ANALISIS STAKEHOLDER DALAM PROGRAM CSR "INJOURNEY HOSPITALITY HOUSE" OLEH PT. TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN RATU BOKO (TWC)

Dosen pembimbing skripsi : Nadia Wasta Utami S.I.Kom, M.A.

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Irfan Fakhri Ar Ridho

21321055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Analisis Stakeholder Dalam Program CSR "Injourney Hospitality House" Oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan Dan Ratu Boko (TWC)

Disusun Oleh:

IRFAN FAKHRI AR RIDHO

21321055

Telah disetujui dosen pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 30 Juni 2025

Dosen Pembimbing Skripsi

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A.

NIDN: 0505068902

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

Analisis Stakeholder Dalam Program CSR "Injourney Hospitality House" Oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan Dan Ratu Boko (TWC)

Disusun oleh:

IRFAN FAKHRI AR RIDHO
21321055

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 16 Juli 2025

Dewan Penguji:

1. Ketua : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom, M.A
   NIDN 0505068902 (.....)
2. Anggota : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom
   NIDN 0529098201 (.....)

Mengesahkan,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Dr. Faki Habibi, S.I.P., M.Comms
NIDN: 0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irfan Fakhri Ar Ridho

Nomor Mahasiswa : 21321055

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini, saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 28 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Irfan Fakhri Ar Ridho)

NIM 21321055

MOTTO

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya." (QS. An-Najm: 39)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya:

Ayah dan Ibu

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan karya saya, skripsi yang berjudul **"Analisis Stakeholder Dalam Program CSR Injourney Hospitality House Oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko"**. Karya ini diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Kelancaran pengerjaan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini izinkan saya untuk bisa mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya dan sebagai bentuk penghargaan kecil karena banyak orang sekitar saya yang selalu mendukung saya dikala menghadapi rintangan dalam suka dan duka, terutama kepada orang yang saya cintai:

1. Bapak Heri Suparno dan Ibu Sri Winih selaku orang tua saya yang selalu mendoakan dan mendukung dalam segala hal di hidup saya.
2. Ibu Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si, Psikolog selaku Dekan FPSB Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Zaki Habibi, S.IP., M.Comms selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Nadia Wasta Utami, S.Ikom., M.A. selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan banyak waktu untuk mengadakan konsultasi dan membimbing saya selama masa penyusunan skripsi.
5. Bapak Dr. Zaki Habibi, S.I.P., M.Comms selaku dosen Pembimbing Akademik saya.
6. Seluruh dosen serta staf Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang selalu membantu saya dalam mengurus tugas akhir.

7. Nrasumber Ibu Ismiyati selaku *CSR & SME Funding Division Head* PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko, Bapak Muhammad Faiz selaku *Staff CSR & SME Funding Division* PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko, Ibu Siska Nurfalina selaku peserta dari program CSR IHH, Bapak Biantamara Putra selaku Local Hero dalam program CSR IHH yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait penelitian saya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
8. Seseorang yang selalu ada untuk saya dalam menemani suka dan duka dan menjadi teman pendengar keluh kesah saya serta selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menyusun skripsi ini sampai tuntas, Nyimas Syakira Alya Nasywa.
9. Kerabat perantauan saya yang senantiasa selalu bahu-membahu dan saling mendukung selama menjalankan pendidikan sebagai mahasiswa di Jogja.
10. Kerabat jogja yang selalu menjadi motivasi saya untuk selalu berkembang dalam menjalankan pendidikan.

Yogyakarta, 12 Mei 2025
Penulis



Irfan Fakhri Ar Ridho

ABSTRAK

Ar Ridho. 21321055 (2025).Analisis Stakeholder Dalam Program CSR "Injourney Hospitality House" Oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Kegiatan CSR dalam perusahaan merupakan kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk berperilaku etis serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi sekaligus sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat luas. Salah satu bentuk nyata kontribusi PT TWC kepada masyarakat, komunitas, pelaku wisata dan pegiat UMKM diwujudkan melalui program CSR IHH. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi Program CSR IHH oleh PT TWC dan menganalisis stakeholder dalam program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa implementasi program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC berupa pemberdayaan melalui kegiatan pelatihan mengenai hospitality untuk masyarakat sekitar wilayah operasional wisata. Dalam implementasinya program CSR IHH melalui 4 tahapan, perencanaan berupa riset untuk perancangan, pelaksanaan kegiatan pelatihan mengenai hospitality, evaluasi internal dan eksternal dan laporan kegiatan, bulanan dan tahunan. Program CSR IHH ini dilakukan berbasis masyarakat, berbasis sumber daya setempat dan berkelanjutan. Dalam kegiatan program CSR IHH terdapat peran penting stakeholder yang di analisis melalui analisis stakeholder matriks power-interest, (1)UMKM, Pelaku Wisata sebagai kategori minimal Effort, (2)Bumdes, Pokdarwis, Komunitas Wisata, Pelaksana Lapangan dan Vendor sebagai kategori keep informed, (3)Dinas Pariwisata dan Local Hero sebagai kategori keep satisfied, dan (4) PT Aviasi Pariwisata Indonesia, PT Angkasa Pura I dan Pemerintah desa sebagai key player dalam program CSR IHH. Selain itu, peran stakheloder program CSR IHH diklasifikasikan dalam 5 peran, yaitu (1)PT Aviasi Pariwisata Indonesia dan PT Angkasa Pura I sebagai policy creator, (2)Pemerintah Desa, Bumdes, Pokdarwis sebagai koordinator, (3)Vendor sebagai fasilitator, (4)Pelaksana Lapangan dan Local Hero sebagai Implementor, (5)Komunitas Wisata, UMKM, Pelaku Wisata dan Dinas Pariwisata sebagai Akselerator.

Kata Kunci: Analsis Stakeholder, Comdev, Corporate Social Responsibility

ABSTRACT

Ar Ridho. 21321055 (2025). Stakeholder Analysis in the CSR Program "Injourney Hospitality House" by PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko. Bachelor's Thesis. Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.

CSR activities in a company are activities carried out as a form of the company's commitment to behave ethically and contribute to economic development as well as an effort to improve the quality of life of the wider community. One of the real forms of PT TWC's contribution to society, communities, tourism actors and MSME activists is realized through the IHH CSR program. This study was conducted with the aim of describing the implementation of the IHH CSR Program by PT TWC and analyzing stakeholders in the IHH CSR program carried out by PT TWC. This study uses a qualitative method with a descriptive study approach. The data collection methods used are observation, interviews and documentation.

The results of the study explain that the implementation of the IHH CSR program carried out by PT TWC is in the form of empowerment through training activities on hospitality for the community around the operational tourism area. In its implementation, the IHH CSR program goes through 4 stages, planning in the form of research for design, implementation of training activities on hospitality, internal and external evaluations and activity reports, monthly and annually. This IHH CSR program is carried out based on the community, based on local resources and is sustainable. In the IHH CSR program activities, there is an important role of stakeholders which is analyzed through the analysis of stakeholder power-interest matrix, (1) MSMEs, Tourism Actors as the minimum Effort category, (2) Bumdes, Pokdarwis, Komunitas Wisata, Pelaksana Lapangan and Vendor as the keep informed category, (3) Dinas Pariwisata and Local Hero as the keep satisfied category, and (4) PT Aviasi Pariwisata Indonesia, PT Angkasa Pura I and the Pemerintah Desa as key players in the IHH CSR program. In addition, the role of stakeholders in the IHH CSR program is classified into 5 roles, namely (1) PT Aviasi Pariwisata Indonesia and PT Angkasa Pura I as policy creators, (2) Pemerintah Desa, Bumdes, Pokdarwis as coordinators, (3) Vendors as facilitators, (4) Pelaksana Lapangan and Local Heroes as Implementors, (5) Tourism Communities, MSMEs, Tourism Actors and the Tourism Office as Accelerators.

Keywords: Stakeholder Analysis, Comdev, Corporate Social Responsibility

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN I

HALAMAN PENGESAHAN II

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK ..... **Error! Bookmark not defined.**

MOTTO IV

PERSEMBAHAN IV

KATA PENGANTAR V

ABSTRAK VII

ABSTRACT VII

BAB 1 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 5

E. Tinjauan Pustaka 5

1. Penelitian Terdahulu 5

2. Kerangka Teori 9

F. Metodologi Penelitian 20

1) Paradigma Penelitian dan Pendekatan Penelitian 21

2) Waktu dan Lokasi Penelitian 21

3) Narasumber Penelitian 22
5) Analisis Data 23

BAB II 26

GAMBARAN UMUM 26

A. PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Keraton Ratu Boko 26
1) Sejarah PT. Taman Wisata Candi 26
2) Logo PT Taman Wisata Candi Borbudur, Prambanan dan Ratu Boko 27
3) Visi dan Misi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko 28
4) Budaya Perusahaan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko 29
5) Struktur organisasi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko 30

B. Program CSR Injourney Hospitality House 30

BAB III 33

TEMUAN DAN PEMBAHASAN 33

A. Temuan Penelitian 33
1. Implementasi Program CSR “Injourney Hospitality House” Yang Dilaksanakan Oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko 34
2. Stakeholder Pada Kegiatan Program CSR Injourney Hospitality House Pada Wilayah DPSP Borobudur Yang Dilakukan Oleh PT TWC 51

B. Pembahasan 56

1. Analisis implementasi program CSR Injourney Hospitality House yang dilakukan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. 57
2. Analisis stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House yang dilakukan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur 68

BAB IV 79

PENUTUP 79

A. Kesimpulan 79

B. Keterbatasan Penelitian 80

C. Saran 81

Daftar Pustaka 82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 19
Gambar matriks power-interest 19
Gambar 2.1 28
Logo PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko 28
Gambar 3.1 36
Laporan pelaksanaan Injourney Hospitality House DPSP Borobudur tahun 2023 36
Gambar 3.2 40
Pelaksanaan Injourney Hospitality House di Borobudur 40
Gambar 3.3 41
Pelaksanaan Injourney Hospitality House Kabupaten Sleman 41
Gambar 3.4 42
Pelaksanaan Injourney Hospitality House Kabupaten Kulonprogo 42
Gambar 3.4 54
Stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House 54
Gambar 3.5 55
Stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House 55
Gambar 3.6 56
Stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House 56
Gambar 3.7 69
Matriks Power-Interest dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur .. 69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 34
Profil Narasumber Penelitian 34
Tabel 3.2 65
Tabel tahapan program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC 65
Tabel 3.3 68
Tabel analisis 3 karakteristik umum community development dalam program CSR IHH 68
Tabel 3.3 78
Tabel analisis klasifikasi peran stakeholder dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur 78

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan sebagai salah satu industri di Indonesia yang dapat membangun serta meningkatkan perekonomian negara. Keanekaragaman dan kekayaan sumber daya alam yang melimpah dimiliki Indonesia merupakan salah satu penunjang banyaknya industri pariwisata yang ada di Indonesia serta terlihat perkembangannya begitu pesat dalam sektor industri pariwisata yang ada di Indonesia.

Dalam Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009, industri pariwisata didefinisikan sebagai kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam kegiatan pariwisata. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa industri pariwisata memiliki banyak hubungan dalam menciptakan produk, baik berupa barang dan jasa, selain itu melalui industri pariwisata diharapkan dapat mendorong aktivitas ekonomi lainnya, seperti atraksi seni, budaya dan daya tarik wisata lainnya, seperti candi, keraton, dan museum, termasuk layanan sarana dan pra-sarana yang dapat mendukung bisnis pariwisata seperti restoran, transportasi dan penginapan (Hadi, 2014).

Salah satu primadona pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia dan diminati baik oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, yaitu Candi Borobudur, Candi Prambanan dan Candi Keraton Ratu Boko yang berada di daerah Jawa Tengah, Indonesia. Ketiga candi yang berada di Jawa Tengah tersebut dikelola PT. Taman Wisata Candi (TWC). PT. TWC merupakan perusahaan yang bergerak di bidang bisnis pariwisata dengan memelihara situs-situs sejarah yang berada di Indonesia, yaitu cagar budaya Candi Borobudur, Candi Prambanan dan Candi Keraton Ratu Boko dan nengoptimalisasikan cagar budaya sebagai pusat edukasi dan pariwisata. Tidak hanya itu, PT. TWC juga menyediakan fasilitas-fasilitas

yang mendorong untuk kegiatan-kegiatan pariwisata, seperti memiliki bisnis di bidang perhotelan, restoran dan kegiatan seni budaya dalam bentuk pertunjukan teater dan musik. Dalam hal ini, dapat dilihat pada fokus bisnis PT. TWC yang dibagi menjadi 4 pilar, yaitu *Heritage Park, Cultural Park, Amenities* dan *Attraction* (https://injourneydestination.id/tentang-kami/ diakses pada 3 juni 2024).

Dilansir melalui laman web Metronews, kunjungan wisatawan Candi Borobudur, Candi Prambanan dan Ratu Boko secara keseluruhan pada tanggal 23 hingga 26 Desember mencapai 134 ribu wisatawan. Jumlah dari perolehan kunjungan wisatawan ini dicatat oleh PT TWC sebagai pihak pengelola, mencatat Candi Prambanan 76.000 wisatawan, Candi Borobudur 53.000 wisatawan dan Ratu Boko 5.000 wisatawan (https://www.metrotvnews.com/read/NLMC2Yd9-wisatawan-masuk-candi-prambanan-mencapai-76-000-selama-23-26-desember0 diakses pada tanggal 3 Juni 2024)

Dalam menjalankan bisnisnya PT. TWC berkomitmen untuk mengedepankan konsep *suistanable tourism* dengan harapan dapat menghasilkan dampak jangka panjang yang baik bagi wisatawan, lingkungan, sosial, budaya, ekonomi, dan masyarakat lokal maupun masyarakat luas. Untuk memperoleh bisnis yang *suistanable* tersebut PT. TWC mewujudukannya melalui CSR. *The World Business Council for Suistanble Development,* mendefiniskan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi sekaligus sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat, baik masyarakat lokal maupun masyarakat luas (aeec.unair.id, 2021). Hal ini, tercantum dalam Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menerangkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang membawa manfaat, baik bagi perseroan, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Perusahaan atau perseroan terbatas yang memiliki keterkaitan dengan sumber daya alam dalam bisinisnya wajib hukumnya untuk melakukan kegiatan CSR. Kegiatan CSR ini telah diatur dalam Pasal 74 Tentang Undang-Undang Perseroan Terbatas yang menerangkan, bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika perusahaan melanggar aturan ini, yaitu tidak menjalankan kegiatan CSR, maka perusahaan akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan. Namun, CSR bagi perusahaan bukan hanya sebagai kegiatan yang dijalankan untuk memenuhi regulasi perundang-undangan saja, tetapi CSR dilakukan oleh perusahaan juga sebagai upaya untuk menjaga hubungan baik serta meningkat citra pada masyarakat, dan merupakan sebagai wujud nyata perusahaan berkontribusi untuk masyarakat.

Salah satu bentuk nyata kontribusi PT. TWC kepada masyarakat, komunitas, pelaku wisata dan pegiat UMKM diwujudkan melalui program CSR yang bernama "Injourney Hospitality House (IHH)". IHH merupakan program CSR Injourney Group dengan memberikan pelatihan mindset *hospitality* mengenai pelayanan, komunikasi dalam pelayanan *(hospitality communication)* kebersihan produk dan lingkungan serta cara berpenampilan dalam pelayanan, kegiatan ini dilakukan kepada masyarakat dan pelaku usaha di 5 destinasi pariwisata super prioritas (DPSP) (https://injourney.id/sustainability/detail/3 diakses pada tanggal 3 Juni 2024).

Kegiatan IHH ini dilakukan oleh PT. Aviasi Pariwisata bersama dengan seluruh anak perusahaannya, yaitu PT Angkasa Pura I, PT Angkasa Pura II, PT Pengembangan Pariwisata Indonesia, PT Hotel Indonesia Natour, PT Sarinah dan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Kegiatan IHH dilaksankan pada 14 Kabupaten dan 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP). Adapun program IHH yang digelar pada 14 kabupaten dan 5 DPSP. Salah satu kegiatan dari program IHH dilakukan oleh PT. Aviasi Pariwisata Indonesia

melalui PT. TWC adalah pelaksanaan program “IHH” yang digelar pada DPSP Borobudur di 3 Kabupaten, yaitu Kabupaten Purworejo, Kabupaten Magelang dan Kabupaten Kulonprogo.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT.TWC dalam program “Injourney Hospitality House (IHH)” tersebut merupakan program berlandaskan pemberdayaan yang ditujukan untuk pelaku wisata dan pegiat UMKM yang terdiri dari pemilik homestay, pengelola destinasi wisata, anggota BUMDES, tour guide yang berada dalam cakupan kasawan wilayah DPSP Borobudur dengan memberikan pelatihan yang dapat meningkatkan potensi para pelaku wisata dan meningkatkan kesejahteraan para pelaku wisata DPSP Borobudur.

Namun, dalam kegiatan program CSR IHH memiliki pihak-pihak yang memiliki kepentingan atau stakeholder yang meiliki peranan masing-masing dalam melaksanakan kegiatan program CSR IHH. Peran *stakeholder* dalam suatu program ini sangat penting dalam mencapai keberhasilan suatu kegiatan atau program. Oleh karena itu, peneliti membatasi dalam penelitian ini hanya pada program CSR “Injourney Hospitality House (IHH)” untuk mengetahui bagaimana implementasi PT. TWC pada wilayah DPSP Borobudur serta untuk mengetahui bagaimana *stakeholder* dalam program CSR “Injourney Hospitality House” tersebut melalui teori CSR, teori community development dan teori manajemen *stakeholder*. Dengan demikian, Penelitian ini akan meneliti sesuai dengan judul dan tema penelitian yaitu, **“Analisis Stakeholder Dalam Program CSR “Injourney Hospitality House” Oleh PT. Taman Wisata Candi (TWC)”.**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelian ini adalah :

1. Bagaimana implementasi program CSR “Injourney Hospitality House” oleh PT. Taman Wisata Candi (TWC) ?

2. Bagaimana *stakeholder* dalam program CSR “Injourney Hospitality House” oleh PT Taman Wisata Candi (TWC)

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan implementasi Program CSR “Injourney Hospitality House” oleh PT Taman Wisata Candi (TWC)
2. Menganalisis *stakeholder* dalam program CSR “Injourney Hospitality House” oleh PT Taman Wisata Candi (TWC)

D. Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini memiliki manfaat yang terbagi menjadi 2 (dua), yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis::

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan memperkaya wawasan serta pemahaman mengenai CSR dalam pemberdayaan. Selain itu, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis.

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi ataupun masukan untuk PT. TWC mengenai apa saja kelebihan dan kekurangan dalam penerapan kegiatan CSR pada program “Injourney Hospitality House” yang telah dilaksanakan pada tahun 2024.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memberikan gambaran mengenai kerangka berfikir dalam pembahasan penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan dan bahan perbandingan dalam peneilitian. Adapun kajian pustaka dalam penelitian ini yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut.

Yang pertama, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asrivana Yusuf Mangin dan Arimurti Kriswibowo pada tahun 2022 dengan judul **"Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Baruga Collaboration Center di Malili Kabupaten Luwu Timur"**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menggambarkan dan menganalisis pmberdayaan masyarakat Desa Wisata Baruga Collaboration Center di Malili Kabupaten Luwu Timur. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini, purposive sampling dan snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Penyadaran dalam CSR pemberdayaan masyarakat di desa wisata BCC sudah dilakukan dengan menjaring usulan melalui sosialisasi sehingga terbentuknya desa wisata BCC dan seluruh pemangku kepentingan mengetahui akan misi dan tujuan desa wisata BCC. (2) Dalam pengorganisasian belum optimal ditunjukkan dari pengelolaan di desa wisata BCC oleh Bumdesma sendiri yang macet/ tidak berjalan yang mengakibatkan aktivitas dan pemberdayaan di desa wisata BCC menjadi terhenti. (3) Kaderisasi yang dilakukan di desa wisata BCC belum memenuhi secara keseluruhan sub-fokus kaderisasi. Hal ini ditunjukkan perlu dilakukan pelatihan- pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang terkait dengan kondisi di desa wisata BCC dengan memberikan pelatihan langsung kepada masyarakat (4) Dukungan teknis didapatkan dari PT. Vale pihak pemberi CSR itu sendiri, namun dari pihak pemerintah Desa Baruga sendiri masih sangat minim. (5) Belum memenuhi sub-fokus pengelolaan system karena dalam penguatan kapasitasnya belum sampai ke masyarakat desa wisata BCC sehingga pencapaian tujuan desa wisata BCC belum tercapai karena masih menunjukkan adanya ketergantungan masyarakat (belum mandiri).

Yang Kedua, Jurnal yang membahas implementasi *corporate social responsibility* ditulis oleh Ni Wayan Juniari dan Luh Putu Mahyuni pada tahun 2020 dengan judul **"Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berbasis Masyarakat Berkelanjutan"**.

Tujuan dari penelitian ini untuk menyelidiki bagaimana *Corporate Social Responsibility (CSR)* dijalankan dengan harapan dapat mewujudkan pariwisata berbasis masyarakat berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan pada kawasan wisata Monkey Forest Ubud, Gianyar, Bali. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga program yang dibuat oleh Lembaga desa, yaitu (1) Program Parahyangan (hubungan manusia dengan tuhan), (2) Program Pawongan (hubungan manusia dengan sesama manusia) dan Program Palemahan (hubungan manusia dengan alam. Selain itu, program CSR Monkey Forest Ubud berfokus pada dua aspek, yaitu (1) aspek sosial melalui bantuan langsung tunai (BLT) dan beasiswa, (2) aspek lingkungan melalui penenaman pohon, pengadaan shuttle, tempat parkir dan rumah kompos.

Yang ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Made Yani Sawitri, Ketut Budarma dan I Made Darma Oka pada tahun 2022 dengan judul **"Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Pariwisata Berkelanjutan di De Vins Sky Hotel Seminyak"**. Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana De Vins Sky Hotel Seminyak dalam menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) dalam pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka untuk memperoleh data penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR di De Vins Sky Hotel Seminyak dapat mendorong pertumbuhan pariwisata berkelanjutan dan menunjukkan bahwa implementasi CSR lebih banyak melakukan kegiatan sosial yang berfokus pada kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat dibandingkan dengan kegiatan CSR yang berfokus pada mensejahterakan ekonomi masyarakat.

