemimpinan perusahaan, dengan pemahaman menyeluruh tentang implikasi dan mamfaat dari tanggung jawab sosial.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Beberapa karyawan dan beberapa bagian dari suatu perusahaan. Akan lebih tertarik dan reseptif untuk mengambil tindakan pada tanggung jawab sosial daripada yang lain Sebuah perusahaan mungkin perlu untuk memfokuskan upaya awal pada area yang reseptif untuk menunjukkan tanggung jawab sosial itu bermakna dalam praktek.

Menciptakan budaya tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan dapat membutuhkan waktu yang cukup lama, namun pendekatan sistematis dan bekerja mulai dari nilai-nilai dan budaya yang ada telah dipraktekkan di banyak perusahaan. Membangun kompetensi untuk menerapkan praktek tanggung jawab sosial mungkin melibatkan penguatan atau mengembangkan keterampilan dalam beberapa bidang kegiatan seperti keterlibatan pemangku kepentingan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman penerapan subyek inti tentang tanggung jawab sosial. Upaya harus mengambil mamfaat dari pengetahuan yang ada dan keterampilan orang dalam perusahaan .Apabila diperlukan upaya ini juga harus mencakup pembangunan kompetensi dan pelatihan para manajer dan pekerja dalam rantai pasokan (supply chain) Pelatihan khusus mungcion berguna untuk beberapa isu-isu tanggung jawab sosial. Untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial secara efektif perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan untuk perubahan dalam proses pengambilan keputusan untuk pembuatan dan pengaturan yang akan mempromosikan kebebasan yang lebih besar, wewenang dan motivasi untuk menyarankan pendekatan baru dan ide-ide. Suatu perusahaan juga dapat menemukan bahwa perlu untuk meningkatkan cara untuk pemantauan dan mengukur beberapa aspek kinerjanya.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Pendidikan dan pembelajaran seumur hidup sangat penting untuk peningkatan kesadaran dan pembangunan kompetensi tanggung jawab sosial. Dalam hal ini pendidikan untuk pembangunan berkelanjutan adalah menetapkan arah baru untuk memberdayakan orang untuk mengatasi tanggung jawab sosial dengan mendorong mereka untuk memiliki dan memperhatikan nilai-nilai yang mendorong tindakan kuat (penguatan) dan proaktif.

(2) Mengatur arah organisasi untuk tanggung jawab sosial

Pernyataan dan tindakan kepemimpinan perusahaan beserta tujuan perusahaan, aspirasi, nilai-nilai, etika dan strategi akan menentukan arah bagi perusahaan. Untuk membuat tanggung jawab sosial menjadi penting dan bagian yang efektif dari fungsi perusahaan, maka harus tercermin dalam perusahaan.

Suatu perusahaan harus menetapkan arah dengan membuat tanggung jawab sosial merupakan bagian integral dari kebijakan, budaya, strategi struktur dan operasional perusahaan. Beberapa cara yang dapat melakukan hal ini adalah:

- Memasukkan aspirasi perusahaan atau referensi pernyataan visi kepada cara dimana tanggung jawab sosial perusahaan itu mempengaruhi kegiatannya.
- Menggabungkan dalam tujuan atau pernyataan misi tertentu, referensi yang jelas dan ringkas terhadap pentingnya aspek tanggung jawab sosial termasuk prinsip-prinsip dan isu-isu tanggung jawab sosial yang membantu menentukan cara perusahaan itu beroperasi.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Mengadopsi kode etik tertulis atau etika yang menentukan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial melalui menerjemahkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai dalam perilaku yang sesuai. Demikian pula kode etik harus berdasarkan pada prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dalam klausul 4 dan panduan dalam klusul 6.
- Memasukkan tanggung jawab sosial sebagai elemen kungsi dan strategi perusahaan melalui integrasi ke dalam sistem, kebijakan, proses dan perilaku pengambilan keputusan
- Menerjemahkan prioritas tindakan pada subjek inti dan isu menjadi tujuan perusahaan yang dikelola dengan strategi, proses, dan jadual. Tujuan harus spesifik dan terukur atau dapat
- Diversifikasi, masukan dari pemangku kepentingan dapat bernilai dalam membantu proses ini. Rencana terperinci untuk mencapai tujuan, termasuk tanggung jawab, jadual anggaran dan efek pada kegiatan lain dari perusahaan harus menjadi elemen penting dalam membangun pencapaian tujuan dan strategi perusahaan.