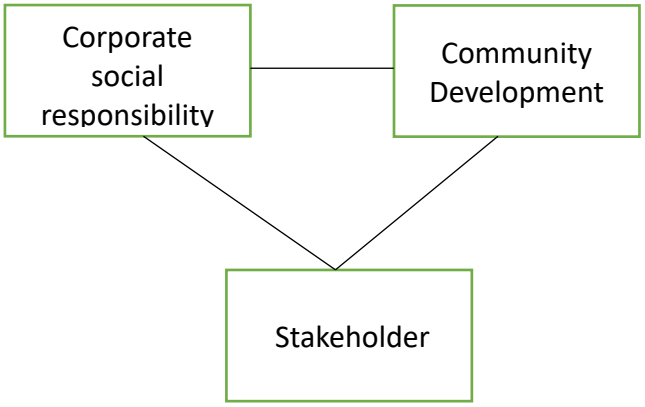
Yang keempat, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priska Grace Frilia dan Laila Khalid Alfirdaus pada tahun 2020 dengan judul penelitian **"Analisis Stakeholder dalam Program CSR-BUMN: Balkondes (Balai Ekonomi Desa)**

Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran stakeholder sebagai aktor dalam Balkondes dan untuk mengetahui relasi kuasa antar aktor dalam program CSR-BUMN Balkondes. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumplan data observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi antar aktor yang terbentuk tidak lepas dari pasang-surut relasi kolaboratif dan konfliktual. Selalu ada pro dan kontra yang timbul sejak dicetuskannya program Balkondes. Namun, adanya keinginan masyarakat untuk meningkatkan taraf perekonomian serta kegigihan dari PT. Manajemen CBT Nusantara sebagai BUMN Pendamping mampu meredam konflik-konflik kecil yang sempat timbul. Munculnya masyarakat desa yang berdikari menjadi tujuan bersama jangka panjang dari adaya program Balkondes.

Yang kelima, enelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zam Zam Masrurun dan Dyah Meutia Nastiti pada tahun 2023 dengan judul **"Analisis Stakeholders Dalam Pengembangan Strategis Pariwisata Kabupaten Wonosobo"**. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi, mengelompokkan serta mendeskripsikan hubungan antar pemangku kepentingan yang terlibat dalam pembangunan kawasan strategis pariwisata pada Kabupaten Wonosobo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian, menunjukkan bahwa Terdapat tiga key playera tau stakeholdersdengan peranan dan keterlibatan paling penting pada Kawasan; dua pemangku kepentingan, diantaranya merupakan kelompok subject; lima stakeholderstermasuk dalamcontext setter; serta delapan belas lainnya adalah kelompok crowd. Selain itu, hasil penelitian mengungkap lima skema model dan hubungan antarpemangku kepentingan baik dari kelompok pemerintah, swasta, maupun masyarakat. Keberhasilan pembangunan kawasan strategis pariwisata pada Kabupaten Wonosobo sangat ditentukan oleh efektivitas dan kolaborasi antarpemangku kepentingannya sehingga diperlukan komitmen dan sinergitas

antarlembaga dalam melakukan komunikasi, koordinasi, dan kerjasama antarinstansi/lembaga.

2. Kerangka Teori



Bagan 1.1 Peta Konsep Teori

a) Corporate Social Responsibility (CSR)

The Word Business Council for Suistainable Development (WBSCD) sebuah lembaga internasional yang terdiri dari 120 perusahaan internasional dari 30 negara, mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai tindakan perusahaan yang didasarkan pada pertimbangan etis perusahaan dengan tujuan meningkatkan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup karyawan serta keluarganya, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2014). Namun, menurut Suhandari dalam Untung (2008:1) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan dalam berkontribusi untuk melakukan pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan mempertimbangkan keseimbangan antara perhatian pada aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Penerapan kegiatan CSR didasarkan pada beberapa alasan dan tuntutan, yaitu diantaranya adalah faktor internal dan eksternasl. Frynas (2009) menjelaskan

bagaimana perusahaan memiliki pertimbangan dalam melakukan kegiatan CSR, Adapun pertimbangan tersebut antara sebagai berikut:

1) Untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan
2) Sebagai investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan *image* yang positif
3) Bagian dari strategi bisnis perusahaan
4) Untuk memperoleh *licence to operate* dari masyarakat setempat
5) Bagian dari *risk management* perusahaan untuk meredam dan menghindari konflik sosial.

Dalam CSR terdapat penerapan CSR dengan konsep *Triple Bottom Line (people. Planet, profit),* yang berarti bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya dengan melakukan CSR untuk mencapai pembangunan berkelanjutan yang akan dirasakan oleh masyarakat sekitar wilayah perusahaan dan sekaligus sebagai bentuk perhatian dan kontribusi perusahaan kepada masyarakat yang diwujudkan melalui program CSR (Basar, 2023). Sinergi dari ketiga elemen tersebut (ekonomi, sosial dan lingkungan) tersebut merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Rachman, 2011).

Berdasarkan data riset SWA dalam Wahyudi (2011:125) terdapat tiga alasan mengapa perusahaan perlu melakukan CSR, yaitu yang pertama adalah alasan sosial karena perusahaan bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat, yang kedua adalah alasan hukum karena perusahaan memiliki undang-undang untuk melakukannya, dan yang ketiga adalah alasan ekonomi karena perusahaan ingin mendapatkan simpati dari masyarakat dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan dari citra dan reputasi perusahaan. Riset yang dilakukan terhadap 45 perusahaan tersebut menunjukkan bahwa CSR bermanfaat untuk alasan ketiga sebesar 37,38%, alasan pertama sebesar 16,28% dan alasan kedua sebesar 10,28%. Selain itu, menurut (Budi Setiawan, 2021) memaparkan bahwa Corporate Social Responcibility juga merupakan dari strategi bisnis untuk mendekatkan perusahaan

kepada masyarakat sebagai tujuan untuk mendapat izin usaha di daerah masyarakat setempat tersebut

CSR merupakan salah satu upaya juga untuk menciptakan keberlangsungan usaha dalam menciptakan dan memelihara keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup *(Tripple Bottom Line)* (Ambadar, 2008). Penerapan CSR dengan konsep *Triple Bottom Line* yang terdapat 3 aspek, yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang dimana ketiga aspek tersebut diperhatikan dalam bentuk rasa tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan sekitarnya berdasarkan dari ketiga aspek tersebut harapannya dapat tercapai pembangunan berkelanjutan yang dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan. (Nur Fatwa Basar, 2023). Sinergi dari ketiga aspek tersebut (ekonomi, sosial dan lingkungan) tersebut merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Rachman, 2011).

Adapun tahapan implementasi dalam pelaksanaan kegiatan CSR menurut Wibisono dalam jurnal Berlinda sidik dan Nabilah (2024), yaitu sebagai berikut :

1) Tahapan Perencanaan

   Perencanaan menjadi tahapan awal yang terdiri dari 3 langkah utama yaitu, langkah pertama adalah awareness *building* yang berarti langkah awal untuk membangun kesadaran tentang makna CSR dan komitmen manajemen, lalu langkah kedua adalah CSR assessment yang berarti mencari tahu apa yang diperlukan dan tepat untuk membangun struktur perusahaan, langkah ketiga adalah CSR *manual building* yang berarti membangun pedoman untuk implementasi CSR.

2) Tahap Implementasi

   Pada tahap ini terdiri dari tiga bagian utama, yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi

3) Tahap Evaluasi

   Tahap ini merupakan tahap untuk mengukur sejauh mana efektivitas dan tingkat keberhasilan dalam penerapan CSR yang telah dilakukan.

4) Tahap Pelaporan

   Pada tahap ini merupakan tahapan akhir yang diperlukan oleh perusahaan untuk pengarsipan dalam kegiatan CSR

Wahyudi (2011:62) mengungkapkan, bahwa dalam implementasinya secara ringkas bentuk dari CSR ini dapat dikelompokkan menjadi empat bentuk, yaitu:

1) Pengelolaan lingkungan secara baik, mencakup lingkungan kerja yang aman dan nyaman, sistem kompensasi yang layak, dan perhatian terhadap kesehatan dan kesejahteraan karyawan dan keluarganya.
2) Kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, terutama komunitas lokal untuk membantu meningkatkan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam jangka waktu yang cukup lama, program pembangunan masyarakat biasanya menghasilkan kerja sama ini.
3) Penanganan kelestarian lingkungan
4) Investasi sosial yang sering diartikan secara sempit sebagai "kegiatan amal perusahaan".

Carrol dalam Tho'in (2017) mengemukakan teori mengenai paradigma CSR dalam empat tingkatan yang telah menjadi satu kesatuan dan tidak dapat terpisahkan satu sama lain, empat tingkatan tersebut, adalah:

1) *Be profitable*, merupakan tingkatan pertama dan menjadi dasar perusahaan berupa pendapatan maupun keuntungan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan
2) *Obey like the law*, merupakan tindakan legal yang menyangkut dengan hukum. Pada tingkatan ini perusahaan dituntut untuk mematuhi hukum yang berlaku.
3) *Be ethical*, merupakan tindakan etis yang wajib diterapkan dalam perusahaan dengan melakukan hal-hal yang baik dan benar sesuai dengan nilai-nilai etika yang berlaku di masyarakat.
4) *Be a good corporate citizen*, yaitu perusahaan dapat melakukan kontribusi pada masyarakat dalam peningkatan kualitas hidup.

Secara umum *Corporate Social Responcibility* merupakan tindakan perusahaan dalam menanggapi keadaan sosial yang ada dan perusahaan menindakinya dengan melakukan upaya yang dapat merubah keadaan sosial dan lingkungan kearah yang lebih baik dengan tujuan peningkatan kualitas kehidupan (Bambang Rudito, 2019). Kotler and Lee dalam Kartini (2013) mengemukakan terdapat 6 (enam) kategori aktivitas CSR, diantaranya yaitu :

1) Promosi Kegiatan Sosial (Cause Promotions), adalah sumber daya atau dana yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kesadaran terhdap kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana untuk partisipasi sukarela masyarakat dalam kegiatan sosial.
2) Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial (Cause Related Marketing), perusahaan melakukan pemberian dana untuk kegiatan CSR melalui dana hasil dari persentase besarnya penjualanan produk.
3) Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (Corporate Social Marketing), perusahaan melakukan kampanye dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat terhadap masalah tertentu.
4) Filantropi Perusahaan (Corporate Philantrophy), perusahaan melakukan kegiatan bantuan secara cuma-cuma dengan cara memberikan sumbangan dana langsung berupa uang tunai, bingkisan, dan bantuan layanan
5) Sukarelawan (Community Volunteering), perusahaan mendukung karyawannya untuk menyisihkan waktu dalam melakukan kegiatan secara sukarela untuk membantu masyarakat.
6) Praktik Bisnis Yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial (Socially Responsible Business Practice), Perusahaan melakukan aktivitas bisnis secara lebih atau melampaui dari aktivitas bisnis yang diwajibkan secara hukum serta melakukan kegiatan sosial dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

b) Pengembangan Masyarakat (Community Development)

Salah satu bentuk kegiatan CSR yang ditujukan untuk lingkungan sekitar perusahaan dengan konsep pengembangan masyarakat (pemberdayaan) lebih dikenal dengan nama *Community Develompment.*

Community Development merupakan kegiatan pengembangan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kondisi sosial masyarakat sebelum kegiatan pengembangan dengan tujuan meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya (Gunawan, 2014). Budimanta dalam Rudito (2019:120) menjelaskan *community development* adalah kegiatan pembangunan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dengan tujuan untuk memperbesar akses masyarakat guna meningkatkan kondisi sosial, ekonomi dan meningkatkan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Dalam bukunya Untung (2014) yang menjelaskan peran yang dilakukan pada dasarnya pemberdayaan adalah untuk meningkatkan potensi dan kapasitas masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih mandiri dari sebelumnya, oleh karena itu pemberdayaan dapat didefinisikan sebagai proses meningkatkan kemampuan dan kapasitas kelompok, organisasi, dan kelembagaan yang lain. Untuk memahami dan melaksanakan pembangunan berkelanjutan, yaitu:

1) Yang dimaksud dengan kapasitas adalah kemampuan individu, kelompok atau organisasi untuk melakukan tugasnya secara efektif, efisien dan berkelanjutan
2) Kapasitas merupakan proses yang berlangsung dan bukanlah sesuatu yang pasif
3) Pusat pengembangan kapasitas sumber daya manusia adalah pusat pengembangan kapasitas sumber daya manusia itu sendiri
4) Kelembagaan tidak hanya berarti kelompok, perkumpulan atau organisasi, tetapi kelembagaan dalam arti luas menyangkut pada nilai-nilai dan perilaku

Menurut Conyers dalam buku Nasdian (2015) pengembangan masyarakat *(community development)* telah digunakan secara internasional, bahwasannya swadaya masyarakat dan usaha pemerintah terintegrasi dalam pengembangan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan kultural masyarakat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara dengan memberikan kesempatan yang memungkinkan untuk mencapai serta meningkatkan keadaan sosial dan ekonomi masyarakat.

Dalam pelaksanaan program *community development* menurut AB Susanto dapat dilaksanakan melalui berbagai kegiatan pengembangan komunitas yang dilakasanakan melalui prinsip *development,* yaitu pengembanagan konsep program, tujuan program, dan sasaran program berdasarkan analisa kebutuhan komunitas (Rahman dalam Triyono, 2014). Maka dari itu, *community development* memberikan makna dari dua konsep penting, yaitu *community* bermakna sebagai kualitas hubungan sosial dan *development* bermakna sebagai perubahan yang berkelanjutan menuju kemajuan yang terencana (Nasdian, 2015).

Dalam program pengembangan masyarakat (community development) terdapat 3 karakteristik umum didalam program tersebut, yaitu:

1) Berbasis masyarakat *(community-base)*, masyarakat sebagai pelaku utama dalam program pengembangan masyarakat, mulai dari perencanaan dan pelaksanaan dalam program pengembangan masyarakat.
2) Berbasis sumber daya setempat *(local resource base),* penciptaan program pengembangan masyarakat berdasarkan dari potensi sumber daya yang ada pada masyarakat.
3) Berkelanjutan *(sustainable),* yaitu program dapat berkelanjutan sehingga dapat berfungsi sebagai penggerak awal dalam pembangunan yang berekelanjutan (Arsawan dkk, 2016)

Selain itu, dalam penerapan pengembangan masyarakat terdapat prinsip-prinsip yang menjadi acuan dasar dalam penerapannya, prinsip-prinsip tersebut yang

menjadi acuan dasar dalam pelaksanaannya, meliputi kesetaraan *(equality),* partisipatif, kemandirian dan berkelanjutan *(sustainable)* (Shaleh, 2020).

Ndraha dalam bukunya Effendi dkk (2021:4-5), menentukan bahwa lingkup pemberdayaan masyarakat terdiri dari 4 (empat) bidang, yaitu:

1) Pemberdayaan dalam lingkup politik, bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki posisi tawar yang kuat saat berhadapan dengan pihak-pihak terkait, termasuk pemerintah, LSM, dan organisasi swasta yan memiliki agenda atau proyek di wilayah tersebut.
2) Pemberdayaan dalam lingkup ekonomi, biasanya berkaitan dengan kemandirian dalam kehidupan masyarakat. Dalam hal ini, fokus utama dari pemberdayaan dalam lingkuo bidang ekonomi adalah memberikan pemberdayaan kepada masyarakat untuk dapat mandiri dengan sumber pendapatan yang layak guna menjadi gantungan hidup.
3) Pemberdayaan dalam lingkup sosial budaya adalah fokus peningkatan kemampuan masyarakat baik secara individual maupun kolektif dalam konteks sosial budaya
4) Pemberdayaan pada lingkup lingkungan, berfokus pada pengelolaan dan perlindungan lingkungan agar terciptanya kelestarian lingkungan.

Dalam bukunya Adi (2013) pemberdayaan masyarakat memiliki 7 tahapan terhadap pemberdayaan masyarakat, yaitu:

1) Tahapan persiapan, pada tahap persiapan ini meliputi dua tahapan yang harus dikerjakan, yaitu penyimpanan tugas dalam artian tenaga pemberdayaan masyarakat yang bisa dilakukan oleh *community worker,* dan yang kedua, penyiapan lapangan yang pada dasarnya diusahakan dan dilakukan secara non-direktif
2) Tahapan pengkajian *(assessment)*, yaitu proses pengkajian dilakukan secara individual melalui kelompok-kelompok dalam masyarakat. Dalam hal ini petugas mengidentifikasi masalah kebutuhan yang

dirasakan *(feel needs)* dan juga sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat.

3) Tahapan perencanaan alternatif program atau kegiatan, yaitu dalam tahapan ini pelaksana sebagai agen perubahan *(exchange agent)* secara partisipatif mencoba melibatkan warga untuk mencari masalah yang sedang mereka hadapi dan bagaimana mangatasi permasalahan tersebut. Dalam hal ini masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi dalam merumuskan masalah dan memberi solusi program dan kegiatan yang dapat dilakukan untuk masyarakat itu sendiri.
4) Tahapan pelaksanaan *(implementasi)* program atau kegiatan, yaitu dalam upaya pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat, peran masyarakat sebagai kader diharapkan dapat menjaga keberlangsungan program yang telah dikembangkan. Dalam hal ini kerja sama antara pelaksana dan masyrarakat merupakan hal penting, dikarenakan terkadang sesuatu yang sudah dirancang dan direncanakan dengan baik bisa saja melenceng dari rencana pada saat dilapangan.
5) Tahapan evaluasi, yaitu sebagai proses pengawasan dari warga dan pelaksana program pemberdayaan masyarakat yang sedang berjalan sebaiknya dilakukan dengan dengan melibatkan masyarakat. Dalam hal ini keterlibatan warga dapat diharapkan baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka waktu pendek diharapkan dapat membentuk suatu sistem komunitas sebagai pengawas secara internal, sedangkan dalam jangka waktu panjang diharapkan dapat membangun komunikasi masyarakat yang baik dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.
6) Tahapan terminasi, yaitu tahapan pemutusan hubungan secara formal dengan komunitas sasaran. Dalam hal ini program yang dijankan telah terlaksanakan.

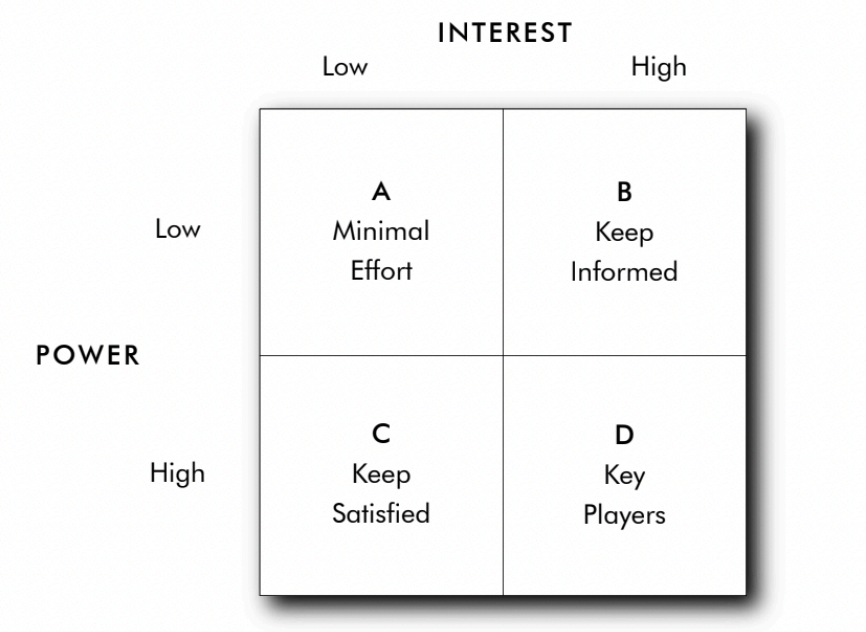
c) Stakeholder

Stakeholder merupakan teori yang menjelaskan bagaimana hubungan perusahaan dengan para stakeholdernya saat menjalankan operasinya, termasuk pemegang saham, kreditur, pemerintah, masyarakat, konsumen dan lainnya yang berarti stakeholder adalah semua pihak yang terlibat dengan perusahaan, baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Fassin dalam Yoehana (2013) menjelaskan bahwa, *stakeholder* mengacu pada individu, kelompok atau komunitas yang memiliki andil di sebuah organisasi atau perusahaan sama seperti *shareholder* yang memiliki saham di organisasi tersebut. Dalam hal ini, artinya perusahaan membutuhkan dukungan dari pihak luar dalam menjalankan operasional perusahaan, salah satunya adalah dukungan dari masyarakat lingkungan sekitar.

Dalam teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan wajib melakukan tanggung jawab kepada seluruh pihak yang terdampak dari kegiatan bisnis perusahaan. tanggung jawab perusahaan mulanya hanya diukur melalui indikator ekonomi dalam laporan keuangan, tetapi sekarang tanggung jawab perusahaan dapat diukur melalui perusahaan dalam mempertimbangkan faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal (Hadi, 2011:93). Oleh karena itu, dengan adanya pergeseran nilai tanggung jawab perusahaan tersebut, yang dimana pada awalnya tanggung jawab hanya dilakukan dalam aspek ekonomi berupa laporan keuangan, kini tanggung jawab perusahaan tersebut bergeser dalam aspek sosial, dilakukan dengan program-program yang dapat membangun serta meningkatkan kesejahteraan sosial. Hal ini dilakukan dalam kegiatan *Corporate Social Responcibility* (CSR).

Analisis *stakeholder* dapat dilakukan dengan cara mengklasifikasikan jenis *stakeholder* berdasarkan kepentingan dan kekuasaan dari masing-masing *stakeholder* dalam aktivitas organisasi atau perusahaan. Salah satu model analisis yang dapat mengklasifikasikan stakeholder dapat dilakukan melalui

Power – interest matrix. Matriks *power – interest* dapat dipetakan dengan sangat mudah untuk mengklasifikasikan berbagai *stakeholder* (Gregory, 2007), berikut bentuk dari matriks *power – interest* :



Gambar 1.1

Gambar matriks power-interest

(Sumber: Anne Gregory dalam journal "Involving Stakeholders in Developing Corporate Brands: the Communication Dimension")

Berdasarkan dari gambar diatas, maka dapat dilihat bagaimana uraian kategorisasi analisis stakeholder dalam power-interest matrix, menurut (Gregory, 2007) sebagai berikut :

1) Minimal effort: stakeholder yang memiliki tingkat *power* (kuasa) dan *interest* (kepentigan) yang rendah
2) Keep informed: stakeholder yang memiliki tingkat *power* (kuasa) yang lemah, namun memiliki tingkat *interest* (kepentingan) *yang tinggi*

3) Keep satisfied: stakeholder yang memiliki tingkat *power* (kuasa) yang kuat, akan tetapi tingkat *interest* (kepentingan) rendah.
4) Key players: stakeholder yang memiliki *power* (kuasa) besar dan juga memiliki *interest* (kepentingan) yang tinggi

Selain itu, stakeholder dapat diklasifikasikan berdasarkan peran dalam keterlibatannya pada suatu program. Nugroho (dalam Nugroho dkk, 2022) menjelaskan bahwa stakeholder diklasifikan dalam 5 peran, yaitu diantaranya :

1) *Policy creator*: stakeholder yang memiliki peran dalam program untuk mengambil keputusan sekaligus menentukan suatu kebijakan.
2) Koordinator: stakeholder yang memiliki peran dalam mengkoordinasikan antara seluruh stakeholder yang terlibat berpartisipasi dalam suatu kegiatan atau program
3) Fasilitator: stakeholder yang berperan untuk memenuhi maupun mencukupi seulruh kebutuhan dalam suatu kegiatan atau program.
4) Implementor: stakeholder yang mengambil peran sebagai pelaksana dari suatu kebijakan atau yang telah dirancang dan memastikan terlaksana sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan
5) Akselerator: stakeholder yang berperan sebagai pihak yang memiliki kontribusi dalam mendukung suatu kegiatan atau program agar tercapai sesuai dengan sasaran dan perencanaan dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan pada program

F. Metodologi Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian yang berjudul "Implementasi Program CSR Injourney Hospitality House (IHH) oleh PT. Taman Wisata Candi (TWC)", adalah sebagai berikut:

1) Paradigma Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif dan menggunakan paradigma penelitian fenomenologi realistik. Menurut Embree dalam Pawito (2007) paradigma fenomenologi terdiri dari fenomenologi realistik, yang memberikan pendekatan lebih besar pada pengamatan langsung di lapangan dan menggambarkan esensi umum. Melalui paradigma fenomena realistik, peneliti dapat melakukan observasi secara langsung untuk menemukan hal-hal yang sifatnya tersembunyi dan menaruh perhatian pada kejanggalan dan kontroversi yang ditemukan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan dan menjabarkan hasil penelitian secara rinci dan jelas berdasarkan hasil dari data yang diperoleh oleh peneliti. Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara kepada pihak CSR (TJSL) PT. TWC mengenai implementasi CSR pada program "Injourney Hospitality House (IHH). Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak masyarakat yang terlibat dalam program CSR yang dilakukan oleh TWC, guna mendapatkan data penelitian yang diperlukan untuk penelitian ini.

2) Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dalam penelitian ini akan berlangsung selama 2 bulan, yaitu September – Oktober 2024 dengan lokasi penelitian yang dilakukan pada kantor PT. Taman Wisata Candi.

Penelitian ini dilakukan langsung pada tanggal 7 November 2024 dengan lokasi penelitian pada Kantor Pusat PT. Taman Wisata Candi dan penelitian ke-dua yang dilakukan pada tanggal 15 November 2024 bertempat pada lokasi Kantor PT. Angkasa Pura 1 (Persero) – YIA, Penelitian ke-tiga dilakukan pada tanggal 3 Maret 2025 di Dukun, Muntilan, Magelang.

3) Narasumber Penelitian

Terdapat 3 narasumber dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari 2 staff divisi *CSR & SME Funding* PT. Taman Wisata Candi dan 1 partisipasi dari program CSR "IHH", berikut daftar narasumber dalam penelitian yang telah dilakukan:

1) Ismiyati (*CSR & SME Funding Division Head*)
2) Muhammad Faiz (*Staff CSR & SME Funding Division*)
3) Siska Nurfalina (Peserta program Injourney Hospitality House)
4) Biantamara Putra (Local Hero Borobudur)

4) Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan salah satu bagian paling penting untuk mendapatkan data penelitian yang ingin diperoleh oleh peneliti. Adapun dari teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dilakukan dalam tiga cara teknik pengumpulan data :

a) Observasi

Observasi merupakan kegiatan menulis dan merekam temuan-temuan berdasarkan penglihatan peneliti dengan menggunakan alat-alat instrumen dalam penelitian dengan tujuan melakukan pengamatan ilmiah (Hasanah, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan metode observasi pada Kantor Pusat PT. Taman Wisata Candi untuk mengamati situasi dan suasana pada lingkungan kerja PT. Taman Wisata Candi. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi dalam kegiatan program CSR "Injourney Hospitality House (IHH)" yang dilaksanakan pada Kantor PT. Angkasa Pura (Persero) – YIA.

Hal ini dilakukan peneliti untuk mengamati atau observasi secara langsung dilapangan guna mendapatkan data pendukung dalam penelitian mengenai implementasi CSR pada program "Injourney Hospitality House (IHH)" yang dijalankan oleh PT.TWC.

b) Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan menggali informasi dengan melakukan tanya jawab antara dua orang dengan tujuan untuk memperoleh informasi (Nilamsari, 2014). Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada pihak PT. TWC divisi *CSR & SME funding* dan peserta dari program "Injourney Hospitality House (IHH)", adapun narasumber yang bersedia untuk wawancara dengan peneliti adalah sebagai berikut :

1) Ismiyati (*CSR & SME Funding Division Head*)
2) Muhammad Faiz (*Staff CSR & SME Funding Division*)
3) Siska Nurfalina (Peserta program Injourney Hospitality House)
4) Biantamara Putra (Local Hero Borobudur)

c) Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian berfungsi sebagai pendukung dari penelitian untuk memperoleh data yang akurat dengan mendokumentasikan dalam bentuk berupa audio dan visual (Nilamsari, 2014). Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan utuk memperkuat informasi, data yang akan disajikan dalam bentuk visual berupa foto-foto dokumentasi saat melakukan penelitian.

5) Analisis Data

Analisa data merupakan proses peneliti untuk mengurutkan, mempetak-petakan, dan mengelola data agar memperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles & Huberman (1992), yaitu :

1) Reduksi Data

Setelah memperoleh data dari hasil observasi dan wawancara yang telah diakukan peneliti, maka tahap selanjutnya adalah reduksi data. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyedehanaan dan abstraksi semua data yang diperoleh dilapangan. Oleh karena itu, pada tahap ini peneliti melakukan analisis data dengan melakukan proses seleksi data dan melakukan penyederhanaan data serta mengelompokkan data sesuai dengan kebutuhan penelitian, disusun menjadi satu-kesatuan yang sistematis.

2) Penyajian Data

Setelah peneliti melewati proses seleksi, pemfokusan serta penyedehanaan data, selanjutnya peneliti melakukan penyusunan data dari data yang telah dipilah lalu data tersebut dinarasikan kepada pembaca, Selain itu, peneliti bukan hanya menarasikan data tersebut kepada para pembaca, namun peneliti juga menarasikan data yang diperoleh dengan menyertakan dokumentasi visual sebagai pendukung informasi dalam menyajikan data. Hal ini akan memudahkan peneliti untuk menyampaikan serta memaparkan informasi mengenai implementasi program CSR "IHH" yang dilakukan oleh PT. TWC.

3) Penarikan kesimpulan

Dalam tahap penarikan kesimpulan ini, peneliti mempelajari kembali data-data yang telah diperoleh, baik data yang diperoleh melalui wawancara kepada informan atau narasumber maupun data yang diperoleh dari hasil catatan peneliti melakukan observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian, yaitu implementasi program CSR "IHH" yang dilakukan oleh PT. TWC. Setelah itu, jika data yang diperoleh telah selaras, maka peneliti dapat menyimpulkan dari perolehan data yang telah selaras dengan penelitian yang dilakukan.

BAB II
GAMBARAN UMUM

A. PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Keraton Ratu Boko

1) Sejarah PT. Taman Wisata Candi

PT. Taman Wisata Candi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata dengan mengembangkan Candi Borobudur, Candi Prambanan, Keraton Ratu Boko dan Taman Mini Indah Indonesia. Dalam perkembangan operasional PT. TWC sebagai pengelola serta pengembang di bidang pariwisata heritage Indonesia, PT. TWC memiliki sejarah yang begitu panjang untuk mencapai perusahaan yang dapat menjalankan bisnisnya dalam bidang pariwisata di Indonesia.

Pada tahun 1978, pemerintah Indonesia melakukan kerja sama dengan pemerintah Jepang untuk melakukan kajian pada peninggalan situs Candi Borobudur dan Candi Prambanan. Kajian yang dilakukan oleh Pemeritah Indonesia bekerja sama dengan pemerintah jepang tersebut disebut dengan *Tourism Development study of National Archelogical Parks at Borobudur and Prambanan in Mid-Java.* Dalam kajian yang dilakukan tersebut menghasilkan Studi JICA sebagai Masterplan pendirian TWC.

Pada tahun 1980, TWC didirikan sebagai perusahaan dengan nama PT Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan. Pendirian tersebut berdasarkan dengan Penyertaan Modal Negara Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1980 Jo. Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 1993. Pada saat itu pemerintah Indonesia meminta untuk mengembangkan PT. Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan melalui kementerian Keuangan dibawah naungan Departemen Perhubungan.

Dalam masa operasional PT Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan (Persero) pada tahun 1985 mengalami perubahan dalam

perpindahan dibawah naungan Departemen Perhubungan menjadi dibawah naungan Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi. Lalu, pada tahun 1992 operasional pengelolaan PT. Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan diperkuat berdasarkan keputusan Presiden No.1 Tahun 1992. Dengan semakin menguatnya operasional PT. Taman Wisata Candi Borobudur dan Prambanan, tahun 1994 cakupan operasional diperluas dengan tambahan pengelolaan Keraton Ratu Boko. Hal ini membawa perubahan nama untuk perusahaan menjadi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero). Selain itu, pada tahun 1996 PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero) mengalami perubahan dengan perusahaan berada dibawah naungan Kementrian BUMN.

Pada tahun 2021 status perseroan pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dicabut. Pencabutan status persero tersebut disebabkan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko menjadi sub Holding dalam PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Persero). Dengan demikian, melalui pergeseran tersebut PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko berada dibawah naungan PT. Aviasi Pariwisata Indoneisa (Persero). Namun, pada tahun 2021 ini juga PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko mendapatkan kepercayaan langsung dari pemerintah RI untuk bekerja sama dalam pemanfaatan Taman Mini Indonesia (TMII) bersama kementerian Sekretariat Negara.

2) Logo PT Taman Wisata Candi Borbudur, Prambanan dan Ratu Boko



Gambar 2.1

Logo PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

(*Sumber: https://injourneydestination.id/logo-perusahaan/ diakses 26 November 2024*)

3) Visi dan Misi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

   a) Visi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko : Perusahaan pengelola destinasi berkelas dunia yang menampilkan sejarah dan budaya Indonesia.

   b) Misi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko :

      I. Mengelola destinasi warisan sejarah dan budaya dengan pengembangan wisata berkualitas untuk mendukung sektor pariwisata.

      II. Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) dengan kapasitas, kapabilitas dan kepemimpinan yang mumpuni.

      III. Menerapkan inovasi digital untuk optimilasisi pelayanan dan pengalaman pelanggan serta tata Kelola perusahaan.

      IV. Bersinergi dengan seluruh pemangku kepentingan dalam ekosistem pariwisata untuk memajukan wisata warisan sejarah dan budaya Indonesia.

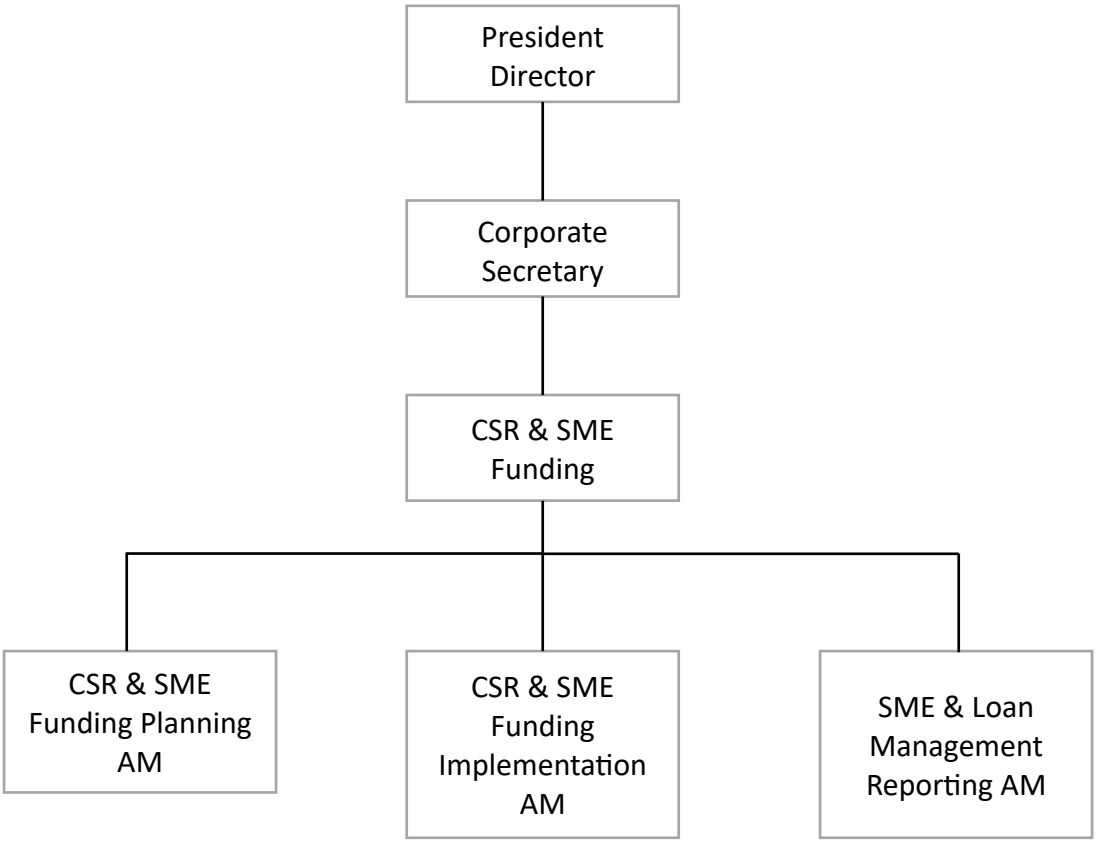
V. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan destainasi baru untuk peningkatan kesejahteraan sekaligus pelestarian warisan sejarah dan budaya Indonesia.

4) Budaya Perusahaan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

Budaya perusahaan adalah nilai-nilai yang menjadi komitmen baik untuk perusahaan maupun bagi semua pihak perusahaan. Melalui budaya perusahaan yang telah diciptakan maka dapat menentukan perilaku dalam organisasi dan individu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan perusahaan. Adapaun budaya perusahaan dalam PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko adalah "AKHLAK", yaitu :

a) Amanah : memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
b) Kompeten : terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
c) Harmonis : saling peduli dan menghargai perbedaan.
d) Loyal : berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
e) Adapatif : terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
f) Kolaboratif : membangun kerja sama yang sinergis.

5) Struktur organisasi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko



Bagan 2.1

Struktur Organisasi PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

(*Sumber: Data Perusahaan*)

B. Program CSR Injourney Hospitality House

Injourney Hospitality House merupakan salah satu program CSR dari Injourney atau PT. Aviasi Pariwisata Indonesia yang dilakukan sejak tahun 2023. Program

CSR IHH ini dalam 2023 dilaksanakan pada 5 destinasi pariwisata super prioritas (DPSP), yaitu DPSP Borobudur, DPSP Mandalika, DPSP Labuan Bajo, DPSP Dana Toba dan DPSP Likupang. Program ini tidak serta merta dilakukan sendiri oleh Injourney, namun program ini didukung penuh dalam pelaksanaannya oleh Injourney Group, yaitu mencakupi PT. Angkasa Pura I, PT. Angkasa Pura II, PT. Hotel Indonesia Natour, PT. ITDC Mandalika dan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Dengan demikian, pelaksanaan program CSR IHH dalam 5 DPSP di Indonesia dilaksanakan oleh Injourney serta didukung oleh Injourney Group dengan pembagian tugas tanggung jawab untuk melaksanakan program IHH di 5 DPSP. Pembagian tugas dan tanggung jawab dalam pelaksanaan program CSR injourney hospitality house.

Seluruh member dari Injourney Group memegang wilayah masing – masing dari kelima DPSP untuk bertugas serta bertanggung jawab dalam melaksanakan program CSR IHH. Pembagian wilayah pelaksanaan di 5 DPSP dari masing – masing member Injourney group untuk melaksanakan program CSR IHH, yaitu pada DPSP Mandalika dilaksanakan oleh PT. ITDC Mandalika, pada DPSP Labuan Bajo dilaksanakan oleh PT. Hotel Indonesia Natour, pada DPSP Danau Toba dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura II, pada DPSP Likupang dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura I dan yang terakhir pada DPSP Borobudur dilaksanakan oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.

Sedikit terjadi perubahan untuk pelaksanaan program CSR IHH yang dimana awal mulanya pada tahun 2023 untuk wilayah pelaksanaan dilaksanakan pada 5 DPSP yang berada di Indonesia, namun pada tahun 2024 wilayah pelaksanaan hanya dilakukan pada 4 DPSP, yaitu DPSP Mandalika, DPSP Labuan Bajo, DPSP Danau Toba dan DPSP Borobudur perubahan ini dikarenakan DPSP Likupang yang pada awalnya tahun 2023 dilaksanakan di wilayah tersebut di non-aktifkan untuk pelaksanaannya.

Pelatihan yang dilakukan melalui pelaksanaan program CSR IHH ini adalah memang ditargetkan untuk pelaku wisata dan pelaku UMKM dengan menanamkan

mindset keramah tamahan dalam pelayanan. Keramah tamahan ini juga sudah menjadi ciri khas warga negara Indonesia yang dikenal dikancah dunia, maka dari itu melalui keramah tamahan dapat dijadikan untuk melatih para pelaku wisata dan pelaku UMKM untuk melayani pengunjungnya. Program ini juga diadakan dan dilaksanakan dalam rangka untuk memulihkan kegiatan pariwisata Indonesia akibat terpuruknya pariwisata Indonesia pada saat dilanda Covid – 19.

BAB III
TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

Dalam bab ini peneliti akan menjabarkan serta menjelaskan mengenai hal-hal yang ditemui pada saat melakukan penelitian. Temuan yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan pada saat terjun ke lapangan lokasi penelitian. Temuan dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan dengan kebutuhan data mengenai "Implementasi Program CSR Injourney Hospitality House) Oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko". Selain itu, dalam bab ini penjabaran mengenai temuan penelitian ditulis berdasarkan dengan konsep penelitian yang terdapat pada kerangka penelitian.

Penelitian dilakukan pada dua lokasi penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data penelitian, yaitu yang pertama pada Kantor Pusat TWC berada di Jalan Jogja – Solo Km No.16, Klurak, Tamanmartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. lokasi penelitian yang kedua bertempat pada Kantor PT Angkasa Pura I (Persero) – YIA yang berada pada Sidorejo, Glagah, Kec. Temon, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lalu, lokasi penelitian ketiga berada di Dukun, Muntilan, Magelang. Perolehan data penelitian dilakukan dengan cara wawancara kepada pihak – pihak yang terkait dengan program CSR IHH, selain itu peneliti juga memperoleh data dengan melakukan observasi langsung di lapangan. Mengenai deskripsi data yang telah diperoleh akan dianalisis berdasarkan dengan teori-teori dalam penelitian ini. Adapaun narasumber yang telah diwawancarai oleh penliti, profil dari masing – masing narasumber sebagai berikut :

NO	Hari/Tanggal	Narasumber	Lokasi
1	Kamis, 7 November 2024	Ismiyati (CSR & SME Funding Division Head)	Kantor Pusat TWC
2	Kamis, 7 November 2024	Muhammad Faiz (Staff CSR & SME Funding Division)	Kantor Pusat TWC
3	Jumat, 15 November 2024	Siska Nurfalina (Peserta Program Injourney Hospitality House)	Kantor Angkasa Pura I - YIA
4	Senin, 3 Maret 2025	Biantamara Putra (Local Hero Borobudur)	Dukun, Muntilan, Magelang

Tabel 3.1
Profil Narasumber Penelitian
(Sumber : Dokumen pribadi)

1. **Implementasi Program CSR "Injourney Hospitality House" Yang Dilaksanakan Oleh PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko**

Seperti yang telah dipaparkan pada sub-poin pertama, dimana program CSR Injourney Hospitality House ini adalah program dari Holding Injourney yang dilaksanakan pada 5 DPSP di tahun 2023 dan dilaksanakan pada 4 DPSP di tahun 2024 serta didukung dalam pelaksanaanya oleh seluruh Member Injourney Group.

PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (TWC) sebagai salah satu member dari Injourney Group mendapatkan tanggung jawab atau tugas dari Holding Injourney untuk mendukung dalam pelaksanaan program CSR IHH di salah satu DPSP, yaitu DPSP Borobudur. Pada wilayah DPSP Borobudur sendiri, mereka memiliki target wilayah dalam melaksanakan

program CSR IHH, diantaranya adalah dalam 3 Kabupaten, yaitu Kabupaten Magelang, Kabupaten Kulon Progo dan Kabupaten Purworejo. Ke – 3 kabupaten merupakan wilayah yang berada dalam cakupan wilayahnya DPSP Borobudur seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ismiyati dalam wawancara yang telah dilakukan.

> "mulai dari tahun 2023, jadi pelaksanaan kita berada 3 target kabupaten, yaitu Kabupaten Magelang, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Purworejo. Jadi untuk selama tahun 2023 itu kita melaksanakan pada 3 Kabupaten tersebut dan kita lakukan dalam 8 Batch dan program itu dilanjutkan atau di sustain pada tahun 2024 (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Namun, target pelaksanaan 8 batch dalam satu tahun pada tahun 2023, hanya terlaksana 7 batch saja dalam satu tahun pada tahun 2023. Dapat dilihat dalam data laporan Injourney Hospitality House pada tahun 2023 yang dilaksanakan oleh PT. TWC pada wilayah DPSP Borobudur.

Batch Pelaksanaan	Tanggal Pelaksanaan	Lokasi	Kabupaten	Jumlah Peserta
1	31 Mei-2 Juni	Balkondes Ngaran, Borobudur	Magelang	60
2	21-23 Juli	Aula Kelurahan Kedungsari, Purworejo	Purworejo	60
3	29-31 Agustus	Pendopo Cubung, Lendah, Kulonprogo	Kulonprogo	60
4	25-27 September	Balkondes Karanganyar, Borobudur	Magelang	60
5	23-25 Oktober	Aula Balaidesa Kahyangan, Wonolelo	Magelang	60
6	13-15 November	Pendopo Kalimasada, Semawung, Purworejo	Purworejo	60
7	4-6 Desember	Pendopo Ndalem Resto, Nglinggo	Kulonprogo	60

Gambar 3.1

Laporan pelaksanaan Injourney Hospitality House DPSP Borobudur tahun 2023

(*Sumber:* Data Perusahaan TWC)

Dapat dilihat pada laporan tahunan program CSR IHH yang dilakukan oleh PT. TWC pada wilayah DPSP Borobudur pada tahun 2023, menunjukkan bahwa program CSR IHH dilaksanakan mulai dari tanggal 31 mei 2023 hingga 6 Desember 2023 dalam 7 batch. Selain itu, program CSR IHH dilakukan pada 7 lokasi di Kabupaten Magelang, Kabupaten Kulonporogo dan Kabupaten Magelang. Masing-masing 1 batch dalam pelaksanannya terdapat 60 peserta, jika ditotalkan dalam 1 tahun, maka pelaksanaan program IHH di wilayah DPSP Borobudur terdapat 420 peserta yang mengikuti program CSR IHH pada tahun 2023.

a. Perubahan Tanggung Jawab Pelaksanaan Program CSR Injourney Hospitality House di DPSP Borobodur

Pada tahun 2023 program CSR IHH sukses dilaksanakan oleh PT. TWC pada wilayah DPSP Borobudur dalam 7 batch dari 8 batch dalam perencanaannya di 3 kabupaten. Program CSR IHH ini berkelanjutan dan dilanjutkan untuk pelaksanaannya pada tahun 2024. Pelaksanaan yang dilakukan pada tahun 2024 masih sama dengan 2023 yaitu dilaksanakan pada 3 Kabupaten dan dilakukan dalam 8 batch dalam satu tahun penuh. Namun ada sedikit perbedaan untuk tahun 2024, yang dimana awalnya pada tahun 2023 pelaksanaan program CSR IHH dilakukan mandiri oleh PT. TWC pada 3 Kabupaten, berbeda dengan tahun 2024 program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur dilakukan secara kolaborasi bersama PT. Angkasa Pura Indonesia. dikutip dari hasil wawancara dengan pihak CSR & SME Funding PT. TWC.