(3) Membangun Tanggung Jawab Sosial ke dalam Pengaturan, Sistem dan Prosedur Perusahaan

Sarana penting dan efektif untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial di seluruh perusahaan adalah melalui pengaturan perusahaan, sistem di mana keputusan yang dibuat dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Sebuah perusahaan harus mengelola secara metodik dan konsisten dampaknya yang terkait dengan setiap subjek inti tanggung jawab sosial dan memantau dampak dari perusahaan dalam lingkup pengaruhnya, sehingga dapat meminimumkan resiko kerusakan sosial dan lingkungan serta memaksimalkan kesempatan dampak positif. Ketika membuat keputusan, termasuk berkenaan dengan kegiatan baru, perusahaan harus mempertimbangkan dampak yang mungkin dari keputusan, termasuk berkenaan dengan kegiatan baru, perusahaan harus mempertimbangkan dampak cara terbaik untuk meminimumkan dampak berbahaya dari kegiatan dan meningkatkan dampak menguntungkan dari perilaku terhadap masyarakat dan lingkungan. Sumber daya dan perencanaan yang diperlukan untuk tujuan ini harus diperhitungkan ketika keputusan dibuat. Perusahaan harus menjamin bahwa prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (lihat klausul 4) diterapkan dalam pengaturan perusahaan dan tercermin dalam struktur dan budaya. Perusahaan harus meninjau ulang prosedur dan proses pada interval waktu yang tepat untuk memastikan bahwa perusahaan sedang mempertimbangkan tanggung jawab sosial. Beberapa prosedur yang berguna dapat meliputi:

- Menjamin praktek manajemen yang ditetapkan mencerminkan dan menangani tanggung jawab sosial perusahaan.
- Mengidentifikasi cara-cara di mana prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dan subjek inti beserta isu-isu diterapkan ke berbagai bagian dari perusahaan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Jika sesuai dengan ukuran dan sifat perusahaan membentuk departemen atau kelompok dalam perusahaan untuk meninjau ulang dan merevisi prosedur operasional sehingga konsisten dengan prinsip-prinsip dan subjek inti dari tanggung jawab sosial.
- Mempertimbangkan tanggung jawab sosial ketika melakukan operasional perusahaan dan memasukkan tanggung jawab sosial ke dalam praktek pembelian dan investasi, manajemen sumber daya manusia dan fungsi perusahaan lainnya.

Nilai-nilai yang ada dan budaya perusahaan dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemudahan dan kecepatan dengan tanggung jawab sosial yang dapat terintegrasi secara penuh diseluruh perusahaan. Untuk beberapa perusahaan dimana nilai-nilai dan budaya yang sudah selaras kepada tanggung jawab sosial mereka, proses integrasi mungkin cukup mudah. Di pihak lain beberapa bagian dari perusahaan mungkin tidak mengakui mamfaat dari tanggung jawab sosial dan oleh karena itu mungkin resisten terhadap perubahan. Upaya sistematis selama jangka waktu tertentu mungkin terlibat dalam mengintegrasikan pendekatan tanggung jawab sosial dalam area-area ini. Hal ini juga penting untuk mengakui bahwa proses mengintegrasikan tanggung jawab sosial di seluruh perusahaan tidak terjadi sekaligus atau pada kecepatan yang sama untuk semua subjek inti dan isu-isu. Hal itu mungkin akan membantu melalui mengembangkan rencana untuk mengatasi beberapa isu-isu tanggung jawab sosial dalam jangka pendek dan beberapa isu-isu lain selama jangka waktu yang lebih panjang.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Rencana tersebut harus realistis dan harus mempertimbangkan kemampuan perusahaan, sumber daya yang tersedia dan prioritas isu-isu dan tindakan yang terkait (lihat klausul 7.3.4).

7.1.6. Komunikasi Tanggung Jawab Sosial

(1) Peranan Komunikasi dalam Tanggung Jawab Sosial

Praktek yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial akan melibatkan beberapa bentuk komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi sangat penting untuk fungsi yang berbeda dalam tanggung jawab sosial termasuk:

- Meningkatkan kesadaran baik di dalam maupun diluar perusahaan tentang strategi dan tujuan, rencana-rencana kinerja dan tantangan untuk tanggung jawab sosial
- Menunjukkan penghormatan terhadap prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dalam klausul 4
- Membantu untuk terlibat dan menciptakan dialog dengan para pemangku kepentingan
- Menangani persyaratan hukum dan lainnya untuk pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.
- Menunjukkan bagaimana perusahaan itu memenuhi komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan menanggapi kepentingan pemangku kepentingan dan ekspektasi dari masyarakat pada umumnya
- Memberikan informasi tentang dampak dari kegiatan perusahaan, produk dan jasa termasuk perincian tentang bagaimana dampak berubah sepanjang waktu

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Membantu untuk terlibat dan memotivasi karyawan dan lainnya untuk mendukung kegiatan perusahaan dibidang tanggung jawab sosial.
- Memfasilitasi perbandingan dengan perusahaan yang sama yang dapat merangsang peningkatan kinerja dalam tanggung jawab sosial dan
- Meningkatkan reputasi perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial , keterbukaan, integritas dan akuntabilitas untuk memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan dalam perusahaan.