> "Untuk tahun ini 2024 masih sama dengan tahun lalu yaitu ada 8 batch dalam perencanaannya. Namun ada sedikit perbedaan dalam tahun ini, kalau tahun lalu kita lakukan secara mandiri TWC sendiri yang melaksanakan dalam 3 Kabupaten, Untuk 2024 ini kita melakukannya berkolaborasi dengan Angkasa Pura I (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Penyelenggaraan yang dilakukan kolaborasi antara PT TWC dan Angkasa Pura I juga mempengaruhi kapasitas ruang kelas pelatihan yang disediakan untuk peserta, pada tahun 2024 untuk kapasitas bertambah dua kali lipat dari 60 ke 120 peserta. Maka dari itu, jika pada tahun 2023 penyelenggaraan IHH hanya menerima 60 peserta pelatihan namun pada tahun 2024 penyelenggaraan IHH menerima hingga 120 peserta. Dari 120 peserta tersebut dalam penyelenggaraan dibagi menjadi dua kelas untuk efisiensi peserta dalam mengikuti pelatihan IHH.

> "Iya betul jumlah peserta tiap pelaksanaan dibatasin, untuk ditahun 2023 dalam 1 batch itu peserta dibatasin berjumlah 60 orang, sedangkan untuk 2024 berjumlah 120 orang dalam 1 batch namun 120 itu dibagi menjadi 2 kelas untuk mengefisiensi peserta dalam melakukan pelatihan maka dari itu kelas kita bagi menjadi 2 kelas (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

b. Program CSR "Injourney Hospitality House" Sebagai Investasi Sosial Dan Strategi Bisnis Perusahaan

PT TWC sebagai perusahaan dalam sektor jasa pariwisata sangat berkaitan erat dan saling membutuhkan dengan para pelaku wisata di sekelilingnya dan juga dengan pedagang usaha UMKM di sekelilingnya. Melalui program CSR IHH, PT TWC dapat memberikan edukasi kepada pelaku wisata dan pelaku UMKM terkait dengan pelatihan mengenai hospitality. Selain itu, melalui kegiatan pelatihan hospitality ini PT TWC dapat berinteraksi secara langsung dengan pelaku wisata dan pelaku UMKM yang berada di sekitar wilayahnya. Maka dari itu, PT TWC sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata

secara langsung melibatkan pelaku – pelaku wisata dan pelaku UMKM yang berada di sekitar wilayahnya untuk mendukung seluruh kegiatan pariwisata yang ada pada wilayah operasional PT TWC, seperti yang diujarkan oleh Ibu Ismiyati dalam wawancaranya.

> "… kita TWC sebagai pengelola destinasi kan tidak bisa jalan tanpa support pelaku wisata di sekelilingnya atau diwilayahnya, Tentunya dengan kegiatan ini kita akan mengedukasi, kita juga akan dapat engagement dengan pelaku-pelaku wisata terkait, karena juga dalam pelaksanaan IHH sendiri itu kompleks, ada guiding, pelaku transportasi, dan juga pedagang atau UMKM. Jadi pelaku wisata yang terlibat di destinasi pariwisata ini memang harus kita libatkan. (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Pelatihan hospitality dalam kegiatan program CSR IHH tersebut memberikan pendampingan mengenai pelayanan dalam melayani pelanggan atau pengunjung kepada pelaku wisata yang berada di wilayah pariwisata. Pendampingan yang dilakukan dengan memberikan pelatihan hospitality kepada pelaku wisata dan pelaku UMKM tersebut diharapkan untuk memberikan kemampuan dan mengasah kemampuan terkait mengenai pelayanan dalam melayani pelanggan maupun pengunjung, seperti yang dikemukakan oleh Ibu Ismiyati.

> "kita berikan pendampingan melalui program IHH agar mereka memiliki keahlian dalam melayani customer atau pengunjung. Namun bukan hanya pedagang atau UMKM saja yang mendapatkan kesempatan pelatihan dalam program IHH, seluruh pelaku pelaku yang bersinggungan dengan parwisata wilayah TWC, juga mendapatkan kesempatan dalam pelathan program IHH (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Pendampingan tersebut bukan hanya dirujuk kepada pelaku wisata dan pelaku UMKM saja, namun pendampingan berupa pelatihan hospitality dalam kegiatan IHH tersebut juga dapat diikuti oleh seluruh pelaku – pelaku yang bersinggungan dengan pariwisata yang berada di bawah operasional PT. TWC.

Hal ini, dilakukan untuk optimalisasi seluruh kegiatan pariwisata yang ada pada operasional TWC maupun optimalisasi pariwisata yang berada di sekitar wilayah TWC. Selain itu, melalui program CSR IHH ini adalah salah bentuk dari upaya PT TWC melakukan pendekatan kepada pihak – pihak yang berada di wilayah operasional, baik dari pelaku wisata, pelaku UMKM hingga seluruh masyarakat beserta jajarannya yang berada di wilayah operasinal TWC.

> "melalui program ini juga merupakan salah satu langkah kami untuk berupaya melakukan pendekatan pada pihak-pihak yang berada di wilayah operasional … Jadi dengan demikian, kita dapat mengenal dan melakukan pendekatan kepada masyarakat wilayah sekitar melalui program IHH tersebut (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Selain itu, melalui pelatihan hospitality yang diberikan kepada masyarakat sekitar wilayah operasional juga dapat menjadi sebagai strategi dalam menjaga citra dan meningkatkan citra perusahaan, baik kepada mata dunia maupun pada masyarakat sekitar. Dengan demikian, melalui pelatihan hospitality yang terkait dengan pelayanan maka PT TWC dan wilayah sekitar operasional yang bersinggungan dengan kegiatan pariwisata dapat menyamaratakan standar pelayanan kepada pengunjung sehingga akan memberikan nilai dan kesan yang lebih baik kepada wisatawan.

> "melalui program IHH ini kita menjaga kawasan atau dapat dibilang menjaga citra kawasan di mata dunia dengan menyamaratakan standar pelayanan keramah tamahan kepada pengunjung atau wisatawan sehingga akan mendapatkan nilai lebih atau memberikan kesan yang baik (Muhammad Faiz, Wawancara, 7 November 2024).

c. Pelaksanaan Kegiatan Program CSR "Injourney Hospitality House" Oleh PT TWC

Dari seluruh kegiatan IHH yang dilakukan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur ini, pastinya kegiatan tersebut dilaksanakan dalam cakupan

jangkauan PT TWC dan DPSP Borobudur. Berikut kegiatan IHH yang telah dilaksanakan oleh PT TWC di wilayah DPSP Borobudur.



Gambar 3.2

Pelaksanaan Injourney Hospitality House di Borobudur

(*Sumber :* Akun Instagram official @idm.impact)

Dapat dilihat pada gambar diatas PT. TWC dan Angkasa Pura I mengimplementasikan program CSR IHH kepada masyarakat Magelang pada tanggal 29 – 31 Mei 2024. Jumlah peserta yang mengikuti dalam kegiatan program CSR IHH pada daerah Magelang adalah 120 peserta dengan mayoritas masyarakat dari Desa Tegalarum, Desa Kebonsari dan Desa Kembanglimus Borobudur, Magelang, Jawa Tengah.



Gambar 3.3

Pelaksanaan Injourney Hospitality House Kabupaten Sleman

(*Sumber :* Akun Instagram official @cidm.impact)

Pada gambar diatas, Implementasi program CSR IHH yang dilaksanakan oleh PT TWC dengan kolaborasi bersama Angkasa Pura I yang diselanggarakan di Sleman pada tanggal 19 – 21 Juni Agustus bertempat pada Kantor Kelurahan Bokoharjo, Kabupaten Sleman. Kegiatan ini dihadiri oleh 120 peserta yang berasal dari pelaku wisata dan pelaku UMKM daerah Kabupaten Sleman. Pada kegiatan ini peserta diberikan pemahaman mengenai pelayanan untuk menciptakan pengalaman berkesan bagi pengunjung atau pelanggan.



Gambar 3.4

Pelaksanaan Injourney Hospitality House Kabupaten Kulonprogo

(*Sumber :* Dokumentasi pribadi)

Gambar diatas menunjukkan bahwa Program CSR IHH di implementasikan oleh PT TWC dan Angkasa Pura I didaerah Kulonprogo pada tanggal 13 – 15 November 2024 bertempat pada Kantor PT. Angkasa Pura Indonesia – YIA. Kegiatan IHH pada daerah Kulon progo dihadiri dengan 120 peserta dengan masing – masing profesi sebagai pelaku wisata dan pelaku UMKM.

d. Tahapan dan Aktivitas Dalam Implementasi Program CSR "Injourney Hospitality House" yang dilakukan oleh PT TWC

Implementasi program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC melalui 3 tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi dan tahap laporan. Tahap perencanaan yang dilakukan oleh PT TWC untuk program CSR IHH ini dilakukan dengan riset. Riset yang dilakukan mencakupi riset karakteristik wilayah, pencarian masalah yang dihadapi oleh masyarakat atau pencarian masalah pelaku wisata dan pelaku UMKM di daerah wilayah tertentu, dan yang

terakhir adalah riset audiens untuk mengetahui siapa saja yang akan dilibatkan dalam pelaksanaan program CSR IHH yang akan dilakukan seperti yang dikatakan oleh pihak CSR & SME funding PT TWC.

> "Baik, karena ini program Holding jadi kita sebagai member hanya melaksanakan. Namun berjalannya waktu juga kan harus disesuaikan dengan karakterisitik wilayah tertentu, misalnya daerah Borobudur harus ditentukan dengan karakteristiknya, problematiknya seperti apa, lalu siapa saja yang akan dlibatkan dalam program, dan bagaimana pendekatan yang akan dilakukan. Selain itu juga untuk perencanaannya kita melakukan pemetaan wilayah, misalnya kita melakukan di Purworejo, kita harus melakukan pendekatan dengan local hero yang ada disana untuk mengetahui apa saja potensi yang ada disana, komunitas apa saja yang ada dan harus dilibatkan dalam program, (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Selain itu, riset ini dilakukan untuk pemetaan wilayah serta pendekatan di suatu wilayah yang akan menjadi target sasaran dalam melaksanakan program CSR IHH. PT TWC untuk mengetahui seluruh masalah yang dihadapi oleh masyarakat, pelaku wisata, dan pelaku UMKM melakukannya dengan cara riset kepada local hero yang berada di wilayah yang telah ditetapkan menjadi target wilayah yang akan dilaksanakan program CSR IHH. Bukan hanya mencari tahu masalah yang dihadapi pada wilayah tertentu saja, namun juga melihat potensi apa yang ada diwilayah pelaksanaan program CSR IHH dan terdapat komunitas dan organisasi apa saja yang memiliki keterkaitan dengan program CSR IHH.

Local hero yang dimaksud dalam program CSR IHH ini adalah pengusaha atau pelaku UMKM yang telah sukses dalam bidangnya pada wilayah tertentu. Local Hero ini mengetahui bagaimana bisa mengembangkan usaha dalam kegiatan ekonomi di suatu wilayah tertentu dan mengetahui potensi apa saja yang dapat dikembangkan dalam wilayah tertentu. Maka dari itu local Hero dilibatkan oleh PT TWC dalam tahap perencanaan dan tahap pelaksanaan dalam program CSR IHH.

Selanjutnya dalam tahap pelaksanaan program CSR IHH yang dilakukan PT TWC dalam wilayah DPSP Borobudur dilakukan berupa pelatihan terkait dengan menyajikan materi seputar pelayanan atau hospitality yang disajikan oleh trainer. Dalam kegiatan pelatihan hospitality tersebut materi dibawakan dan disajikan oleh dua trainer yaitu Fajar dan Chelsea, ke – dua trainer tersebutlah yang mendampingi seluruh peserta program CSR IHH untuk melakukan pelatihan hospitality. Selain itu, bukan hanya mendapatkan trainer saja yang mendampingi peserta untuk pelatihan hospitality, akan tetapi local hero juga terlibat dalam mendampingi serta memberikan materi kepada peserta program CSR IHH seperti yang diujarkan oleh Staff CSR & SME funding TWC, yaitu Muhammad Faiz

> "jadi kegiatannya itu berupa pelatihan, bentuk pelaksanaannya pertama ada pengantar seperti pembukaan acara, setelah itu langsung masuk ke penyajian materi yang disajikan oleh dua trainer yaitu mas fajar dan mbak Chelsea. Jadi melalui dua trainer ini kita melakukan pendampingan ke masyarakat atau peserta yang hadir dalam kegiatan program IHH melalui materi materi yang telah mereka siapkan, akan tetapi selain dari materi trainer berupa materi hospitality, masyarakat atau peserta juga akan mendapatkan materi dari local hero (Faiz, Wawancara 7 November 2024)."

Pelaksanaan yang dilakukan dalam tiga hari tersebut dilakukan pada hari pertama dengan pemaparan materi dan pada hari ke dua dan ke tiga membentuk kelompok – kelompok kecil dalam kelas yang berguna untuk diskusi atau *focus group discussion*. Setelah materi dipaparkan dan dijelaskan oleh trainer, para peserta diberikan studi kasus terkait hospitality untuk di diskusikan bersama kelompok – kelompok kecil yang telah dibagi. Lalu hasil dari diskusi tersebut dipresentasikan dalam ruang pelatihan.

> "Selanjutnya terdapat FGD, biasanya ada dalam bentuk kelompok kecil, jadi setelah materi yang diberikan oleh trainer biasanya dimulai dihari

> kedua itu nanti mereka sudah terpisah dalam kelompok-kelompok kecil, kemudian mereka diberikan projek. Projek atau studi kasus terkait dengan hospitality atau pelayanan, setelah itu mereka diberikan kesempatan untuk menjelaskan atau mempresentasikan mengenai projek atau studi kasus yang telah mereka kerjakan secara berkelompok di dalam kelas tersebut … Setelah itu di hari ketiga, di penutup ada fun games, tujuannya agar nereka saling memiliki rasa keakraban diantara lainnya agar peserta yang merupakan sebagai pelaku wisata dan pelaku UMKM bersaing secara sehat pada pekerjaannya, akan tetapi selebihnya peserta tetap menjaga nilai-nilai hospitality yang memang hari ini sedang dikembangkan oleh Injourney (Faiz, Wawancara, 7 November 2024)."

Selain pemaparan materi dan diskusi berkelompok dalam pelaksanaannya juga terdapat fun games dengan tujuan untuk memberikan rasa persaudaraan agar para peserta yang pada dasarnya pelaku wisata dan pelaku UMKM dari satu wilayah memiliki rasa keakraban sehingga mereka melakukaan persaingan dalam pekerjaan dengan persaingan yang sehat dan menjaga nilai – nilai norma yang berlaku dalam profesinya.

Dalam pelaksanaannya para peserta diminta untuk memecahkan studi kasus mengenai hospitality terkait keramah tamahan dengan dunia pariwisata dengan mensimulasikan bagaimana pelaku wisata dan pelaku UMKM mengahadapi pengunjung dan pelanggan dengan standar yang baik, benar dan profesional. Namun, pelatihan yang memang pada dasarnya fokus pada hospitality tersebut bukan hanya materi hospitality saja yang diberikan dalam pelatihan IHH, materi seperti pemasaran produk juga diberikan dalam pelatihan tersebut seperti yang diujarkan oleh salah satu peserta program CSR IHH, yaitu Ibu Siska Nurfalina.

> "untuk dihari pertama kita peserta diberikan materi oleh trainer mengenai pemasaran produk. Untuk dihari ke dua dalam pelatihan ini, peserta diberikan materi mengenai 3P, lanjutan dari pemasaran produk dihari pertama yaitu produk, price dan people … tapi menurut saya lebih banyak cendrung kita diberikan pemahaman mengenai hospitality dalam menghadapi pengunjung atau pelanggan (Siska Nurfalina, Wawancara, 15 November 2024)."

Pada hari pertama dan ke-dua kegiatan pelatihan, peserta yang mengikuti pelatihan ini diberikan pemahaman pemasaran produk melalui materi pemasaran produk yaitu, 3P produk, price, people. Pemahaman pemasaran produk ini diberikan untuk melatih peserta agar dapat memasarkan produk khas daerah atau oleh-oleh yang ada pada daerah wisata. Namun, pada saat pelaksanaanya materi yang diberikan kepada peserta pelatihan lebih banyak diberikan pemahaman mengenai hospitality atau pelayanan dalam menghadapi pengunjung atau pelanggan dengan standar yang baik. Lalu pada hari ke-3 kegiatan peserta diberikan materi mengenai komunikasi efektif untuk memahami bagaimana cara menyampaikan pesan kepada lawan bicara dengan tepat. Dengan demikian, peserta dapat berkomunikasi dengan tepat dan meminimalisir terjadinya salah paham kepada lawan bicara.

> "Lanjut di hari ke-3, peserta juga diberikan materi mengenai komunikasi efektif yang dapat diterapkan dalam melayani tamu. Dalam materi komunikasi efektif ini kita diajarkan bagaimana menyampaikan pesan dengan baik dalam melayani pelanggan dan pengunjung agar nantinya dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dengan pelanggan (Ssika Nurfalina, Wawancara, 15 Nove,ber 2024)."

Setelah melakukan pelaksanaan program CSR IHH dengan melakukan pelatihan hospitality kepada peserta yang mencakupi masyarakat berprofesi sebagai pelaku UMKM, dan pelaku wisata. Selanjutnya tahap evaluasi dari pelaksanaan program CSR IHH tersebut dilakukan pada dua hal yang terstruktur, yaitu yang pertama memberikan form kepada seluruh peserta yang mengikuti program CSR IHH untuk mengisi evaluasi, saran dan kritik kegiatan pelatihan dalan IHH yang telah mereka ikuti selama 3 hari, lalu yang kedua, peserta diminta untuk mengisi form untuk absen dihari pertama dan mengisi beberapa data yang berisi jenis pekerjaan, pemasukan perhari dan masukan perbulan dan target pemasukan untuk selanjutnya.

> “evaluasi kita terstruktur pada dua hal yaitu melalui form yang diisi oleh peserta, Form tersebut ada dua yang pertama kita bagikan untuk mengisi evaluasi pada acara tersebut dan yang kedua form untuk absen dihari pertama denga mengisi berupa data data dan jenis pekerjaan pemasukan perhari dan perbulan berupa dan harapan mereka setelah ini target pemasukan mereka berapa (Muhammad Faiz, Wawancara, 7 November 2024).”

Selain evaluasi yang terstruktur yang dilakukan berupa mengisi data melalui form yang telah disediakan oleh pihak penyelenggara kegiatan program CSR IHH, diluar dari evaluasi yang terstruktur tersebut pihak penyelenggara melalui trainer program CSR IHH menyediakan grup whatsapp untuk semua peserta yang mengikuti program CSR sebagai fasilitas untuk diskusi atau hanya sekedar berbagi cerita mengenai pengalaman terkait pelayanan yang mereka lakukan pada saat bekerja.

> “Akan tetapi diluar itu, teman-teman trainer ini mereka punya grup untuk komunikasi dengan peserta, terkadang ada peserta setelah selesai pelatihan menanyakan ke grup, misalkan mereka cerita pengalaman baru saja melayani tamu. Hal tersebut menjadi bahan diskusi didalam grup untuk memecahkan masalahnya dari cerita pengalaman tersebut bersama trainer dan teman-teman didalam grup tersebut (Muhammad Faiz, Wawancara, 7 November 2024).”

Grup ini dibuat sebagai fasilitas untuk peserta sekaligus untuk evaluasi dan monitoring dari kegiatan pelatihan progrram CSR IHH yang telah dilakukan selama 3 hari. Evaluasi dan monitoring yang dimaksud adalah untuk mengetahui apakah selama 3 hari kegiatan pelatihan yang dijalankan oleh peserta dapat diserap materinya dan dapat dipahami oleh peserta yang mengikuti pelatihan program CSR IHH. Selanjutnya evaluasi yang dilakukan oleh TWC untuk program CSR injourney hospitality house ini adalah monitoring pada hari pelaksanaan kegiatan dan mengadakan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan selama 3 hari yang telah dilaksanakan dengan tujuan

menghindari kesalahan serupa atau kendala – kendala yang terjadi di pelaksanaan program CSR injourney hospitality house berikutnya.

> " … Setiap setelah melakukan kegiatan IHH kita juga melakukan monitoring dan kita juga secara langsung mengevaluasi atas pelaksanaannya setiap hari lalu setelah hari ketiga kita akan mengadakan evaluasi ke vendor agar bagaimana caranya untuk pelaksanaan berikutnya tidak terjadi lagi kesalahan kesalahan serupa … Kalau untuk laporan, laporan bulanan ada dan laporan tahun juga ada dan di Holding juga ada rekapitulasi konsolnya all member gitu, karena mereka sebagai penaerima data. (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)"

Selanjutnya setelah tahap evaluasi dari pelaksanaan program CSR IHH dilakukan TWC membuat laporan untuk setiap pelaksanaan kegiatan IHH yang telah dilakukan. Laporan pelaksanaan yang dibuat oleh TWC berupa laporan kegiatan, laporan bulanan dan laporan tahunan, lalu seluruh laporan tersebut diserahkan kepada holding Injourney untuk di rekapitulasi mengenai pelaksanaan program CSR IHH yang telah dilaksanakan. Adapun, kendala yang sering terjadi pada pelaksanaan IHH seperti mengalami kendala dalam kedatangan peserta yang datang tidak tepat waktu, peserta izin keluar ditengah kegiatan yang belum selesai dan peserta yang tidak dapat hadir mengikuti dalam 3 hari pelaksanaan pelatihan IHH.

> "Kendala pasti ada walaupun sudah kita maksimalkan, mungkin kendala yang sering kita dapatkan dalam pelaksanaan tersebut, seperti peserta hadir tidak tepat waktu karena alasan pekerjaan, peserta izin keluar pelatihan dengan alasan menyelesaikan pekerjaan. Namun kita maklumi karena mayoritas peserta merupakan pekerja dan juga peseta tidak seluruhnya hadir misalnya konfirmasi peserta berjumlah 60 namun 5 orang tidak hadir. Maka dari itu, hal-hal seperti itu akan menjadi bahan evaluasi kita agar hal seperti itu tidak akan terjadi lagi di pelaksanaan IHH berikutnya (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024).

Kendala yang dialami oleh penyelanggara dalam pelaksanaan IHH ini terjadi dikarenakan mayoritas peserta yang berasal dari pekerja pelaku wisata, dan UMKM yang dimana masih bekerja dan harus menyelesaikan pekerjaan diluar kegiatan pelatihan IHH yang diselenggarakan pada 3 hari secara beruntun tersebut. Namun, hal ini yang menjadi bahan evaluasi untuk mengatasi bagaimana penyelenggaraan berikutnya agar dapat terlaksana dengan seluruh peserta tanpa menggangu jam kerja peserta.

2. Community Development Dalam Program CSR Injourney Hospitality House

Program CSR IHH merupakan program CSR yang dilakukan untuk melatih pelaku wisata dan pelaku UMKM yang berada di sekitar kawasan Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP). Hal ini merujuk pada target dari wilayah serta penerima manfaat dari program CSR IHH ini memang sesuai dengan potensi yang ada pada target wilayah penerima manfaat program CSR IHH. Jika dilihat kegiatan dari program CSR IHH ini adalah kegiatan pelatihan hospitality atau pelayanan yang dirujuk kepada pelaku wisata dan pelaku UMKM di daerah DPSP, maka dari itu program ini memang dilaksanakan untuk pengembangan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat sekitar DPSP yang ada di Indonesia. Dalam perencanaan dari program CSR IHH ini berdasarkan dari potensi yang ada pada masyarakat dan melibatkan komunitas, organisasi yang memang berkaitan dengan potensi masyarakat.

> " … kita harus melakukan pendekatan dengan local hero yang ada disana untuk mengetahui apa saja potensi yang ada disana, komunitas apa saja yang ada dan harus dilibatkan dalam program, sehingga kita tidak bersinggungan dengan pihak-pihak lain karena itu kita perlu riset dengan cara pendekatan dengan local hero untuk dapat melakukan perencanaan program IHH yang akan kita dilakukan di wilayah tersebut (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Melalui Program CSR IHH yang dilaksanakan pada wilayah DPSP Borobudur, PT TWC dapat memberdayakan pelaku wisata dan pelaku UMKM sekitar wilayah Borobudur dengan memberikan fasilitas pelatihan dan pendampingan dalam pelayanan pengunjung dan pelanggan yang sedang melakukan wisata di wilayah sekitar Borobudur agar mereka memiliki keahlian dalam pelayanan secara profesional dan memiliki kealian dalam melayani pengunjung atau pelanggan dengan baik. Dalam hal ini tujuan utama dari program CSR IHH agar potensi yang sudah ada pada masyarakat dapat dilatih menjadi keahlian atau skill yang dapat mereka miliki dan digunakan untuk hal yang bermanfaat dalam kegiatan ekonomi di wilayah sekitar wisata.

> "kita memberdayakan pelaku wisata dan pedagang-pedagang atau UMKM yang berada di wilayah Borobudur dengan memberikan fasilitas berupa lahan dagang yang kami sediakan dan pedagang-pedagang tersebut kita berikan pendampingan melalui program IHH agar mereka memiliki keahlian dalam melayani customer atau pengunjung (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Maka dari itu, melalui pelatihan hospitality dalam kegiatan CSR IHH peserta yang mayoritasnya adalah berprofesi sebagai pelaku wisata dan pelaku UMKM dan pekerjaannya yang bersinggungan dengan kegiatan wisata dapat mengasah kemampuan dan mengembangkan keahlian dalam melayani pengunjung dan pelanggan yang selalu mereka hadapi dalam pekerjaannya seperti yang diujarkan Ibu Siska Nurfalina dalam wawancara.

> "Melalui program CSR injourney hospitality ini saya dapat belajar bagaimana melayani, menghandle tamu sesuai dengan standartnya sekaligus dalam pelatihan injouurney hospitality ini kita peserta yang dimana kebanyakan berprofesi sebagai pelaku wisata, pemandu wisata dan pelaku UMKM itu memang sering menghadapi baik pengunjung dan pelanggan yang beranekaragam karakternya, nah melalui pelatihan ini lah kita bisa mengerti bagaimana cara menghadapi pengunjung atau pelanggan sesuai dengan standar pelayanan keramah tamahan

> Indonesia. Selain itu, juga mungkin melalui program ini kita dapat mengembangkan skill serta mengasah skill khususnya skill hospitality (Siska Nurfalina, Wawancara, 7 November 2024)."

Selain itu, melalui pelatihan dalam kegiatan IHH ini masyarakat yang mengikuti pelatihan dapat meningkatkan kapasitas diri baik secara individu maupun kelompok. Kemampuan dan keahlian yang didapatkan masyarakat mengenai pelayanan pada pengunjung dan pelanggan ini dapat dijadikan sebagai pembangunan berkelanjutan pada masyarakat. Kemampuan dan keahlian dalam pelayanan ini dapat membawa dampak baik untuk kegiatan ekonomi maupun kegiatan wisata pada wilayah wisata tertentu, dikarenakan dalam pelayanan yang berstandar keramahtamahan Indonesia dapat memberikan pengalaman yang baik bahkan memberikan pengalaman yang unik dan menarik bagi pengunjung dan pelanggan, sehingga terciptanya wisata yang berkelanjutan dan dapat dijadikan sebagai kegiatan ekonomi pada masyarakat.

3. Stakeholder Pada Kegiatan Program CSR Injourney Hospitality House Pada Wilayah DPSP Borobudur Yang Dilakukan Oleh PT TWC

Stakeholder merupakan pihak – pihak yang memiliki kepentingan yang dapat mempengaruhi dalam suatu kegiatan bisnis maupun kegiatan lainnya. Adapun yang dimaksud stakeholder dalam hal ini adalah pihak-pihak yang memiliki keterlibatan dan memiliki peran penting yang dapat mempengaruhi dalam jalannya kegiatan CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur yang dijalankan oleh PT TWC. Stakeholder dalam program CSR IHH ini mengacu pada pihak – pihak yang terlibat dalam program baik dari internal maupun eksternal program, mulai dari individu, komunitas, organisasi, bahkan hingga pada pemerintahan.

Seperti yang telah sedikit dijelaskan sebelumnya bahwasannya Program CSR IHH ini adalah program CSR dari Holding Injourney, akan tetapi program CSR ini dijalankan oleh member dari Holding Group Injourney tersebut. PT

TWC sebagai member holding dari Injourney menjalankan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur dan sifatnya tersebut adalah mandatory, yang berarti PT TWC sebagai member dari holding injourney wajib untuk menjalanakan serta melaksanakan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur, seperti yang diujarkan Ibu Ismiyati dalam wawancaranya

> "Namanya mandatory harus dilaksanakan ya, karena ini kewajiban kita sebagai member holding untuk menjalani program yang telah dibentuk dari Holding tersebut, tetap sifatnya adalah mandatory atau bisa dikatakan wajib dilaksanakan (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024)."

Dalam pelaksanaannya, PT TWC banyak melibatkan dengan mengajak bekerja sama pihak–pihak yang memiliki keterkaitan dengan program CSR IHH. Pihak – pihak yang dinilai memiliki keterkaitan dan memiliki perhatian serta fokus yang sama dengan tujuan dari program CSR IHH tersebut adalah Kelompok Desa Wisata, Pokdarwis, Karang Taruna dan masyarakat yang sedang merintis usaha dan memiliki ketertarikan mengenai hospitality untuk kepentingan bisnisnya dan lokal hero setempat.

> "Kita juga bekerja sama dengan lokal hero ada beberapa kelompok Desa Wisata, Pokdarwis setempat, karang Taruna setempat bahkan hingga masyarakat yang sedang merintis usaha pariwisatanya. (Ismiyati, Wawancara. 7 November 2024)."

Bukan hanya pelaku UMKM dan pegiat wisata yang diambil dari kalangan masyarakat untuk dilibatkan dalam program CSR IHH, tetapi juga pasti melibatkan BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dengan harapan agar kawasan itu berkembang secara ekonomi. Selain itu, organisasi desa seperti Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) juga dilibatkan dengan harapan yang sama, yaitu terciptanya pengembangan kawasan dalam bidang ekonomi.

> “Selain UMKM, pegiat wisata dan driver-driver biasanya juga pasti ada BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dan Pokdarwis itu mereka pasti ikut di setiap kegiatan IHH. Karena IHH ini adalah pengembangan kawasan, jadi di setiap kegiatan itu pasti ada BUMDES dan Pokdarwis, jadi organisasi-organisasi desa yang bergerak di bidang ekonomi pasti kita ajak (Muhammad Faiz, Wawancara, 7 November 2024).

Selain itu, dalam program CSR IHH bukan hanya melibatkan dari kelompok masyarakat saja, namun pemerintahan desa setempat juga ikut dilibatkan bahkan dari pihak pemerintahan desa terkadang juga menawarkan kerja sama dengan memberikan fasilitas berupa tempat untuk pelaksanaan kegiatan program CSR IHH. Pemerintahan Kabupaten juga dilibatkan, namun hanya dinas pariwisata saja diundang sebagai pembuka untuk pembukaan kegiatan program CSR injourney hospitality house.

> “… dalam pelaksanaan selain peserta yang dilibatkan komunitas-komunitas juga harus melibatkan pemerintahan desa, bahkan mungkin pemerintahan kabupaten juga. Namun, Dinas Pariwista selalu kita undang dalam kegiatan yang kita laksanakan ini sebagai pembuka kegiatan program IHH ini (Ismiyati, Wawancara, 7 November 2024).”

Selain itu, dalam pelaksanaan kegiatan program CSR IHH ini juga melibatkan Local Hero sebagai pemateri untuk memberikan pemahaman terkait hospitality dan juga berbagi cerita mengenai pengalaman local hero dalam menghadapi usahanya dibidang pariwisata. Bukan hanya sebagai pemateri, akan tetapi Local Hero ini juga memberikan usulan kepada penyelenggara program CSR IHH jauh sebelum dari pelaksanaan itu dilakukan dengan berdiskusi apa saja potensi yang ada dan apa problematika yang sedang dihadapi masyarakat. seperti yang diujarkan oleh Bian selaku Local Hero Borobudur

> “Waktu pelaksanaan jadi kita jadi pengsisi memberikan materi kepada peserta seperti itu, namun sebelum jauh pelaksanaan ada seperti macam

diskusi dengan penyelenggara mengenai apa yang diperlukan oleh masyarakat Borobudur (Biantamara, Wawancara, 3 Maret 2025)".

Dengan demikian, stakeholder yang ada dalam program CSR IHH ini merujuk pada pihak – pihak yang memiliki keterkaitan dengan pengembangan pariwisata dan pengembangan ekonomi di wilayah pariwisata. Pihak – pihak yang memiliki keterkaitan dalam dua hal tersebutlah yang dilibatkan dalam kegiatan program CSR IHH agar tujuan dari program CSR ini dapat terwujud dan tercipta sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam pelaksanaan program CSR IHH yang telah dilakukan, PT TWC turut melibatkan pihak-pihak yang meiliki keterkaitan dengan kegiatan wisata, Berikut pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program CSR IHH:



Gambar 3.4

Stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House

(*Sumber:* Akun instagram official @idm.impact)

Gambar diatas menunjukkan, bahwa PT TWC dalam melaksanakan program CSR IHH melibatkan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang sebagai pembukaan IHH dengan memberikan kata sambutan sebagai simbol peresmian dan pembukaan kegiatan IHH.

Selain itu, PT TWC dalam melaksanakan program CSR IHH juga turut melibatkan Pemerintahan Desa dalam pelaksanaannya



Gambar 3.5

Stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House

(*Sumber:* Akun instagram official @idm.impact)

Gambar diatas menunjukkan dalam melakukan kegiatan program CSR IHH PT TWC sebagai penyelenggara kegiatan melibatkan Pemerintahan Desa dan berkoordinasi langsung dengan pemerintahan desa untuk melaksanakan kegiatan program CSR IHH di wilayah Desa tersebut.



Gambar 3.6

Stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House

(*Sumber:* Akun instagram official @idm.impact)

Dalam gambar diatas dapat dilihat Angkasa Pura I – YIA sebagai pihak yang memiliki keterlibatan dalam melaksanakan kegiatan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur. Keterlibatan Angkasa pura I – YIA dalam program CSR IHH ini ialah sebagai kolaborator PT TWC dalam melaksanakan program CSR IHH.

4. Pembahasan

Dalam sub-bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko yang berlokasi pada Jl. Raya Solo – Yogyakarta No.Km 16, Rogem, Tamanmartani, Kec.

Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, lokasi penelitan kedua yaitu pada Aula Angkasa Pura I Yogyakarta dan Dukun, Muntilan, Magelang. Hasil penelitian ini berdasarkan dari perolehan observasi dan wawancara kepada 2 narasumber dari PT TWC dan 1 narasumber dari penerima manfaat CSR atau peserta CSR injourney hospitality house. Penelitian yang dilakukan ini akan membahas bagaimana implementasi program CSR injourney hospitality house yang dilakukan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko, meliputi strategi, tahapan, community development dan analisis stakeholder dalam program CSR injourney hospitality house yang dilakukan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.

1. Analisis implementasi program CSR Injourney Hospitality House yang dilakukan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.

CSR merupakan kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan dalam upaya untuk berkontribusi pada kehidupan masyarakat, baik dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Seperti yang dikatakan oleh Suhandari (2008:1), Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam melakukan pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memberikan perhatian tanggung jawab sosial yang diselaraskan dengan pertimbangan keseimbangan antara perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam hal ini, PT TWC sebagai perusahaan hadir untuk berkontribusi pada masyarakat dengan memperhatikan tanggung jawab sosial untuk masyarakat dengan pertimbangan perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang dilakukan dalam kegiatan – kegiatan CSR yang dijalankan oleh PT TWC.

Namun, pertimbangan alasan perusahaan untuk menjalankan CSR ini dapat dilihat dalam beberapa faktor. Frynas (2009) menjelaskan bagaimana

perusahaan dalam mempertimbangkan alasan-alasan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR, diantaranya yaitu, untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan, sebagai investasi sosial perusahaan, bagian dari strategi bisnis perusahaan, untuk memperoleh *licence to operate* dari masyarakat setempat, dan sebagai bagian dari *risk management* perusahaan.

1) Untuk memenuhi regulasi hukum, dan aturan

   Merupakan untuk memenuhi tuntutan dari regulasi hukum dan aturan dalam melaksanakan CSR dalam upaya mengatur perusahaan untuk wajib melakukan kontribusi pada masyarakat melalui program CSR yang telah diteapkan dalam regulasi hukum. Dalam Pasal 74 tentang Undang-Undang perseroan terbatas yang megatur bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan seumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Maka dari iu, PT TWC melaksanakan kegiatan CSR dengan memberikan kontribusi pada masyarakat sebagai bentuk untuk taat dan memenuhi regulasi hukum yang berlaku.

2) Sebagai investasi sosial perusahaan

   Investasi sosial perusahaan merupakan upaya pengembangan kapasitas sumber daya dalam lingkungan sebagai penguatan ekonomi dan sosial pada lingkungan sekitar perusahaan. Dalam hal ini PT TWC melalui program CSR injourney hospitality house memberdayakan sumber daya manusia sekitar wilayah operasional perusahaan dalam upaya pengembangan skill dan penguatan kapasitas sumber daya dalam bidang hospitality atau pelayanan pada daerah pariwisata. Hal tersebut akan memberikan dampak jangka panjang dan berkelanjutan untuk masyarakat dalam melakukan bisnisnya baik di bidang pariwisata maupun bisnis UMKM nya. Dengan demikian, melalui program CSR IHH PT TWC dapat menyamaratakan standar pelayanan yang baik pada wlayah operasionalnya, sehingga melalui pelayanan yang baik tersebut akan menjadikan nilai positif untuk

PT TWC dan wilayah sekitar operasional perusahaan. Selain itu, melalui program CSR IHH, masyarakat sebagai peserta yang memang pada dasarnya pelaku wisata dan pedagang UMKM ini akan di nilai sebagai image positif dan penilaian itu akan berpengaruh dengan PT TWC sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata.

3) Bagian dari strategi bisnis perusahaan

   Strategi bisnis perusahaan ialah strategi untuk menjalankan bisnis sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah dirancang agar sesuai dengan harapan dan target yang akan dicapai perusahaan. Harapan dan target tersebut bukan hanya menyangkut keuntungan pendapatan perusahaan saja, namun penilaian pada image dan citra perusahaan itu juga dapat menjadi bagian dalam harapan dan target perusahaan yang telah direncanakan dalam bisnis perusahaan. Dalam hal ini, PT TWC melalui kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan salah satunya dengan menjalankan program CSR IHH ini berupaya untuk mendapatkan kesan dan penilaian yang positif dari masyarakat, sehingga program CSR ini dapat menjadi bagian dari strategi bisnis perushaan dengan tujuan untuk mendapatkan penilaian dan kesan yang positif oleh masyarakat dan menciptakan citra yang positif untuk perusahaan.

4) Untuk memperoleh *licence to operate* perusahaan

   Licence to operate perusahaan dapat diartikan sebagai dapat diterima dan didukung oleh pihak-pihak sekitar operasional perusahaan. Dalam suatu kegiatan operasional perusahaan ini harus mendapatkan izin sosial, yakni dari masyarakat setempat, organisasi setempat dan komunitas yang berada di wilayah sekitar operasional. Untuk dapat diterima dan di izinkan bahkan di dukung tersebut perusahaan harus melakukan upaya pendekatan kepada masyarakat setempat. Selain itu dengan memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan sosial oleh perusahaan kepada masyarakat juga sebagai salah satu cara untuk mendapatkan *licence to operate* tersebut.

Dengan demikian, PT TWC melalui kegiatan program CSR salah satunya Program CSR IHH ini adalah sebagai upaya kontribusi nyata untuk masyarakat dalam pembangunan sosial di sekitar wilayah perusahaan. Oleh karena itu, program CSR yang dilakukan PT TWC dilakukan sebagai langkah untuk berkontribusi pada masyarakat sehingga PT TWC dapat dinilai baik oleh masyarakat sekitar dan dapat diterima hingga di dukung oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

5) Sebagai bagian dari *risk management* perusahaan

   Risk management atau manajemen resiko merupakan pengeloaan resiko yang dapat menjadi ancaman untuk perusahaan. Dalam hal ini, dengan melakukan kegiatan CSR salah satunya dengan program CSR injourney hospitality house dapat mengelalola resiko atau konflik soosial antara masyarakat dan perusahaan. Melibatkan masyarakat sebagai target dari program CSR ini merupakan salah satu langkah untuk pendekatan antara perusahaan dan masyarakat, sehingga dapat menjauhkan dari kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Selain itu, jika masyarakat tidak dilibatkan maka bisa saja konflik sosial terjadi akibat dari adanya kesenjangan atara perusahaan masyarakat. Dengan demikian, melalui kegiatan CSR injourney hospitality house ini dapat menghindari konflik maupun meredam konflik sosial yang akan menjadi resiko ancaman bagi perusahaan.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan. Menurut Wibisono dalam jurnalnya Sidik, dkk (2024), tahapan implementasi dalam melaksankan kegiatan CSR dibagi menjadi 4 tahapan, yaitu yang pertama tahapan perencanaan, yang ke-dua tahapan implementasi atau pelaksanaan, yang ke-tiga tahap evaluasi dan yang ke-empat tahap laporan. Berikut tahapan implementasi yang dilakukan dalam program CSR IHH:

1) Tahapan perencanaan

Perencanaan merupakan tahapan awal untuk merencanakan suatu kegiatan. Dalam hal ini, perencanaan Program CSR IHH dalam melakukan kegiatan pelatihan hospitality untuk masyarakat dilakukan dan dirancang secara sistematis agar mencapai tujuan yang telah direncanakan. PT TWC sebagai pihak penyelenggara kegiatan pelatihan IHH dalam program CSR IHH melakukan perencanaan dengan mendalam. Dapat dilihat bagaimana perencanaan pada kegiatan pelatihan IHH dalam program CSR IHH yang diselenggarakan oleh PT TWC di DPSP Borobudur ini dilakukan dengan survey dan riset mendalam untuk merancang perencanaanya. Hasil dari survey dan riset yang dilakukan tersebut dirancang untuk menyusun rencana yang akan membantu program CSR IHH itu dilaksanakan dan sesuai dengan tujuannya. Riset yang dilakukan tersebut meliputi, riset audiens, mencari permasalahan yang ada pada masyarakat, mencari tahu potensi apa saja yang dimiliki oleh masyarakat pada daerah tersebut, mencari tahu siapa saja yang dapat organisasi atau komunitas pada daerah tersebut yang dapat dilibatkan dalam kegiatan. Hal ini juga dilakukan untuk mengenali bagaimana karakteristik masyarakat dan karakteristik daerah yang telah menjadi target sebagai daerah yang menerima manfaat dari program CSR IHH. Selain itu juga PT TWC sebagai penyelanggara acara melakukan survey lokasi yang akan menjadi venue tempat kegiatan pelatihan IHH tersebut akan dilaksanakan dan juga survey vendor-vendor yang dapat diajak bekerja sama dalam memenuhi kebutuhan kegiatan pelatihan IHH selama 3 hari. Dalam perencanannya kegiatan pelatihan IHH dalam program CSR IHH ini dilaksanakan dalam 3 hari dari jam 08.00-12.00 dengan kapasitas peserta 120 peserta yang dibagi menjadi dua kelas pelatihan yang berisi 60 orang per kelas.

2) Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan sebuah tindakan dalam melaksanakan suatu kegiatan dari hasil perencanaan sebelumnya yang telah dibuat secara rinci.

Dalam hal ini, pelaksanaan program CSR IHH dilaksanakan berdasarkan dengan perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Maka dari itu, pelaksanaan kegiatan pelatihan hospitality dalam program CSR IHH di laksanakan berdasarkan dengan acuan perencanaan. Dalam pelaksanaanya kegiatan pelatihan hospitality dalam program IHH dilaksanakan selama 3 hari dari jam 08.00-12.00. Peserta yang mengikuti dari kegiatan pelatihan hospitality dalam program IHH ini berjumlah 120 peseta yang dibagi menjadi 2 kelas, yaitu kapasitas dalam satu kelasnya berjumlah 60 peserta. Hal ini diterapkan agar pemahaman peserta yang diberikan melalui pemateri dapat diterima dengan efektif pada pelatihan dalam program CSR IHH tersebut. pelaksanaan dalam 3 hari tersebut meliputi pelatihan yang diberikan kepada peserta dengan materi secara bertahap. Pada hari pertama, kegiatan tersebut dilaksanakan dengan pembukaan kegiatan lalu dilanjutkan dengan pelatihan dengan memaparkan materi 3P (produk, price, people) yang diberikan oleh pemateri/trainer dalam pelatihan tersebut. Lalu pada hari kedua kegiatan pelatihan dalam program CSR IHH memberikan pemahaman cara berkomunikasi kepada peserta melalui materi komunikasi efektif yang dipaparkan oleh pemateri/trainer. Selain itu, pada hari kedua bukan hanya trainer yang memberikan pelatihan dalam kegiatan tersebut, namun ada juga Local Hero sebagai pemateri yang berbagi pengalaman bagaimana menghadapi bisnis dalam dunia pariwisata dan UMKM, dan berdiskusi dengan peserta yang ada dalam kegiatan tersebut untuk menghadapi permasalahan yang dapat menjadi kendala dalam praktek bisnis dalam dunia pariwisata dan UMKM. Selain itu pada hari kedua juga peserta dikelompokkan dalam kegiatan pelatihan IHH melakukan diskusi pada kelompok kecil atau bisa disebut dengan FGD untuk memecahkan studi kasus yang telah diberikan oleh pemateri. Studi kasus yang diberikan ini terkait dengan kegiatan cara berkomunikasi, hospitality dan menentukan 3P dalam bisnis. Lalu di hari ketiga, dalam

pelatihan tersebut peserta diberikan materi oleh pemateri/trainer mengenai hospitality. Pada hari ketiga juga masih sama dengan hari kedua terdapat aktivitas FGD, peserta diminta berdisukusi untuk memecahkan studi kasus yang telah ditentukan oleh pemateri/trainer.