(2) Karakteristik informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial

Informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial harus:

- Lengkap informasi harus menangani semua kegiatan penting dan dampak yang terkait dengan tanggung jawab sosial
- Mudah dipahami.informasi harus diberikan dengan memperhatikan pengetahuan dan budaya, latar belakang sosial, pendidikan dan ekonomi dari orang-orang yang terlibat dalam komunikasi. Bahasa yang disajikan termasuk bagaimana hal itu diatur, harus dapat diakses bagi para pemangku kepentingan untuk menerima informasi tersebut.
- Responsive informasi harus responsive terhadap kepentingan pemangku kepentingan
- Akurat informasi harus benar secara factual dan harus menyediakan cukup terperinci agar berguna dan tepat untuk tujuan penggunaan informasi itu.
- Seimbang.Informasi harus seimbang dan adil serta tidak boleh menghilangkan informasi negative yang relevan mengenai dampak dari kegiatan perusahaan.

LOGO	HOTEL.....		
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN		
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan		
	Tanggal Terbit		
	Revisi ke / Terbitan		0/ 1
	Hal		dari hal
Paraf Wakil Manajemen			

- Tepat waktu informasi yang kadaluwarsa dapat menyesatkan. Jika informasi menggambarkan kegiatan selama periode waktu tertentu maka idetifikasi periode waktu yang tercakup akan memungkinkan pemangku kepentingan untuk membandingkan kinerja perusahaan dengan kinerja waktu sebelumnya dan dengan kinerja perusahaan lain
- Mudah diakses informasi tentang isu-isu spesifik harus tersedia bagi para pemangku kepentingan yang bersangkutan.

(3) Jenis-jenis komunikasi tentang tanggung jawab sosial

Terdapat berbagai jenis komunikasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. beberapa contoh termasuk:

- Pertemuan atau percakapan dengan pemangku kepentingan
- Komunikasi dengan pemangku kepentingan tentang isu-isu tertentu atau proyek tanggung jawab sosial. Jika memungkinkan dan tepat maka komunikasi ini harus melibatkan dialog dengan para pemangku kepentingan.
- Komunikasi antara manajemen perusahaan dan karyawan atau anggota-anggota perusahaan untuk meningkatkan kesadaran umum tentang dan dukungan untuk tanggung jawab sosial serta kegiatan terkait. Komunikasi tersebut secara umum akan paling efektif apabila melibatkan dialog.
- Kegiatan tim difokuskan pppada integrasiiii tanggung jawab sosial di seluruh perusahaan.
- Komunikasi dengan pemangku kepentingan tentang klaim tanggung jawab sosial yang terkait dengan kegiatan perusahaan. Klaim ini dapat diverifikasi melalui peninjauan ulang internal dan jaminan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Untuk peningkatan kredibilitas klaim ini dapat diverifikasi oleh pihak eksternal. Apabila diperlukan, komunikasi harus memberikan kesempatan untuk umpan balik dari pemangku kepentingan.
- Komunikasi dengan pemasok tentang persyaratan pembelian yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.
- Komunikasi kepada masyarakat tentang keadaan darurat yang memiliki konsekuensi untuk tanggung jawab sosial. Sebelum keadaan darurat, komunikasi harus bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kesiapsiagaan. Selama keadaan darurat harus memberikan kepada pemangku kepentingan informasi tentang tindakan yang tepat.
- Produk yang berhubungan dengan komunikasi seperti label produk, informasi produk dan informasi konsumen lainnya. Kesempatan untuk umpan balik dapat meningkatkan bentuk komunikasi ini.
- Artikel tentang aspek tanggung jawab sosial dimajalah atau surat kabar yang ditujukan untuk perusahaan yang sama.
- Iklan atau pernyataan public lainnya untuk mempromosikan beberapa aspek tanggung jawab sosial.
- Penyerahan kepada badan-badan pemerintah atau pertanyaan publik
- Pelaporan public secara berkala dengan kesempatan untuk umpan-balik dari pemangku kepentingan.

Terdapat banyak metode yang berbeda dan media yang dapat digunakan untuk komunikasi. Hal ini termasuk pertemuan, acara-acara publik, forum, laporan-laporan, surat kabar, majalah, poster, iklan, surat pesan suara pertunjukan video, website, podcast sisipan produk dan label.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Hal ini juga juga memungkinkan untuk berkomunikasi melalui media menggunakan siaran pers, wawancara, editorial dan artikel.