3) Tahap Evaluasi

Evaluasi merupakan tahap untuk mengukur bagaimana efektivitas dan tingkat keberhasilan dalam kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam hal ini, PT TWC sebagai pihak penyelenggara program CSR IHH melakukan evaluasi dengan dua hal yang terstruktur. Dua hal ini meliputi dua formulir yang diberikan kepada peserta untuk diisi. Formulir pertama yang wajib diisi oleh peserta adalah untuk formulir data diri peserta meliputi jenis pekerjaan, pemasukan perhari, pemasukan perbulan dan target pemasukan untuk selanjutnya. Formulir kedua yang diberikan kepada peserta pada hari terakhir kegiatan ini berisi mengenai evaluasi, saran dan kritik kegiatan selama 3 hari yang telah peserta jalani. Selain itu, evaluasi yang juga dilakukan adalah dengan mewadahi peserta dengan grup whatsapp untuk masih saling terhubung dan dapat berbagi pengalaman ataupun berdiskui mengenai hospitality dengan pemateri atau trainer. Selain itu juga, PT TWC memonitoring langsung ke lapangan dengan menyamar sebagai pengunjung atau pelanggan ke peserta yang telah mengikuti kegiatan pelatihan dalam program CSR IHH. Hal ini untuk mengukur efektivitas pemahaman yang telah diberikan kepada peserta dalam kegiatan pelatihan IHH.

4) Tahap laporan

Tahap laporan merupakan tahapan akhir dengan membentuk laporan yang akan digunakan sebagai arsip perusahaan atas kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam hal ini, PT TWC membuat laporan program CSR IHH yang telah dilaksanakan dengan 3 bentuk laporan, yaitu yang pertama laporan kegiatan, laporan bulanan dan laporan tahunan. Seluruh laporan

mengenai program CSR IHH ini diserahkan pada Injourney sebagai holding dari PT TWC.

Tahapan	Bentuk kegiatan
Perencanaan	1. Diskusi bersama Local Hero 2. Riset audiens 3. Riset karakteristik wilayah 4. Riset permasalahan wilayah 5. Perencanaan stakeholder dalam kegiatan 6. Perencanaan penggunaan vendor dalam pemenuhan kebutuhan kegiatan
Pelaksanaan	1. Dilaksanakan dalam 3 hari, dengan durasi durasi 4 jam, dari jam 08.00-12.00 2. Pembukaan kegiatan 3. Pelatihan hospitality, meliputi materi 3P (product, price, people), materi komunikasi efektif, dan materi pelayanan atau hospitality 4. Focus group discussion (FGD) dengan studi kasus 5. Presentasi hasil FGD 6. Ice breaking 7. Penutupan kegiatan
Evaluasi	1. Evaluasi internal kegiatan penyelenggara 2. Evaluasi menggunakan form yang diberikan kepada peserta 3. Monitoring pada peserta program menggunakan grup WA 4. Monitoring langsung ke tempat bisnis peserta dengan menyamar sebagai pengunjung atau pelanggan

Laporan	1. Laporan kegiatan 2. Laporan bulanan kegiatan 3. Laporan tahunan kegiatan

Tabel 3.2

Tabel tahapan program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC

Dalam program CSR dengan bentuk kegiatan melakukan pengembangan kepada masyarakat dengan upaya meningkatkan keterampilan maupun pengetahuan masyarakat pemberdayaan sebagai tujuan memberdayakan masyarakat dalam program CSR yang dilakukannya disebut dengan *community development*. Menurut Budimanta dalam Rudito (2019:120) menjelaskan bahwa *community development* merupakan kegiatan yang dilakukan sebagai upaya dalam pembangunan masyarakat, dilakukan secara sistematis dan terstruktur dalam kegiatannya kepada masyarakat guna untuk mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik untuk masyarakat. Dalam hal ini, PT TWC dalam menjalakan program CSR IHH dengan melakukan kegiatan berupa pelatihan hospitality yang ditujukan kepada masyarakat adalah untuk memberikan pemahaman hospitality yang memiliki standar baik sehingga masyarakat memiliki pengetahuan dan keterampilan hospitality yang baik, profesional dan memiliki standar yang sama dalam melayani pengunjung atau tamu. Pengetahuan dan keterampilan hospitality tersebut yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk menjalani aktivitas bisnisnya dalam lingkup pariwisata dan bisnis UMKM. Keterampilan dan pengetahuan yang didapatkan oleh masyarakat dari kegiatan IHH ini menjadi bekal masyarakat dan dapat berkelanjutan untuk penerapannya dalam melakukan kegiatan bisnis dalam melayani tamu, pengunjung dan pelanggan di lingkungan wisata. Maka dari itu, kegiatan pelatihan IHH dalam program CSR yang dilakukan oleh TWC selaras dengan tujuan dari *community developmet*

yaitu untuk mencapai pengembangan pada masyarakat dalam mengubah kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Namun dalam program CSR yang berlandaskan pengembangan masyarakat memiliki karakteristik umum tersendiri dalam kegiatan program CSR dalam pengembangan masyarakat tersebut. Menurut Arsawan dkk (2016), menjabarkan bahwa dalam kegiatan *community development* terdapat 3 karakteristik umum dalam kegiatannya, yaitu berbasis masyarakat *(community base),* Berbasis sumber daya *(local resource base),* dan berkelanjutan *(Sustainable).* Dalam hal ini, pogram CSR IHH kegiatannya meliputi dari 3 karakteristik umum *community development* tersebut sebagai berikut:

1) Berbasis masyarakat *(community-base)*

   PT TWC dalam menjalankan program CSR IHH melakukan kegiatannya dengan melibatkan masyarakat secara langsung mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga eveluasi. Upaya pendekatan kepada masyarakat sebelum kegiatan juga dilakukan oleh PT TWC dengan survey dan riset langsung masalah yang terjadi dilapangan. Dalam pendekatannya kepada masyarakat, PT TWC merangkul Local Hero sebagai masyarakat untuk melakukan diskusi perencanaan apa saja yang akan dilakukan dan siapa saja yang akan dilibatkan dalam kegiatan pelatihan hospitality program CSR IHH. Hal ini dilakukan untuk mendukung jalannya kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan masyarakat setempat.

2) Berbasis sumber daya setempat *(local resource base)*

   Dalam hal ini, yang dimaksud dengan berbasis sumber daya setempat ialah program atau kegiatan yang dirancang berdasarkan dari potensi atau sumber daya yang ada pada suatu wilayah tertentu. Dalam hal ini, program CSR IHH melakukan kegiatannya dengan memberikan pelatihan hospitality pada wilayah-wilayah yang telah memiliki potensi wisata dan daya jual wisata. Pada wilayah wisata tersebut masyarakatnya telah miliki potensi untuk menjual daya wisatanya kepada pengunjung dan pelanggan.

Maka dari itu, kegiatan IHH dalam program CSR yang diselenggarakan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur ini memberikan pelatihan kepada masyarakat penerima program CSR IHH untuk meningkat kemampuan dan keterampilan diri dalam potensinya yang telah ada pada masyarakat di wilayah-wilayah yang memiliki potensi wisata tersebut.

3) Berkelanjutan *(sustainable)*

Dalam hal ini yang dimaksud dengan berkelanjutan dalam program CSR ialah dapat memberikan manfaat kapada masyarakat dalam jangka panjang, Dalam hal ini, PT TWC sebagai penyelanggara program CSR IHH memberikan manfaat yang memiliki dampak jangka panjang kepada masyarakat penerima program CSR IHH tersebut. Dengan memberikan pelatihan hospitality kepada masyarakat, pelaku wisata dan pelaku UMKM ini memberikan pemahaman, pengetahuan dan keterampilan untuk di terapkan dalam jangka panjang pada kegiatan bisnis masyarakat tersebut.

Karakteristik umum	Deskripsi
Berbasis masyarakat	Melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui Local Hero dan melibatkan Local Hero dalam melakukan survey dan riset dalam perencanaan program
Berbasis sumber daya	kegiatan dirancang berdasarkan potensi yang telah dimiliki oleh masyarakat untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas potensi yang telah ada pada masyarakat di suatu wilayah tertentu.
Berkelanjutan	Program CSR IHH memberikan manfaat dalam jangka panjang kepada masyakat dengan memberikan pelatihan yang dapat diterapkan oleh masyarakat dalam kegiatan bisnisnya sehingga terjadinya pembangunan ekonomi kepada masyarakat.

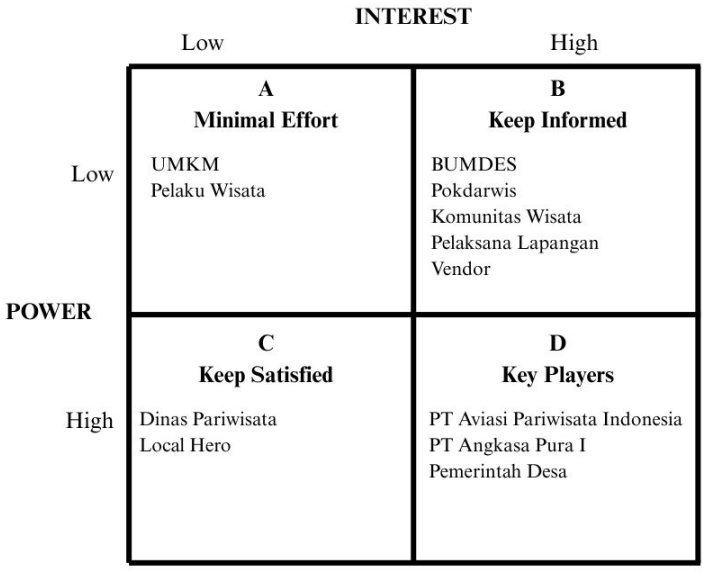
Tabel 3.3

Tabel analisis 3 karakteristik umum community development dalam program CSR IHH

2. Analisis stakeholder dalam program CSR Injourney Hospitality House yang dilakukan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kegiatan atau pihak pihak yang memiliki keterlibatan dalam suatu program maupun kegiatan dan pihak yang memiliki andil dan peran didalamnya. Fassin dalam Yoehana (2013) menjelaskan bahwa stakeholder mengacu pada pada individu, kelompok atau komunitas yang memiliki peranan dan andil di sebuah perusahaan. Dalam program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur sudah tentu memiliki stakeholder atau pihak-pihak yang terlibat dan memiliki andil dan memiliki peranannya masing masing dalam pada kegiatan IHH tersebut.

Untuk mengetahui bagaimana jenis dan tingkat stakeholder memiliki andil dan peran dalam program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur dapat diklasifikasikan melalui analisis menggunakan matriks power (kekuasaan) dan interest (kepentingan). Gregory (2007), menjelaskan bahwa berbagai stakeholder dapat diklasifikasikan dengan model analisis matriks *power-interest*. Berikut bentuk klasifikasi dari matriks *power-interest* stakeholder dalam program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur dengan mengklasifikasikan stakeholder dalam 4 kategori.



Gambar 3.7

Matriks Power-Interest dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur

(*Sumber*: Peneliti)

1) Minimal Effort

Minimal effort didefinisikan sebagai stakeholder yang memiliki tingkat kekuasaan dan kepentingan yang rendah terhadap implementasi program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur. Namun, kontribusi dalam kategori minimal effort ini juga perlu diperhatikan karena dapat berdampak pada keberhasilan program yang dilakukan. Dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur ini terdapat 2 stakeholder yang berada di kategori minimal effort, yaitu UMKM dan Pelaku Wisata

UMKM dan pelaku wisata dalam program CSR IHH ini memang tidak terlihat secara signifikan peranannya dalam program yang telah dijalankan, namun UMKM dan Pelaku Wisata tersebut target utama sebagai peserta

dalam program CSR IHH. Dengan demikian, walaupun UMKM dan Pelaku Wisata tersebut tidak memiliki tingkat kekuasaan dan kepentingan yang besar, mereka memberikan kontribusi cukup besar dalam implementasi program dengan menjadi peserta atau penerima manfaat dari program CSR IHH. Maka dari itu, kategori stakeholder minimal effort ini juga tetap harus diperhatikan untuk mencapai keberhasilan program yang telah direncanakan.

2) Keep Informed

Keep informed merupakan kategori jenis stakeholder yang didefinisikan sebagai stakeholder yang memiliki kekuasaan rendah namun memiliki tingkat kepentingan yang besar dalam implementasi program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur. Dalam hal ini kategori stakeholder keep informed pada implementasi program CSR IHH merujuk pada pihak-pihak yang terlibat dalam program CSR IHH yang memiliki kekuasaan rendah namun memiliki kepentingan yang besar. Stakeholder dengan kategori keep informed dalam program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur, sebagai berikut.

a. BUMDES (Badan Usaha Milik Desa)

BUMDES memiliki peran yang cukup signifikan dalam implementasi program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur. BUMDES berperan aktif dalam keterlibtannya pada program, dengan menjadi peserta dan sebagai salah satu organisasi yang menjembatani antara perusahaan dengan masyarakat. Dengan adanya BUMDES perusahaan dapat mengetahui apa saja kegiatan wisata yang dapat menjadi bisnis untuk masyarakat atau kegiatan wisata yang telah menjadi bisnis oleh masyarakat setempat. Dalam kegiatan program CSR IHH BUMDES memiliki kepentingan yang besar untuk mendapatkan ilmu dan

keahlian yang dapat diimplementasikan pada kegiatan usaha desa tersebut. Namun Bumdes tidak memiliki kekuasaan yang besar dalam program seperti pengambilan keputusan, kebijakan dan perencanaan program CSR IHH. Akan tetapi, dengan tingkat kepentingan yang besar BUMDES menciptakan komitmen untuk keberhasilan dan berkelanjutan dari program CSR IHH

b. Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata)

   Pokdarwis dalam kegiatan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur cukup memiliki peran besar. Dapat dilihat bagaimana Pokdarwis aktif dalam keterlibatannya pada program CSR IHH sebagai salah satu peserta atau penerima manfaat dari program CSR IHH. Pokdarwis memiliki kepentingan yang besar dalam program CSR IHH, dikarenakan kegiatan dari program CSR IHH memiliki keterkaitan yang cukup signifikan dalam kegiatan sehari-harinya yaitu wisata, namun tidak memiliki kekuasaan yang besar dalam keterlibatannya untuk mengambil kebijakan, perencanaan pada program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur. Maka dari itu, Pokdarwis dikategorikan sebagai stakeholder keep informed yang harus diperhatikan untuk mencapai keberhasilan program dan berkelanjutan dari program CSR IHH.

c. Komunitas Wisata

   Dalam program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur Komunitas Wisata juga terlibat sebagai peserta atau penerima manfaat dari program CSR IHH. Kontribusinya sebagai peserta dapat dikatakan cukup berpengaruh dalam keberhasilan program. Namun komunitas wisata disini membawa kepentingan yang besar untuk komunitasnya, akan tetapi dalam implementasi program CSR IHH Komunitas Wisata tidak memiliki kekuasaan yang besar untuk mengambil kebijakan dan perencanaan pada program tersebut. Komunitas Wisata disini hanya

dilibatkan sebagai peserta dari kegiatan program CSR IHH. Meski demikian, kehadiran Komunitas Wisata ini harus diperhatikan dalam kontribusinya sebagai peserta untuk mencapai keberhasilan dan berkelanjutan dari program CSR IHH itu sendiri.

d. Pelaksana Lapangan

Pelaksana lapangan merupakan pihak yang memiliki kontribusi cukup signifikan dalam implementasi program CSR IHH. Pelaksana lapangan memegang tanggung jawab untuk mencapai keberhasilan program CSR IHH dan juga memegang tanggung jawab pada peserta yang ikut serta pada kegiatan program CSR IHH. Pelaksana lapangan ini membawa kepentingan yang cukup besar untuk menunjang keberhasilan dalam menjalankan kegiatan dilapangan dalam program CSR IHH. Namun, pelaksana lapangan memiliki kekuasaan kecil dikarenakan pelaksana lapangan tidak dapat mengambil suatu kebijakan dalam implementasi program CSR IHH. Maka dari itu, pelaksana lapangan dikategorikan sebagai stakeholder keep informed yang harus diperhatikan untuk mencapai tujuan dari program dan keberhasilan dari program CSR IHH.

e. Vendor

Vendor memiliki kontribusi besar dalam program CSR IHH sebagai pihak yang memenuhi kebutuhan selama kegiatan dari program CSR IHH berlangsung dilaksanakan. Dengan demikian Vendor dikategorikan sebagai stakeholder keep informed yang memiliki kepentingan besar dalam program, namun memiliki kuasa yang kecil dalam mengambil kebijakan pada implementasi program CSR IHH. Meskipun demikian, Vendor juga perlu diperhatikan untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan program.

3) Keep Satisfied

Keep satisfied didefinisikan sebagai stakeholder yang memiliki kekuasaan besar namun memiliki kepentingan yang kecil dalam sebuah keterlibatannya pada suatu kegiatan perusahaan dan program yang dijalankan. Dalam hal ini, pada program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur stakeholder yang memiliki kekuasan besar, namun memiliki kepentingan kecil itu ialah Dinas Pariwisata dan Local Hero.

a. Dinas Pariwisata

   Dinas pariwisata dalam implementasi program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur memiliki kuasa yang besar dikarenakan pemberian ijin atau suatu kegiatan wisata diperlukan izin dari dinas pariwisata tersebut, namun untuk kepentingan Dinas Pariwisata dalam program CSR IHH ini cukup kecil karena dalam kontribusinya pada kegiatan IHH Dinas Pariwisata hanya dilibatkan sebagai pembuka kata sambutan kegiatan program CSR IHH. Akan tetapi, Dinas pariwisata ini harus tetap diperhatikan dan harus terus menjalin komunikasi mengenai kegiatan program CSR IHH yang akan dilakukan maupun yang dilakukan dan yang telah dilakukan agar kegiatan program CSR IHH ini mencapai keberhasilan dalam pelaksanaannya.

b. Local Hero

   Local Hero merupakan salah satu elemen masyarakat yang memiliki kuasa besar pada masyarakatnya itu sendiri. Kontribusi Local Hero dalam implementasi program CSR IHH ini cukup besar, dikarenakan dalam perencanaan program CSR IHH ini sendiri Local Hero dilibatkan untuk merencakan suatu kegiatan program CSR IHH yang akan dilaksanakan pada wilayah Local Hero itu sendiri. Selain itu Local Hero juga berkontribusi sebagai pengisi materi untuk peserta program CSR IHH. Dalam hal ini, Local hero memiliki kekuasaan yang cukup besar pada wilayahnya namun memiliki kepentingan yang

kecil dalam program CSR IHH. Akan tetapi Local Hero ini harus tetap diperhatikan dan menjalin komunikasi secara rutin untuk mencapai keberhasilan program dan keberlanjutan dari program yang telah dilaksanakan.

4) Key Player

Key player merupakan salah satu ketagori stakeholder dalam klasifikasi Matriks *power-interest*. Key player didefiniskan sebagai stakeholder yang memiliki tingkat kekuasaan dan tingkat kepentingan yang besar. Dalam program CSR IHH stakeholder yang berperan secara langsung dan selalu dilibatkan dalam pengambilan keputusan, yaitu PT. Aviasi Pariwisata Indonesia (Injourney), PT. Angkasa Pura 1 dan Pemerintah Desa.

a. PT. Aviasi Pariwisata Indonesia (Injourney)

PT. Aviasi Pariwisata Indonesia atau Injourney merupakan sebagai penggerak utama dalam program CSR IHH. Dalam program CSR IHH PT. Aviasi Pariwisata Indonesia mengambil peran sebagai penanggung jawab koordinasi administratif dari seluruh kegiatan program CSR IHH, mengelola anggaran, membuat kebijakan dan memastikan kelancaran dalam seluruh rangkaian program CSR IHH. Maka dari itu, PT Aviasi Pariwisata Indonesia memiliki peranan yang besar sebagai key player dalam program CSR IHH sangat berpengaruh terhadap keberhasilan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur.

b. PT. Angkasa Pura I

PT. Angkasa Pura I merupakan kolaborator PT. TWC dalam melakukan pelaksanaan kegiatan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur. PT. Angkasa Pura I terlibat aktif dalam program CSR IHH, dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Selain itu juga PT. Angkasa Pura I berkontirbusi sebagai pihak yang

menjembatani antara program dan masyarakat dan memberikan fasilitas penuh berupa venue pada program CSR IHH. Oleh karena itu, PT Angkasa Pura I merupakan salah satu key player dalam program CSR IHH yang memiliki peran dan kontibusi besar didalamnya untuk mewujudkan keberhasilan program yang dijalankan dan memastikan program tersebut dapat berkelanjutan.

c. Pemerintah Desa

Pemerintah Desa merupakan salah satu key player dalam program CSR IHH. Pemerintah Desa memiliki peranan sebagai pihak yang menjembatani antara program CSR IHH dan masyarakat yang terdaftar sebagai penerima manfaat dari program CSR IHH. Selain itu Pemerintah Desa juga berperan sebagai pihak yang memiliki urusan birokrasi dan perijinan dalam menjalankan kegiatan program CSR IHH. Oleh karena itu, Pemerintah Desa memiliki andil besar dalam keberhasilan dan keberlanjutan pada program CSR IHH

Selain itu, untuk mengetahui bagaimana peran stakeholder dalam suatu kegiatan atau program yang dijalankan, peran tersebut dapat dianalisis dalam 5 klasifikasi. Seperti yang dijelaskan oleh Nugroho (dalam Nugroho dkk, 2022), peran stakeholder dapat diklasifikasikan melalui 5 peran, yaitu, policy creator, koordinator, fasilitator dan implementor. Berikut analisis peran stakeholder pada program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur dalam 5 klasifikasi:

1) Policy creator

Policy creator merupakan stakeholder yang memiliki peran sebagai pihak yang memiliki kewenangan untuk membuat dan menetapkan kebijakan dalam suatu kegiatan ataupun program. Dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur terdapat dua stakeholder yang memiliki peran sabagai stakeholder dengan klasifikasi policy creator, yaitu PT. Aviasi Pariwisata Indonesia (Injourney) dan PT. Angkasa Pura I. Pada implementasi program

CSR IHH ini PT. Aviasi Pariwisata Indonesia merupakan pihak yang memegang seluruh kekuasaan dan tanggung jawab untuk membuat serta memutuskan kebijakan dalam kegiatan program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur. Sedangkan PT. Angkasa Pura I merupakan kolaborator dari PT TWC yang memiliki wewenang sebagai perusahaan yang dipercaya oleh Holding Injourney untuk memegang tanggung jawab dalam melaksanakan program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur. Dalam hal ini, PT Angkasa Pura I diberikan kekuasaan untuk merancang kebijakan serta memutuskan kebijakan terkait kegiatan program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur.

2) Koordinator

Stakeholder pada klasifikasi koordinator ini merupakan stakeholder yang berperan sebagai pihak yang mengkoordinasikan seluruh stakeholder dalam kegiatan atau program yang sedang dilakukan.. Pada program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur ini, stakeholder yang memiliki peran sebagai koordinator adalah Pemerintah Desa, Bumdes dan Pokdarwis. Ketiga stakeholder tersebut berperan sebagai pihak yang mengkoordinasikan untuk mengajak masyarakat, pelaku wisata dan UMKM yang berada di wilayahnya untuk mengikuti dan memberikan arahan dalam pelaksanaan program CSR IHH yang akan dijalankan. Pemerintah Desa, Bumdes dan Pokdarwis memiliki kedekatan dengan masyarakat yang menjadi sasaran sebagai penerima atau peserta dari program CSR IHH.

3) Fasilitator

Stakeholder pada klasifikasi fasilitator ini merupakan stakeholder yang memiliki peran sebagai pihak yang memenuhi seluruh kebutuhan dan fasilitas dalam kegiatan yang dijalankan. Dalam hal ini, pada pelaksanaan program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur, untuk memenuhi seluruh kebutuhan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan program CSR

IHH ini menggunakan Vendor. Maka dari itu, Vendor merupakan pihak stakeholder fasilitator dalam kegiatan program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur yang dilaksanakan oleh PT TWC.

4) Implementor

Implementor merupakan pihak dalam program yang berperan sebagai pelaksana dari kebijakan yang telah ditetapkan ataupun yang telah direncanakan. Stakeholder yang menjadi implementor ini bertanggung jawab penuh untuk melaksanakan seluruh rangkaian dari kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan. Dalam program CSR IHH, pihak yang menjadi implementor adalah Pelaksana Lapangan dan Local Hero. Pelaksana Lapangan bertanggung jawab penuh atas semua implementasi dari program CSR IHH, mulai dari melakukan riset untuk perencanaan, pelaksanaan, evaluasi hingga laporan dari hasil seluruh kegiatan program CSR IHH yang telah dilakukan. Sedangkan Local Hero dalam program CSR IHH dilibatkan dalam implementasinya dipercaya sebagai pihak yang dapat membantu program mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan.

5) Akselerator

Akselerator merupakan pihak yang berperan sebagai pendukung untuk mencapai tujuan serta mencapai keberhasilan dari suatu kegiatan atau program. Dalam program CSR IHH stakeholder yang masuk dalam klasifikasi akselerator ini adalah Komunitas Wisata, UMKM, Pelaku Wisata dan Dinas Pariwisata. Dalam implementasinya Komunitas Wisata, UMKM dan Pelaku Wisata ini menjadi sasaran utama dari program sebagai pihak yang akan menerima dari manfaat program CSR IHH. Maka dari itu kehadiran dari Komunitas Wisata, UMKM dan Pelaku Wisata ini menjadi faktor utama pendukung untuk mencapai keberhasilan dari kegiatan program CSR IHH. Selain itu, Dinas Pariwisata juga salah satu pihak yang menjadi akselarator dari program CSR IHH, dukungan dari Dinas

Pariwisata ini juga berpengaruh besar untuk mencapai keberhasilan program.

Klasifikasi Peran	**Stakeholder**
Policy Creator	PT Aviasi Pariwisata Indonesia PT Angkasa Pura I
Koordinator	Pemerintah Desa BUMDES Pokdarwis
Fasilitator	Vendor
Implementor	Pelaksana Lapangan Local Hero
Akselerator	Komunitas Wisata UMKM Pelaku Wisata Dinas Pariwisata

Tabel 3.3

Tabel analisis klasifikasi peran stakeholder dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur pada tahun 2024 dilaksanakan dalam 3 kabupaten, yaitu Kabupaten Magelang, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Sleman. Dalam implementasi program CSR IHH pada wilyah DPSP Borobudur yang bertema Injourney Hospitality House ini memberikan manfaat kepada masyarakat dalam bentuk kegiatan pelatihan hospitality atau pelayanan untuk masyarakat dengan harapan masyarakat sekitar wilayah wisata memiliki keahlian untuk melayani tamu atau pelanggan dengan ciri khas Indonesia ramah tamah. Jumlah dari masing-masing peserta atau masyarakat yang mengikuti dalam setiap kegiatan pelatihan yang dilaksanakan 3 hari ini adalah 120 peserta, Namun dalam 1 sesi yang dihadiri oleh 120 peserta itu dibagi lagi menjadi 2 kelas yang berjumlah setiap kelasnya 60 peserta.

Program CSR IHH ini dilakukan dalam bentuk rasa tanggung jawab sosial dari perusahaan untuk masyarakat sekitar wilayah operasional, atas pertimbangan untuk memenuhi regulasi, bagian dari strategi bisnis perusahaan, sebagai bagian dari *licence to operate* perusahaan dan sebagai bagian dari investasi sosial agar terwujudnya hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar wilayah operasional perusahaan. Program CSR IHH yang telah dilaksanakan ini dilakukan berdasarkan dalam 5 tahapan, yaitu tahapan perancanaan, tahapan pelaksanaan, tahapan evaluasi dan yang terakhir tahapan laporan. Dalam implementasi program CSR IHH ini dilakukan untuk pengembangan masyarakat *(community development)* dengan berbasis masyarakat *(community-base)*, kagiatan pelatihan yang diberikan kepada masyarakat juga berbasis sumber daya setempat *(local resource base)*, dan memiliki manfaat dalam jangka panjang kepada masyarakat atau dapat berkelanjutan *(sustainable)* untuk masyarakat.

Dalam mencapai keberhasilan implementasi program CSR IHH yang telah dilaksanakan ini, 12 stakeholder memiliki peranan penting dengan tujuan yang sama. PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Injourney) dan PT Angkasa Pura I, dan Pemerintah Desa yang menjadi pemain kunci *(key player)*, Dinas Pariwisata dan Local Hero yang menjadi keep satisfied. Selain itu, BUMDES, Pokdarwis, Komunitas Wisata, Pelaksana Lapangan dan Vendor yang menjadi stakeholder keep informed, serta UMKM dan Pelaku Wisata yang menjadi stakeholder kategori minimal effort. Seluruh stakeholder yang terlibat pada program CSR IHH saling melengkapi dengan tujuan mencapai keberhasilan dari kegiatan program CSR IHH. Selain itu, dalam program CSR IHH pada wilayah DPSP Borobudur, PT Aviasi Pariwisata Indonesia (Injourney) dan PT Angkasa Pura I berperan sebagai policy creator membuat kebijakan serta memutuskan kebijakan. Pemerintah Desa, Bumdes dan Pokdarwis dalam program CSR IHH berperan sebagai kooridnator, pihak yang mengkoordinasikan program kepada stakeholder lainnya. Fasilitator dalam program CSR IHH, pihak yang memenuhi kebutuhan dan fasilitas dari program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur adalah Vendor. Selain itu Pelaksana Lapangan dan Local Hero dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur berperan sebagai implementor, pihak yang memiliki tanggungjawab untuk mamastikan dan menjalani seluruh rangkaian kegiatan dalam program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur. Lalu, Komunitas Wisata, UMKM, Pelaku Wisata dan Dinas Pariwisata berperan sebagai akselerator, pihak yang mendukung penuh atas pelaksanaan program CSR IHH.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang meneliti analisis stakeholder dalam program CSR IHH oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur ini, peneliti menyadari bahwa selama dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang menimbulkan keterbatasan penelitian. Dalam hal ini, hal-hal yang masih menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah

peneliti tidak mendapatkan data mengenai laporan tahunan program CSR IHH wilayah DPSP Borobudur tahun 2024, dikarenakan pada saat melakukan penelitian laporan data tahunan kegiatan belum terbit dari perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan dari pemaparan dalam temuan dan pembahasan diatas, maka dari itu, saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

   Implementasi program CSR IHH yang dilakukan oleh PT TWC pada wilayah DPSP Borobudur yang telah dilaksanakan. Saran dari peneliti untuk program CSR IHH yang telah dilaksanakan agar untuk melakukan monitoring kepada peserta atau manfaat yang telah mengikuti kegiatan program CSR IHH, untuk mengetahui bagaimana tingkat keberhasilan dan berkelanjutan program CSR IHH yang talah dilaksanakan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

   Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat membahas dan menganalisis seluruh implementasi yang dijalankan oleh PT TWC sehingga dapat diketahui bagaimana implementasi program CSR yang dilakukan oleh PT TWC.

Daftar Pustaka

Adi, I. R. (2013). *Intervensi Komunitas $ Pengembangan Masyarakat sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

aeec.unair.id. (2021, November 21). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*. Retrieved from aeec.unair.id: https://www.aeec.unair.ac.id/corporate-social-responsibility-csr-di-indonesia/

Ambadar, J. (2008). *CSR dalam praktik di Indonesia.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Andarista, N. M. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility Guna Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Handara Golf and Resort Bali

Bambang Rudito, M. F. (2019). *Corporate Social Responcibility.* Bandung: Rekaya Sains.

Berlinda Sidik, N. (2024, Januari). Implementasi Corporate Social Responsibility

(CSR) PT.Lintasarta Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT).Multidisciplanary Journal, 2(3), 350

Budi Setiawan, B. A. (2021). An analysis of corporate social responsibility implementationin the electrical energy industry. *Communications in Humanities and Social Sciences*, 76.

Frilia, P. G., & Alfirdaus, L. K. (2020, Agustus). Analisis stakeholder dalam program CSR-BUMN: Balkondes (Balai Ekonomi Desa) Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang. *Journal of Politic and Goverment Studies, 9*(03).

Frynas, J. G. (2009). *Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges.* Cambridge: Cambridge University Press.

Gregory, A. (2007). Involving stakeholders in developing corporate brands: The communication dimension. Journal of marketing management, 23(1-2), 65-66.

Gunawan, A. (2014). *Membuat Program CSR Berbasis Pemberdayaan Partisipatif.* Yogyakarta: CV. Garuda Mas Sejahtera.

Hadi, D. I. (2014). *Komunikasi Budaya, Pariwisata dan Religi.* Surabaya: Aspikom.

Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responcibility.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi. *8*(1), 21-46.

Injourney Hospitality House. (n.d.). Retrieved from injourney.id: https://injourney.id/sustainability/detail/3

I wayan Edi Arsawan, N. M. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Community Development (Studi Eksploratif di Kawasan Wisata Sangeh). *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 241.

Irwanto, D. (2023). *Wisatawan Masuk Candi Prambanan Mencapai 76.000 Selama 23-26 December*. Retrieved Juni 2024, from metronews.com: https://www.metrotvnews.com/read/NLMC2Yd9-wisatawan-masuk-candi-prambanan-mencapai-76-000-selama-23-26-desember

Isa Wahyudi, B. A. (2008). *Corporate Social Responcibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi.* Malang: In-Trans Publishing.

Kartini, D. (2013). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Suistainability Management dan Implementasi Di Indonesia.* Bandung: Refika Aditama.

Linimasa PT. TWC. (n.d.). Retrieved from injourneydestination.id: https://injourneydestination.id/tentang-kami/

Made Yani Sawitri, I. K. (2022). Implementasi Corporate Social Responcibility Dalam Pariwisata Berkelanjutan di De Vins Sky Hotel Seminyak. 2-7

Mangin, A. Y., & Kriswibowo, A. (2022, Juli). Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Desa Wisata Baruga Collaboration Center di Malili Kabupaten Luwu Timur. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari*.

Masrurun, Z., & Nastiti, D. M. (2023, Juni). Analisis Stakeholder Dalam Pengembangan Strategis Pariwisata Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 17*(1).

Matthew B. Miles, A. M. (1992). *Analisis data kualtaif : buku sumber tentang metode metode baru.* Jakrta: Universitas Indonesia

Moh. Yusuf Efendi, T. K. (2021). *Metode Pemberdayaan Masyarakat.* Jember: Polije press.

Nasdian, F. T. (2015). *Pengembangan Masyarakat.* Jakarta: Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Mayarakat Fakultas Ekologi Mansia IPB dengan Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Ni Wayan Juniari, L. P. (2020, April 1). Implementasi Corporate Social Responcibility (CSR) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berbasis Berkelanjutan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 4*(1).

Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Ilmiah Komunikasi, XIII*(2), 177-181

Nugroho, A. Y., Rahman, A. Z., & Kismartini. (2022). Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Desa Wisata Nongkosawit Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review, 11*(2), 3.

Nur Fatwa Basar, F. H. (2023, Januari). Penerapan Konsep Triple Bottom Line Pada Usaha Ayam

Nurdizal M Rachman, A. E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR.* Jakarta: Penebar Swadaya.

Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif.* Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Sosial (LKIS)

Shaleh, M. Y. (2020). Peran Modal Sosial dan Partisipasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat.

Tho'in, M. (2017). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BRI Syariah Tahun 2014-2015). *Jurnal ekonomi dan bisnis islam, 2*(2).

Triyono, A. (2014). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program PosDaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Indonesia TBK Pabrik Cilacap. *VI*(2), 114.

Untung, B. (2014). *CSR dalam dunia bisnis.* Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responcibility.* Jakarta: Sinar Grafika.

Wahyudi, I. A. (2011). *Corporate Social Responsibility Prinsip, Pengaturan dan Implementasi.* Malang: Setara Press.

Yoehana, M. (2013). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak

LAMPIRAN

Jenis Data : Wawancara
Narasumber : Ismiyati (CSR & SME Funding division Head)
Tanggal : 7 November 2024
Tempat : Kantor pusat TWC

Peneliti : Selamat siang, perkenalkan nama saya Irfan Fakhri Ar Ridho, Mahasiswa Universitas Islam Indonesia jurusan Ilmu komunikasi yang sedang melakukan penelitian untuk kebutuhan skripsi saya saat ini, mohon maaf sebelumnya boleh diperkenalkan nama Ibu dan menjabat sebagai apa di PT. TWC ?

Narasumber : Selamat siang, salam kenal saya Ismi selaku Head Division TJSL di PT TWC. Jadi di divisi direktur utama lalu dibawah dibawah direktur utama ada corporate secretary dan dibawah coporate secretary itu kami yaitu divisi TJSL. Jadi TJSL ini dibawahin langsung oleh direktur utama. Divison CSR & SME Funding ini adalah divisi csr di PT TWC ini atau disebut dengan TJSL (Tanggung Jawab Sosial Lingkungan). Di dalam TJSL ini kebetulan saya yang dituakan kita bersama tim ada Mas Faiz, Pak Roto yang ada di bagian CSR, lalu kemudian ada Pak Pur yang dibagian BUMK. Karena selain tanggung jawab sosial lingkungan yang hibah kita juga ada program yang khusus untuk UMKM.

Peneliti : Mungkin dari beberapa program CSR yang ada di TWC, saya sebagai peneliti fokus pada program CSR Injourney Hospitality House (IHH) karena penelitian saya berada di ranah tersebut, Jika berkenan boleh dijelaskan gak ibu apa itu program CSR Injourney Hospitality House tersebut ?

Narasumber : Sebelumnya udah tau PT TWC itu Holding Member dari PT Aviasi Pariwisata Indonesia ?

Peneliti : Tau bu

Narasumber : Oke, jadi berawal dari Holding memang ada program Bernama Injourney Hospitality House, kita bersama dengan member ada ITDC Mandalika, Angkasa Pura I, Angkasa Pura II, Sarinah dan juga Hotel Indonesia Natour dan Taman Wisata Candi ini dibagi menjadi lima DPSP (Destinasi Pariwisata Super Prioritas) yang mana kita berada di kawasan Borobudur sehingga kita kebagian di DPSP Borobudur. Jadi kalo yang ITDC itu kebagian di Mandalika, Sarinah kebagian di Labuan Bajo, Angkasa Pura II berada di Danau Toba, dan Angkasa Pura I berada di Likupang. Jadi karena kita fokusnya berada di DPSP Borobudur pada akhirnya DPSP Borobudur di handle atau dipegang oleh PT TWC.

Peneliti : Baik, kalau untuk program Injourney Hospitality House yang berada di DPSP Borobudur sudah berapa lama jalan programnya ?

Narasuber : Baik, ini kita mulai dari tahun 2023, jadi pelaksanaan kita berada 3 target kabupaten, yaitu Kabupaten Magelang, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Purworejo. Jadi untuk selama tahun 2023 itu kita melaksanakan pada 3 Kabupaten tersebut dan kita lakukan dalam 8 Batch dan program itu dilanjutkan atau di sustain pada tahun 2024.

Peneliti : Untuk di tahun 2024, ada berapa Batch bu ?

Narasumber : Untuk tahun ini 2024 masih sama dengan tahun lalu yaitu ada 8 batch dalam perencanaannya. Namun ada sedikit perbedaan dalam tahun ini, kalau tahun lalu kita lakukan secara mandiri TWC sendiri yang melaksanakan dalam 3 Kabupaten, Untuk 2024 ini kita melakukannya berkolaborasi dengan Angkasa Pura I.

Peneliti : Apakah kolaborasi bersama Angkasa Pura itu dilakukan dalam 8 batch pelaksanaan IHH tersebut ?

Narasumber : Iya, benar mas, karena pada tahun 2023 kita memiliki 5 DPSP dan ditahun 2024 DPSP Likupang di non-aktifkan atau ditiadakan, maka dari itu perusahaan yang dulunya berada di kawasan likupang diperintahkan untuk mensupport di ke-4 DPSP yang lain pada saat ini. Dengan berkembangnya waktu juga Angkasa Pura I dan Angkasa Pura II sekarang menjadi satu Angkasa Pura Indonesia. Jadi pelaksanaan kita di tahun 2023 dan tahun 2024 masih konsisten dengan IHH karena kita adalah perusahaan pariwisata dan jasa pendukungnya, jadi tugas kita untuk mendorong berkembangnya pelaku pariwisata di DPSP DPSP tersebut untuk menanamkan mindset keramah tamahan dan itu menjadi ciri khasnya orang Indoneisa dalam melayani pengunjungnya. Dan program ini juga dilaksanakan dalam rangka pemulihan dari terpuruknya Pariwisata pada saat covid.

Peneliti : Baik ibu, Apakah program IHH ini dapat dijadikan sebagai investasi sosial di perusahaan TWC untuk kedepannya ?

Narasumber : Sangat bisa, apalagi kita sebagai jasa pariwisata yang sangat kita butuhkan karena kita TWC sebagai pengelola destinasi kan tidak bisa jalan tanpa support pelaku wisata di sekelilingnya atau diwilayahnya, Tentunya dengan kegiatan ini kita akan mengedukasi, kita juga akan dapat engagement dengan pelaku-pelaku wisata terkait, karena juga dalam pelaksanaan IHH sendiri itu kompleks, ada guiding, pelaku transportasi, dan juga pedagang atau UMKM. Jadi pelaku wisata yang terlibat di destinasi pariwisata ini memang harus kita libatkan.

Peneliti : Apakah hotel-hotel yang berada di sekitar juga dilibatkan ?

Narasumber : Kalau Hotel tidak, namun untuk homestay-homestay seperti penginapan penginapan Balkondes. Karena Hospitality House ini berdasarkan tataran dasar pengembangan bagaimana melayani tamu dengan baik.

Peneliti : Jika program IHH bisa dijadikan investasi sosial, selain itu apakah melalui program IHH yang dilakukan dapat dijadikan sebagai strategi bisnis perusahaan ?

Narasumber : Bisa juga mas, Karena apa yang dilihat dan diterima oleh konsumen di Borobudur pastinya juga akan menjadi brand image twc seperti apa melayani tamu dan menurut saya juga sangat memiliki korelasi antara strategi bisnis dan jalannya program CSR IHH ini.

Peneliti : Apakah program IHH juga dilakukan sebagai upaya pendekatan baik kepada masyarakat atau pelaku-pelaku wisata dan UMKM yang berada disekitar wilayah operasional PT TWC ?

Narasumber : Iya benar, mungkin melalui program ini juga merupakan salah satu langkah kami untuk berupaya melakukan pendekatan pada pihak-pihak yang berada di wilayah operasional TWC. Jadi kita memberdayakan pelaku wisata dan pedagang-pedagang atau UMKM yang berada di wilayah Borobudur dengan memberikan fasilitas berupa lahan dagang yang kami sediakan dan pedagang-pedagang tersebut kita berikan pendampingan melalui program IHH agar mereka memiliki keahlian dalam melayani customer atau pengunjung. Namun bukan hanya pedagang atau UMKM saja yang mendapatkan kesempatan pelatihan dalam program IHH, seluruh pelaku pelaku yang bersinggungan dengan parwisata wilayah TWC, juga mendapatkan kesempatan dalam pelathan program IHH. Kita juga bekerja sama dengan Lokal Hero ada beberapa kelompok Desa Wisata, Pokdarwis setempat, karang Taruna setempat bahkan hingga masyarakat yang sedang merintis usaha pariwisatanya. Jadi dengan demikian, kita

dapat mengenal dan melakukan pendekatan kepada masyarakat wilayah sekitar melalui program IHH tersebut.

Peneliti : Bagaimana proses perencanaan Program IHH ini dilakukan ?

Narasumber : Baik, karena ini program Holding jadi kita sebagai member hanya melaksanakan. Namun berjalannya waktu juga kan harus disesuaikan dengan karajterisitik wilayah tertentu, misalnya daerah Borobudur harus ditentukan dengan karakteristiknya, problematiknya seperti apa, lalu siapa saja yang akan dlibatkan dalam program, dan bagaimana pendekatan yang akan dilakukan. Selain itu juga untuk perencanaannya kita melakukan pemetaan wilayah, misalnya kita melakukan di Purworejo, kita harus melakukan pendekatan dengan local hero yang ada disana untuk mengetahui apa saja potensi yang ada disana, komunitas apa saja yang ada dan harus dilibatkan dalam program, sehingga kita tidak bersinggungan dengan pihak-pihak lain karena itu kita perlu riset dengan cara pendekatan dengan local hero untuk dapat melakukan perencanaan program IHH yang akan kita dilakukan di wilayah tersebut.

Peneliti : Bagaimana proses pelaksanaan dalam program IHH tersebut ?

Narasumber : Pelaksanaan IHH dilakukan dalam 3 hari namun hanya setengah hari dari jam 08.00-12.00. Hari pertama hingga hari terakhir pelaksanaan merupakan rangkaian kegiatan pelatihan yang akan diberikan oleh trainer kepada trainer. Maka dari itu, peserta harus konsisten dalam mengikuti kegiatannya agar tidak tertinggal dalam penyerapan materi yang akan diberikan oleh trainer.