(4) Dialog Dengan Pemangku Kepentingan Tentang Komunikasi Tanggung Jawab Sosial

Melalui dialog dengan para pemangku kepentingan, suatu perusahaan bisa mendapatkan mamfaat dari menerima dan bertukar langsung informasi tentang pandangan pemangku kepentingan. Perusahaan harus mencari dialog dengan para pemangku kepentingan untuk:

- Minilai kecukupan dan efektivitas isi, media, frekuensi dan lingkup komunikasi, sehingga dapat ditingkatkan sesuai kebutuhan
- Menetapkan prioritas untuk isi dari komunikasi masa depan
- Menjamin verifikasi informasi yang dilaporkan oleh para pemangku kepentingan, jika pendekatan verifikasi digunakan dan
- Mengidentifikasi praktek terbaik.

7.1.7. Meningkatkan Kredibilitas Mengenai Tanggung Jawab Sosial

(1) Metode Meningkatkan Kredibilitas

Terdapat berbagai cara di mana perusahaan menetapkan kredibilitasnya.Salah satunya adalah keterlibatan pemangku kepentingan, yang melibatkan dialog dengan para pemangku kepentingandan merupakan sarana penting meningkatkan keyakinan bahwa kepentingan dan niat dari semua peserta telah dipahami. Dialog ini dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan kredibilitas.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Keterlibatan pemangku kepentingan dapat menjadi landasan untuk melibatkan para pemangku kepentingan dalam verifikasi kiam mengenai kinerja perusahaan. Perusahaan dan pemangku kepentingan dapat membuat pengaturan untuk pemangku kepentingan secara berkala meninjau ulang atau memantau aspek kinerja perusahaan.

Kredibilitas berkenaan dengan isu-isu tertentu kadang-kadang dapat ditingkatkan melalui partisipasi dalam skema sertifikasi spesifik. Inisiatif yang telah dikembangkan untuk mensertifikasikan keselamatan produk atau untuk mensertifikasikan proses atau produk berkaitan dengan dampak lingkungan, praktek tenaga kerja dan aspek lain dari tanggung jawab sosial. Skema tersebut harus independen dan kredibel. Dalam beberapa situasi perusahaan untuk memberikan kredibilitas. Contoh dari hal ini adalah pembentukan komite penasehat atau komite peninjau yang terdiri dari orang-orang yang dipilih karena kredibilitas mereka. Perusahaan kadang bergabung dengan asosiasi perusahaan sejenis untuk membentuk atau mempromosikan perilaku tanggung jawab sosial dalam lingkup kegiatan atau dalam komunitas mereka masing-masing. Perusahaan dapat meningkatkan kredibilitas mereka dengan membuat komitmen yang relevan mengenai dampaknya, mengambil tindakan yang tepat dan menilai kinerja serta melaporkan kemajuan dan kekurangan yang ada.

(2) Meningkatkan Kredibilitas Laporan dan Klaim tentang Tanggung Jawab Sosial
Terdapat banyak cara untuk meningkatkan kredibilitas laporan dan kiam tentang tanggung jawab sosial. Hal ini meliputi:

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Membuat laporan tentang kinerja tanggung jawab sosial yang dapat diperbandingkan baik dari waktu ke waktu dan dengan laporan yang dikeluarkan oleh perusahaan sejenis, mengakui bahwa sifat laporan akan tergantung pada ukuran jenis dan kapasitas perusahaan.
- Memberikan penjelasan singkat tentang mengapa topik dihilangkan dari laporan yang tidak tercakup untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah berusaha untuk mencakup semua masalah yang signifikan
- Menggunakan verifikasi proses yang ketat dan bertanggung jawab dimana data dan informasi ditelusuri kembali ke sumber terpercaya untuk memverifikasi keakuratan data dan informasi.
- Menggunakan bantuan dari seorang individu atau individu-individu independen untuk proses penyusunan laporan tersebut baik berasal dari dalam perusahaan atau eksternal untuk pembuatan laporan itu untuk melakukan proses verifikasi
- Mengeluarkan pernyataan yang membuktikan verifikasi sebagai bagian dari laporan
- Memanfaatkan kelompok-kelompok pemangku kepentingan untuk meyakinkan bahwa laporan tersebut mencerminkan isu-isu penting dan relevan bagi perusahaan yang responsive terhadap kebutuhan pemangku kepentingan dan bahwa hal itu telah mencakup secara lengkap dari isu-isu yang dibahas:

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.1. Petunjuk Mengintegrasikan Tanggung Jawab Sosial ke Seluruh Perusahaan	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Mengambil langkah-langkah tambahan untuk menjadi transparan dengan memberikan jenis informasi dan dalam bentuk yang dapat dengan mudah diverifikasi oleh orang lain. Misalnya, bukan hanya melaporkan
- Kinerja statistic tentang sebuah perusahaan tetapi juga dapat membuat perincian tentang sumber-sumber informasi dan proses yang digunakan

Untuk mengembangkan statistik yang tersedia. Dalam beberapa kasus perusahaan dapat meningkatkan kredibilitas klaim itu dengan menjelaskan tentang rantai pasokan (suplai chain) melalui membuat daftar tempat-tempat diman kegiatan itu berlangsung dan kesesuaian pelaporan berdasarkan pedoman pelaporan dari perusahaan eksternal.

(3) Menyelesaikan Konplik antara perusahaan dan Pemangku Kepentingan

Dalam rangka kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin menghadapi kopluk atau perselisihan dengan para pemangku kepentingan individu atau dengan kelompok pemangku kepentingan.

Perusahaan harus mengembangkan mekanisme untuk menyelesaikan konplik atau perbedaan pendapat dengan para pemangku kepentingan yang sesuai dengan jenis konplik atau perselisihan dan berguna bagi para pemangku kepentingan yang terkena dampak. Mekanisme itu mungkin termasuk:

- Diskusi langsung dengan pemangku kepentingan yang terkena dampak.
- Penyediaan informasi tertulis tentang kesalahpahaman itu
- Forum dimana para pemangku kepentingan dan perusahaan dapta menyajikan pandangan mereka dan mencari solusi
- Prosedur penanganan keluhan atau pengaduan secara resmi
- Prosedur atau arbitrase

- Sistem yang memungkinkan pelaporan kesalahan tanpa takut akan pembalasan dan
- Jenis prosedur lain untuk menyelesaikan keluhan

Perusahaan harus membuat informasi terperinci tentang prosedur untuk menyelesaikan konflik dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan yang mempunyai pendapat atau pandangan berbeda. Prosedur ini harus adil dan transparan. Informasi spesifik tentang prosedur yang berkaitan dengan hak asasi manusia dan isu-isu konsumen dijelaskan dalam subjek inti seperti

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.2. Meninjau Ulang dan Meningkatkan Tindakan dan Praktek-Praktek Perusahaan yang Berhubungan dengan Tanggung Jawab Sosial.	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

7.2.1. UMUM

Kinerja efektif tentang tanggung jawab sosial tergantung pada komitmen, evaluasi dan peninjauan ulang terhadap kegiatan yang dilakukan, kemajuan yang dibuat, pencapaian tujuan diidentifikasi, sumber daya yang digunakan dan aspek lain dari upaya perusahaan.

Pemantauan atau observasi terus-menerus terhadap kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial terutama bertujuan menjamiin bahwa kegiatan itu berjalan sebagaimana dimaksud, mengidentifikasi setiap kejadian krisis atau menyimpang diluar kebiasaan dan melakukan modifikasi terhadap hal-hal yang dilakukan. Peninjauan ulang kinerja pada interval waktu yang tepat dapat digunakan untuk menentukan kemajuan tanggung jawab sosial, membantu menjaga agar program terfokus dengan baik, mengidentifikasi area yang membutuhkan perubahan dan berkontribusi terhadap perbaikan kinerja. Pemangku kepentingan dapat memainkan peranan penting dalam mengkaji kinerja perusahaan tentang tanggung jawab sosial.

Selain meninjau ulang kegiatan yang ada perusahaan juga harus terus menerus mengikuti perubahan kondisi atau ekspektasi hukum atau peraturan yang mempengaruhi perkembangan tanggung jawab sosial dan kesempatan baru untuk meningkatkan upaya pada tanggung jawab sosial.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.2. Meninjau Ulang dan Meningkatkan Tindakan dan Praktek-Praktek Perusahaan yang Berhubungan dengan Tanggung Jawab Sosial.	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
	Paraf Wakil Manajemen	

7.2.2. Pemantauan Kegiatan Tanggung Jawab Sosial

Untuk memiliki keyakinan dalam efektivitas dan efisiensi berkaitan dengan tanggung jawab sosial sedang dimasukkan kedalam praktek oleh semua bagian dari perusahaan adalah penting untuk memantau kinerja yang sedang berlangsung pada kegiatan yang berkaitan dengan subjek inti dan isu-isu yang relevan tentang tanggung jawab sosial.

Ketika memutuskan pada kegiatan yang akan dimonitor perusahaan harus berfokus pada isu-isu yang signifikan dan berusaha untuk membuat hasil pemantauan menjadi mudah dimengerti dapat diandalkan dan tepat waktu serta responsive terhadap keprihatinan pemangku kepentingan.

Terdapat banyak metode yang berbeda yang dapat digunakan untuk memantau kinerja tanggung jawab sosial termasuk peninjauan ulang pada interval waktu yang tepat perbandingan dan memperoleh umpan balik dari para pemangku kepentingan. Salah satu metode yang paling umum adalah pengukuran terhadap indikator kinerja tanggung jawab sosial. Indikator kualitatif atau informasi kuantitatif tentang hasil kinerja yang terkait dapat diperbandingkan dengan hasil kinerja dari perusahaan sejenis. Meskipun indikator kinerja kuantitatif relative mudah untuk digunakan, tetapi hal ini tidak mungkin mencakup semua aspek tanggung jawab sosial. Dibidang hak asasi manusia sebagai misal pandangan perempuan dan laki-laki tentang apakah mereka sedang memperoleh perlakuan yang tepat dapat lebih bermakna dari pada beberapa indicator kuantitatif tentang diskriminasi.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.2. Meninjau Ulang dan Meningkatkan Tindakan dan Praktek-Praktek Perusahaan yang Berhubungan dengan Tanggung Jawab Sosial.	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Indikator kuantitatif terkait dengan hasil survey atau diskusi kelompok focus ditambah dengan indicator kualitatif mungkin akan bermamfaat menggambarkan pandangan, kecendrungan kondisi atau status. Hal ini juga penting untuk mengakui bahwab tanggung jawab sosial adalah lebih dari sekedar prestasi tertentu dalam kegiatan terukur, seperti mengurangi polusi dan menanggapi keluhan.

Tanggung jawab sosial berdasarakan pada nilai-nilai penerapan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dan perilaku pemantauan dapat melibatkan pendekatan yang lebih subyektif seperti wawancara observasi dan teknik lain untuk mengevaluasi perilaku dan komitmen.

7.2.3. Meninjau Ulang Kemajuan dan Kinerja Tanggung Jawab sosial perusahaan

Sebagai teambahan pada pemantauan harian terhadap kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial maka perusahaan harus melakukan peninjauan-ulang pada interval waktu yang tepat untuk menentukan bagaimana mencapai target dan tujuan perusahaan untuk tanggung jawab sosial serta untuk mengidentifikasi perubahan yang diperlukan dalam program dan prosedur. Peninjauan ulang ini biasanya melibatkan perbandingan kinerja dalam subjek inti tanggung jawab sosial dengan hasil dari peninjauan ulang sebelumnya, untuk menentukan bagaimana mencapai target dan tujuan.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.2. Meninjau Ulang dan Meningkatkan Tindakan dan Praktek-Praktek Perusahaan yang Berhubungan dengan Tanggung Jawab Sosial.	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

Hal ini juga harus mencakup pengujian terhadap aspek kinerja yang tidak mudah diukur seperti perilaku terhadap aspek kinerja yang tidak mudah diukur, seperti perilaku terhadap tanggung jawab sosial, integrasi tanggung jawab sosial diseluruh perusahaan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip, pernyataan nilai dan praktek. Partisipasi pemangku kepentingan dapat bermamfaat dalam peninjauan-ulang ini.

Jenis pertanyaan yang bisa ditanyakan pada peninjauan ulang meliputi:

- Apa tujuan dan target yang diharapkan oleh perusahaan
- Apakah strategi dan proses telah sesuai dengan tujuan
- Apa yang dikerjakan dan mengapa hal itu dilakukan. Apa yang tidak dikerjakan dan mengapa hal itu tidak dilakukan?
- Apakah tujuan itu telah tepat.
- Apa yang dapat dilakukan secara lebih baik
- Apakah semua orang yang relevan telah terlibat

Berdasarkan hasil peninjauan ulang perusahaan harus mengidentifikasi perubahan program-program yang akan memperbaiki kekurangan yang ada sehingga menciptakan perbaikan kinerja tanggung jawab sosial.

7.2.4. Meningkatkan Keandalan Data dan Pengumpulan Informasi serta Manajemen

Perusahaan perlu menyediakan data kinerja kepada pemerintah, organisasi non pemerintah perusahaan lainnya atau untuk menjaga database yang berisi informasi sensitive agar dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.2. Meninjau Ulang dan Meningkatkan Tindakan dan Praktek-Praktek Perusahaan yang Berhubungan dengan Tanggung Jawab Sosial.	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

pengumpulan data dan sistem manajemen melalui peninjauan ulang sistem secara terperinci. Tujuan peninjauan ulang harus:

- Meningkatkan rasa percaya diri perusahaan bahwa data yang diberikan kepada orang lain adalah akurat
- Meningkatkan kredibilitas data dan informasi dan
- Mengkonfirmasi keandalan sistem untuk melindungi keamanan dan privasi data

Sebagai bagian dari peninjauan ulang tersebut orang-orang atau kelompok independen, baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan harus menelaah cara-cara di mana data itu dikumpulkan direkam atau disimpan, ditangani dan digunakan oleh perusahaan. Peninjauan-ulang dapat membantu mengidentifikasi kerentanan dalam pengumpulan data dan sistem manajemen yang akan memungkinkan data itu menjadi terkontaminasi oleh kesalahan atau akan mengizinkan akses oleh individu yang tidak berhak. Hasil dari peninjauan-ulang dapat membantu perusahaan untuk memperkuat dan meningkatkan sistemnya. Akurasi dan reliabilitas atau keandalan data dapat ditingkatkan melalui pelatihan yang tepat bagi pengumpul data, akuntabilitas yang jelas untuk akurasi data, umpan balik langsung kepada individu yang membuat kesalahan serta proses-proses kualitas data yang membandingkan data yang dilaporkan dengan data masa lalu dan dari situasi yang sama.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.2. Meninjau Ulang dan Meningkatkan Tindakan dan Praktek-Praktek Perusahaan yang Berhubungan dengan Tanggung Jawab Sosial.	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

7.2.5. Meningkatkan Kinerja

Berdasarkan peninjauan-ulang periodik atau pada interval lain yang sesuai, perusahaan harus mempertimbangan cara yang dapat meningkatkan kinerja tanggung jawab sosial. Hasil peninjauan ulang harus digunakan untuk membantu perbaikan terus-menerus dalam tanggung jawab sosial. Hasil peninjauan ulang harus digunakan untuk membantu perbaikan terus-menerus dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Perbaikan dapat melibatkan modifikasi target dan tujuan untuk mencerminkan perubahan kondisi atau aspirasi untuk pencapaian yang lebih besar atau lebih baik. Hal itu mencakup ruang lingkup kegiatan dan program yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang diperluas. Penyediaan sumber daya tambahan atau berbeda untuk kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial mungkin menjadi hal untuk dipertimbangkan. Perbaikan juga dapat mencakup program atau kegiatan untuk mengambil mamfaat dari kesempatan baru yang diidentifikasi.

Pandangan pemangku kepentingan yang diungkapkan selama peninjauan ulang dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kesempatan baru dan ekpektasi yang berubah. Hal ini akan membantu perusahaan meningkatkan kinerja aktivitas tanggung jawab sosial.

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.3. Inisiatif Sukarela Untuk Tanggung Jawab Sosial .	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

7.3.1. Umum

Banyak perusahaan telah mengembangkan inisiatif sukarela yang dimaksudkan untuk membantu perusahaan lain yang ingin menjadi lebih bertanggungjawab secara sosial. Beberapa inisiatif untuk tanggung jawab sosial dari satu atau lebih subjek inti atau isu-isu membahas berbagai cara bahwa tanggung jawab sosial dapat diintegrasikan ke dalam keputusan dan kegiatan perusahaan. Beberapa inisiatif untuk tanggung jawab sosial membuat atau mempromosikan panduan praktis yang dapat digunakan untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial diseluruh perusahaan. Beberapa inisiatif mengembangkan atau mempromosikan ekspektasi minimum mengenai tanggung jawab sosial. Ekspektasi ini dapat mengambil banyak bentuk, termasuk kode etik, rekomendasi, pedoman, deklarasi prinsip-prinsip pernyataan nilai. Beberapa inisiatif telah dikembangkan oleh berbagai sektor dalam upaya untuk mengatasi beberapa tantangan khusus pada sektor tertentu. Adanya inisiatif untuk tanggung jawab sosial dalam sektor tertentu tidak berarti bahwa sektor ini harus lebih bertanggung jawab atau berpotensi lebih berbahaya.

7.3.2. Partisipasi Sukarela

Dalam mengevaluasi inisiatif untuk tanggung jawab sosial perusahaan harus menyadari bahwa tidak setiap inisiatif dihormati atau kredibel dimana pemangku kepentingan. Perusahaan harus menentukan secara objektif apakah inisiatif tertentu akan membantu untuk mengatasi tanggung jawab sosial dan

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.3. Inisiatif Sukarela Untuk Tanggung Jawab Sosial .	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

apakah inisiatif itu membentuk hubungan public atau sarana untuk melindungi reputasi anggota atau perusahaan yang berpartisipasi. Tanggung jawab sosial seharusnya tidak diperlakukan hanya sebagai bentuk manajemen resiko. Sebuah perusahaan mungkin berguna untuk berpartisipasi dalam atau menggunakan alat-alat satu atau lebih inisiatif untuk tanggung jawab social. Partisipasi harus memimpin dalam satu atau cara lain ntuk aksi nyata dalam perusahaan seperti memperoleh dukungan atau belajar dari orang lain. Partisipasi bisa sangat bermamfaat ketika sebuah perusahaan mulai menggunakan alat-alat atau panduan praktis yang menyertai inisiatif.

Perusahaan dapat menggunakan iisiatif untuk tanggung jawab sosial dalam mencari beberapa bentuk pengakuan.Beberapa inisiatif untuk tanggung jawab sosial secara luas diakui sebagai landasan untuk pengakuan publik terhadap kinerja atau kepatuhan mengenai praktek-praktek tertentu atau isu-isu tertentu. Panduan praktis yang disediakan oleh iisiatif untuk tanggung jawab sosial dapat bervariasi dari alat penilaian mandiri (self assesment tool) sampai verifikasi pihak ketiga.

7.3.3. Pertimbangan-Pertimbangan

Dalam menentukan apakah akan berpartisipasi atau menggunakan inisiatif untuk tanggung jawab sosial perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- Apakah inisiatif itu konsisten dengan prinsip-prinsip yang diuraikan dalam klausul 4?

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.3. Inisiatif Sukarela Untuk Tanggung Jawab Sosial .	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

- Apakah inisiatif memberikan petunjuk berharga dan praktis untuk membantu perusahaan dalam mengatasi subjek inti atau isu tertentu dan atau untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial keseluruhan kegiatannya.
- Apakah inisiatif itu dirancang untuk jenis perusahaan tertentu atau area kepentingannya.
- Apakah inisiatif itu berlaku secara lokal atau regional atau apakah inisiatif memiliki lingkup global dan apakah berlaku untuk semua jenis perusahaan.
- Apakah inisiatif akan membantu perusahaan untuk mencapai kelompok-kelompok pemangku kepentingan tertentu.
- Jenis perusahaan atau perusahaan yang dikembangkan dan mengatur inisiatif seperti pemerintah, lembaga sosial masyarakat (LSM) tenaga kerja, sektor swasta atau akademik
- Reputasi perusahaan atau perusahaan yang dikembangkan dan mengatur inisiatif dengan mempertimbangkan kredibilitas dan integritas mereka.
- Keadaan proses untuk mengembangkan dan mengatur inisiatif, misalnya apakah inisiatif telah dikembangkan melalui atau diatur oleh multi stakeholder, transparan, terbuka dan proses dapat diakses dengan melibatkan partisipasi negara-negara maju dan sedang berkembang dan
- Aksesibilitas inisiatif, misalnya apakah suatu perusahaan harus menandatangani kontrak untuk berpartisipasi atau apakah ada biaya untuk bergabung dalam inisiatif.

Dalam mempertimbangkan hal ini dan faktor-faktor lainnya perusahaan harus berhati-hati tentang cara menafsirkan hasil. Misalnya, penerimaan yang luas dari inisiatif mungkin menjadi indikasi kelayakan, nilai, reputasi atau relevansi

LOGO	HOTEL.....	
PEDOMAN MUTU CSR	BAB 7. INTEGRASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL KE SELURUH PERUSAHAAN	
	7.4. Inisiatif Sukarela Untuk Tanggung Jawab Sosial .	
	Tanggal Terbit	
	Revisi ke / Terbitan	0/ 1
	Hal	dari hal
Paraf Wakil Manajemen		

meskipun mungkin juga menjadi indikasi bahwa inisiatif itu memiliki persyaratan yang kurang ketat. Sebaliknya sebuah inisiatif baru dan kurang diterima secara luas dengan nilai dan kelayakan masih belum terbukti, mungkin lebih inovatif atau menantang. Selain itu sebuah inisiatif yang tersedia gratis mungkin tampak menarik namun, sebuah inisiatif yang tersedia melalui pembayaran (harus mengeluarkan biaya) mungkin akan lebih cenderung tetap up to date dan dengan demikian lebih berharga dalam jangka panjang. Fakta bahwa inisiatif atau alat yang tersedia secara gratis atau berbayar (harus mengeluarkan biaya) dengan demikian seharusnya tidak dilihat sebagai indikasi kebaikan dari inisiatif atau alat tertentu itu. Hal ini penting dipertimbangkan oleh perusahaan untuk secara berkala meninjau-ulang nilai, relevansi dan atau penerapan dari setiap inisiatif yang dipilih.