Peneliti : Dalam pelaksanaan tersebut memberikan pelatihan seperti apa saja, boleh dijelaskan ?

Narasumber : memberikan pelatihan hospitality bagaimana melayani dan memberi respon baik dan buruk seperti apa, lalu terdapat roleplay roleplay terkait pelayanan atau melayani baik tamu maupun konsumen. Lalu terdapat sharing session untuk berdiskusi masalah apa saja yang sering mereka dapatkan dalam melayani tamu atau konsumen sehingga mereka dapat memecahkan masalah dengan berdiskusi bersama-sama dan yang terakhir tiap materi mereka berdiskusi kelompok lalu dipresentasikan kepada kelompok lain tujuannya untuk melatih public speaking untuk kebutuhan menghadapi tamu atau konsumen mereka pada saat bekerja.

Peneliti : Dalam pelaksanaan program CSR IHH tersebut, apakah terdapat kendala dalam pelaksanaannya ?

Narasumber : Kendala pasti ada walaupun sudah kita maksimalkan, mungkin kendala yang sering kita dapatkan dalam pelaksanaan tersebut, seperti peserta hadir tidak tepat waktu karena alasan pekerjaan, peserta izin keluar pelatihan dengan alasan menyelsaikan pekerjaan. Namun kita maklumi karena mayoritas peserta merupakan pekerja dan juga peseta tidak seluruhnya hadir misalnya konfirmasi peserta berjumlah 60 namun 5 orang tidak hadir. Maka dari itu, hal-hal seperti itu akan menjadi bahan evaluasi kita agar hal seperti itu tidak akan terjadi lagi di pelaksanaan IHH berikutnya.

Peneliti : Kalau boleh tahu, jumlah untuk peserta tiap pelaksanaan program IHH berjumlah berapa ya bu ? Apakah jumlah peserta dibatasin oleh pihak penyelenggara ?

Narasumber : Iya betul jumlah peserta tiap pelaksanaan dibatasin, untuk ditahun 2023 dalam 1 batch itu peserta dibatasin berjumlah 60 orang, sedangkan untuk 2024 berjumlah 120 orang dalam 1 batch namun 120 itu dibagi menjadi 2 kelas untuk mengefisiensi peserta dalam melakukan pelatihan maka dari itu kelas kita bagi menjadi 2 kelas.

Peneliti : Tiap pelaksanaan yang telah dijalankan, apakah dilakukan evaluasi ? Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan ?

Narasumber : Laporan bulanan itu sudah pasti ada dan setiap setelah melakukan kegiatan IHH kita juga melakukan monitoring.dan kita juga secara langsung mengevaluasi atas pelaksanaannya setiap hari lalu setelah hari ketiga kita akan mengadakan evaluasi ke vendor agar bagaimana caranya untuk pelaksanaan berikutnya tidak terjadi lagi kesalahan kesalahan serupa. Kalau untuk laporan, laporan bulanan ada dan laporan tahun juga ada dan di Holding juga ada rekapitulasi konsolnya all member gitu, karena mereka sebagai penaerima data.

Peneliti : Bagaimana bentuk dari kolaborasi antara holding dan member holding dalam program CSR IHH ini ? Apakah IHH dilakukan dengan kolaborasi atau holding mewajibkan dengan memerintahkan untuk menjalani program IHH kepada member holdingnya ?

Narasumber : Namanya mandatory harus dilaksanakan ya, karena ini kewajiban kita sebagai member holding untuk menjalani program yang telah dibentuk dari Holding tersebut, tetap sifatnya adalah mandatory atau bisa dikatakan wajib dilaksanakan.

Peneliti : Siapa saja yang dilibakan dalam pelaksanaan program CSR IHH yang dilakukan ini ? dan bagaimana kedudukannya tiap pihak pihak yang memiliki kepentingan tersebut ?

Narasumber : Oke, dalam pelaksanaan selain peserta yang dilibatkan komunitas-komunitas juga harus melibatkan pemerintahan desa, bahkan mungkin pemerintahan kabupaten juga. Namun, Dinas Pariwista selalu kita undang dalam kegiatan yang kita laksanakan ini sebagai pembuka kegiatan program IHH ini. Tujuannya program yang kita jalankan ini diketahui oleh pemerintah setempat. Kita juga melibatkan kepala desa

setempat, bahkan tempat kegiatan pun juga lebih disarankan untuk menggunakan fasilitas desa seperti aula desa. Dan disetiap kegiatan juga kita harus melibatkan local hero testi storynya, misalnya dalam desa itu usaha atau UMKM potensi apa yang bisa mengedukasi kepada temen temen pelaku UMKM atau pelaku wisata, jadi otomatis kita harus melibatkan local hero tersebut.

Peneliti : Untuk pemerintahan Kabupaten, apakah selalu dilibatkan dalam pelaksanaan program IHH ?

Narasumber : Untuk pemerintahan Kabupaten kita hanya melibatkan Dinas Pariwisata, namun untuk pemerintahan Desa selalu kita libatkan dalam kegiatan program IHH ini.

Jenis Data : Wawancara
Narasumber : Muhammad Faiz (Staff CSR & SME Funding)
Tanggal : 7 November 2024
Tempat : Kantor pusat TWC

Peneliti : Selamat siang, perkenalkan nama saya Irfan Fakhri Ar Ridho, Mahasiswa Universitas Islam Indonesia jurusan Ilmu komunikasi yang sedang melakukan penelitian untuk kebutuhan skripsi saya saat ini, mohon maaf sebelumnya boleh diperkenalkan nama Masnya dan sebagai apa di PT. TWC ?

Narasumber : Oke, Assalamualaikum, selamat siang perkenalkan sebelumnya nama saya Muhammad Faiz disini saya sebagai Staff CSR & SME Funding PT TWC.

Peneliti : Bagaimana bentuk pelaksnaan pada saat kegiatan Program CSR IHH berlangsung, secara spesifik boleh dijelaskan mas ?

Narasumber : Oke, jadi kegiatannya itu berupa pelatihan, bentuk pelaksanaannya pertama ada pengantar seperti pembukaan acara, setelah itu langsung masuk ke penyajian materi yang disajikan oleh dua trainer yaitu mas fajar dan mbak Chelsea. Jadi melalui dua trainer ini kita melakukan pendampingan ke masyarakat atau peserta yang hadir dalam kegiatan program IHH melalui materi materi yang telah mereka siapkan, akan tetapi selain dari materi trainer berupa materi hospitality, masyarakat atau peserta juga akan mendapatkan materi dari local hero.

Peneliti : Mohon maaf, local hero itu apa ya mas ?

Narasumber : Local hero itu merupakan pengusaha atau UMKM yang sudah sukses pada wilayahnya, kita datangin dalam kegiatan program IHH untuk memberikan inspiring story ke pesesrta.

Peneliti : Baik mas, boleh dilanjutkan terkait dalam rangka pelaksanaan kegiatan program yang tadi ?
Narasumber : Selanjutnya terdapat FGD, biasanya ada dalam bentuk kelompok kecil, jadi setelah materi yang diberikan oleh trainer biasanya dimulai dihari kedua itu nanti mereka sudah terpisah dalam kelompok-kelompok kecil, kemudian mereka diberikan projek. Projek atau studi kasus terkait dengan hospitality atau pelayanan, setelah itu mereka diberikan kesempatan untuk menjelaskan atau mepresentasikan mengenai projek atau studi kasus yang telah mereka kerjakan secara berkelompok di dalam kelas tersebut.

Peneliti : Biasanya Apa yang dipresentasikan oleh peserta dalam kelas pelatihan program IHH tersebut mas ?

Narasumber : yang pertama mereka presentasikan, tetap ya seputar keramah tamahan dengan dunia pariwisata. Jadi mereka nanti diminta untuk mensimulasikan, setelah di fgd sebelumnya yang dalam bentuk kelompok kecil, mereka mensimulasikan bagaimana sih kalau kita dijadikan sebagai pelaku UMKM, bagaimana melayani tamu, bagaimana caranya menyambut tamu, bagaimana caranya menyambut tamu yang tiba-tiba datang malam ketika udah mau tutup, nah disitu peserta diajarin bagaimana caranya melayani dengan benar dan profesional. Nah, hal-hal seperti itulah yang menjadi tugas peserta dalam fgd untuk kemudian dipresentasikan. Nanti sistem presentasinya perkelompok perwakilan bergantian. Setelah itu di hari ketiga, di penutup ada fun games, tujuannya agar mereka saling memiliki rasa keakraban diantara lainnya agar peserta yang merupakan sebagai pelaku wisata dan pelaku UMKM

bersaing secara sehat pada pekerjaannya, akan tetapi selebihnya peserta tetap menjaga nilai-nilai hospitality yang memang hari ini sedang dikembangkan oleh Injourney

Peneliti : Baik mas, berarti secara tidak langsung dalam program pelatihan pelayanan ini, juga memberikan pelatihan public speaking dengan memberikan peserta untuk melakukan presentasi di ruang kelas berjumlah 60 orang ?

Narasumber : Iya benar seperti itu, namun jika lebih spesifiknya memberikan pelatihan komunikasi bagaimana metode cara melayani tamu, lebih kepada memberikan pelatihan komunikasi efektif sih kepada peserta agar komunikasi mereka tepat dan jelas tersampaikan dalam melakukan pelayanan kepada pengunjung atau konsumen nantinya.

Peneliti : Apakah trainer dalam program IHH ini memiliki dasar untuk memberikan pelatihan kepada peserta program IHH ?

Narasumber : Trainer kita dua orang itu adalah orang pariwisata, yang satu pariwisata alumni pariwisata UGM dan satunya juga alumni pariwisata juga namun saya lupa lulusan dari kampus mana. Jadi mereka dua-duanya emang praktisi, mereka praktisi yang membidangi di pariwisata di Borobudur. Yang satu itu adalah praktisi untuk guide wisata jamur yaitu chelsea, nah yang satu lagi mas Fajar dia berpengalaman menjadi duta pariwisata magelang dan sekarang juga dia memiliki kesibukan menghandle salah satu event yang ada di Borobudur, yaitu event Moro Borobudur dan dia juga memiliki kesibukan disekitar area Borobudur melayani tamu-tamu atau menyediakan untuk kegiatan wisata di sekitar Borobudur ketika ada wisatawan yang ingin berwisata di sekitar Borobudur.

Peneliti : Apakah trainer yang digunakan pada tahun 2023 dan tahun 2024 untuk program IHH masih dengan trainer yang sama ?

Narasumber : Iya, jadi kita dari Injourney itu disetiap awal tahun mereka mendapatkan refreshment, pada awal tahun 2024 mereka ke Bali untuk melakukan refreshment pelatihan, Jadi mereka adalah trainer yang sudah melalui tahapan training of trainer, nah jadi mereka sudah punya bekal untuk materi pelatihan, materi tersebut langsung didapatkan dari pusat Jakarta yaitu Injourney. Jadi, sudah sangat terstrujtur IHH ini dari Holding.

Peneliti : Output seperti apa yang di dapatkan oleh peserta yang mengikuti program CSR IHH ?

Narasumber : Oke, yang pertama mereka mendapatkan output standar yang sama untuk melayani tamu, misalnya jangan sampai terjadi di Borobudur tamu datang ke Toko A mendapatkan pengalaman pelayanan yang ramah, namun ketika datang ke Toko B mendapatkan pengalaman pelayanan yang tidak menyenangkan, Nah sebenarnya itu yang dijaga. Outputnya mereka memiliki standar pelayanan yang sama sehingga satu kawasan itu bisa terpadu standar pelayanannya. Jadi orang repeat order itu tidak hanya karena candi nya bagus tetapi juga karena pelayanannya yang baik. Misalnya ada wisatawan yang berkunjung ke Borobudur untuk menikmati pemandangan dan sejarahnya, namun ketika mereka bertemu oleh pedagang atau pelaku wisata lainnya di kawasan Borobudur mereka mendapatkan pelayanan yang baik sehingga wisatawan mendapatkan kesan yang menyenangkan dalam pengalaman berwisata di Borobudur, nah seperti itu yang kita harapkan untuk output yang akan didapatkan oleh peserta.

Peneliti : Dengan harapan seperti itu, apakah melalui program ini juga sebagai bentuk investasi sosial baik untuk masyarakat sekitar maupun dari pengunjung yang berwisata ?

Narasumber : Betul, artinya secara umum Borobudur itu jangan ada ketimpangan dalam hal pelayanan, missal dari Borobudur kan dikelola oleh TWC untuk zona

masuknya wisatawan standar pelayanan kita udah baik dan standar keramah tamahan kita udah tinggi, akan tetapi nanti jika wisatawan sudah keluar dari gerbang beli makan dan minum mendapatkan pengalaman pelayanan yang tidak menyenagkan itu kan jadi buruk juga untuk penilaian Borobudur. Nah, melalui program IHH ini kita menjaga kawasan atau dapat dibilang menjaga citra kawasan di mata dunia dengan menyamaratakan standar pelayanan keramah tamahan kepada pengunjung atau wisatawan sehingga akan mendapatkan nilai lebih atau memberikan kesan yang baik.

Peneliti : Bagaimana bentuk evaluasi pasca pelaksanaan program IHH ?

Narasumber : Jadi, kegiatan kita itu kan 3 hari. Pada hari ketiga itu kita minta peserta untuk mengisi kuesioner untuk mengevaluasi kegiatan dari peserta. Akan tetapi diluar itu, teman-teman trainer ini mereka punya grup untuk komunikasi dengan peserta, terkadang ada peserta setelah selesai pelatihan menanyakan ke grup, misalkan mereka cerita pengalaman baru saja melayani tamu. Hal tersebut menjadi bahan diskusi didalam grup untuk memecahkan masalahnya dari cerita pengalaman tersebut bersama trainer dan teman-teman didalam grup tersebut. Balik lagi, evaluasi kita terstruktur pada dua hal yaitu melalui form yang diisi oleh peserta, Form tersebut ada dua yang pertama kita bagikan untuk mengisi evaluasi pada acara tersebut dan yang kedua form untuk absen dihari pertama denga mengisi berupa data data dan jenis pekerjaan pemasukan perhari dan perbulan berupa dan harapan mereka setelah ini target pemasukan mereka berapa.

Peneliti : Apakah grup tersebut memang digunakan untuk monitoring peserta pasca program IHH tersebut mereka jalankan ?

Narasumber : Betul, jadi sekaligus untuk mereka yang belum terlalu tau bagaimana tata cara pelayanan mereka dapat berdiskusi dalam grup tersebut, sehingga harapannya

program tersebut dapat berkelanjutan untuk mereka yang telah mengikuti pelatihan dalam program IHH ini. Jadi akhirnya itu membentuk soft community kecil yang baru.

Peneliti : Grupnya itu dibuat dalam aplikasi apa ? apakah whatssapp atau aplikasi lainnya ?

Narasumber : tentunya grup tersebut pada whatsapp, diakarenakan masyarakat wilayah pengetahuan untuk menggunakan hal-hal seperti itu mungkin terbatas dan takutnya jika membentuk community atau grup di telegram takut tidak efektif dan mereka tidak bisa menggunakannya.

Peneliti : Peserta yang datang ini pada umumnya ini kan pelaku wisata dan pelaku UMKM, apakah ada peserta yang mengikuti program IHH ini diluar dari dua pelaku tersebut, misalnya seperti organisasi dan sebagainya, boleh dijelaskan mungkin mas ?

Narasmber : Selain UMKM, pegiat wisata dan driver-driver biasanya juga pasti ada BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dan Pokdarwis itu mereka pasti ikut di setiap kegiatan IHH. Karena IHH ini adalah pengembangan kawasan, jadi di setiap kegiatan itu pasti ada BUMDES dan Pokdarwis, jadi organisasi-organisasi desa yang bergerak di bidang ekonomi pasti kita ajak.

Peneliti : Apakah kontirbusi organisasi desa seperti Bumdes, Balkondes dan Pokdarwis ini cukup besar dalam program IHH ?

Narasumber : Ya, artinya mereka selalu terlibat aktif dalam program dan itu yang memang kita target dalam program IHH ini sebenarnya supaya masyarakat mendapatkan ilmu yang bermanfaat melalui pelatihan-pelatihan yang kita sediakan bagi mereka yang mau belajar. Ya, sebenarnya mungkin teman-teman sudah tahu kan yang sedang trend di kampus itu trend sustainability, program CSR itu yang tadinya

hanya bagi-bagi uang ya gimana hai ini uang itu tidak kita berikan langsung kepada masyarakat dalam bentuk uang, namun uang tersebut kita kelola dan kita jadikan dalam bentuk pelatihan sehingga dalam penerpannya program ini dapat berkelanjutan untuk penerima CSR tersebut. jadi prinsip kita itu dari gudang harta menjadi center of axcellent atau center of sutainability program sebenarnya.

Peneliti : Apakah program ini melibatkan pemerintahan ?

Narasumber : Ya, kita selalu melibatkan dinas pariwisata setempat sebagai pengantar atau mengisi pembukaan pelatihan. Selain itu, mereka juga telibat aktif karena selalu hadir dalam undangan pelatihan program IHH ini. Respon mereka juga baik terhadap program IHH ini, dan menyatakan senang dengan adanya program seperti ini yang berbentuk pelatihan untuk masyarakat dan mereka berharap ada lagi kegiatan seperti ini. Jadi artinya gini, bedanya TWC sebagai BUMN dengan Dinas Pariwisata dua-duanya sama ingin untuk menciptakan wadah untuk sebuah program, akan tetapi kalau Dinas Pariwisata kan untuk mengadakan harus menggunakan anggaran apbn, sementara TWC tidak menggunakan apbn dan artinya kita punya fleksibelitas anggaran dan memiliki stok anggaran yang lebih baik daripada temen-temen di pemerintahan, sehingga mereka dengan adanya program seperti ini mereka merasa terbantu jadi ada simbiosis mutualisme antara PT TWC sebagai BUMN dengan Dinas Pariwisata selaku aparatur sipil negara. Jadi sebenarnya secara tidak langsung program ini sinergi BUMN dengan Pemerintahan.

Jenis Data : Wawancara

Narasumber : Siska Nurfalina (Peserta program CSR Injourney Hospitality House)

Tanggal : 15 November 2024

Tempat : Kantor pusat TWC

Peneliti : Selamat siang ibu, sebelumnya perkenalkan nama saya Irfan Fakhri Ar ridho mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) jurusan ilmu komunikasi. Disini saya sedang melakukan penelitian mengenai program CSR injourney hospitality house. Penelitian yang saya lakukan ini merupakan skripsi yang sedang jalankan sebagai syarat dari kelulusan akademis saya. Sebelumnya boleh perkenalkan nama ibu dan sebagai apa dalam program CSR injourney hospitality house ini ?

Narasumber : Siang mas, perkenalkan nama saya Siska Nurfalina, di program ini saya sebagai penerima program CSR injourney hospitality house atau bisa juga dibilang peserta pelatihan injourney hospitality house

Peneliti : Mohon maaf ibu, kalo boleh tau profesi ibu sebagai apa ?

Narasumber : Pekerjaan saya sehari-sehari sebagai pelaku wisata sekaligus pemandu wisata di desa wisata glagah.

Peneliti : Baik bu, sebelumnya ibu tau informasi mengenai kegiatan injourney hospitality house ini darimana bu ? apakah mendapatkan informasi dari pemerintah setempat atau dapat undangan langsung untuk mengikuti program CSR injourney hospitality house ini bu ?

Narasumber : Kebetulan saya mendapatkan undangan dari kelurahan, diundang untuk ikut pelatihan hospitality melalui program CSR injourney hospitality house ini

Peneliti : kalau dari desa wisata glagah berapa orang ibu teman – teman yang mendapatkan undangan untuk mengikuti pelatihan hospitality di program injourney hospitality house ini bu ?

Narasumber : setahu saya teman-teman yang mendapatkan undangan dari kelurahan untuk mengikuti pelatihan hospitality ini, ada satu pemandu wisata teman saya dari desa wisata glagah dan ada dua orang lagi pelaku wisata dari desa wisata glagah, total ada 4 orang yang mendapatkan undangan dari kelurahan untuk ikut serta dalam program injourney hospitality house ini.

Peneliti : Kalau boleh tahu, aktivitas yang dilakukan sebagai pelaku wisata sekaligus pemandu wisata di desa wisata glagah itu kesehariannya melakukan apa saja bu ?

Narasumber : Aktivitas saya sebagai pemandu wisata di desa wisata glagah ini biasanya ya menghandnle tamu – tamu dengan skala besar, misalnya ada tamu dari sekolahan untuk liburan, teman – teman dari perusahaan liburan ke desa wisata gagah, nah itu kita sebagai oemandu wisata yang menghandle dan mempersiapkan segala kebutuhan wisatawan tersebut.

Peneliti : Menurut ibu, apakah melalui pelatihan hospitality ini sangat berguna ilmu yang didapatkan untuk digunakan dalam profesi ibu sebagai pelaku wisata sekaligus pemandu wisata ?

Narasumber : Menurut saya sebagai pelaku wisata dan pemandu wisata desa wisata glagah hospitality ini salah satu hal penting untuk menjamu tamu serta melayani tamu.

Melalui program CSR injourney hospitality ini saya dapat belajar bagaimana melayani, menghandle tamu sesuai dengan standartnya sekaligus dalam pelatihan injouurney hospitality ini kita peserta yang dimana kebanyakan ber profesi sebagai pelaku wisata, pemandu wisata dan pelaku UMKM itu memang sering menghadapi baik pengunjung dan pelanggan yang beranekaragam karakternya, nah melalui pelatahian ini lah kitab isa mengerti bagaimana cara menghadapi pengunjung atau pelanggan sesuai dengan standar pelayanan keramah tamahan Indonesia. Selain itu, juga mungkin melalui program ini kita dapat mengembangkan skill serta mengasah skill khususnya skill hospitality.

Peneliti : Bagaimana pelatihan ini dilaksanakan atau diterapkan kepada peserta program injourney hospitality house selama tiga hari pelaksanaan ?

Narasumber : Baik mas, untuk dihari pertama kita peserta diberikan materi oleh trainer mengenai pemasaran produk. Mungkin lebih sepesifiknya materi pemasaran produk ini, misalnya bagaiamana kita sebagai pelaku wisata atau pemandu wisata dapat memasarkan produk – produk unggulan seperti oleh – oleh yang berada di lingkungan wisata kepada pengunjung agar produk oleh – oleh atau produk khas dari wisata tersebut dapat dikenal oleh pengunjung bahkan mendapatkan keuntungan dari tiap pembelian pengunjung pada masyarakat yang menjual produk oleh – oleh di daerah wisata tersebut sehingga dalam lingkungan daerah wisata tersebut terjadi kemajuan ekonomi. Untuk dihari ke dua dalam pelatihan ini, peserta diberikan materi mengenai 3P, lanjutan dari pemasaran produk dihari pertama yaitu produk, price dan people. Dalam 3P ini dijelaskan bagaimana menciptakan produk baik dalam bentuk barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada pengunjung maupun pelanggan setelah produk tersebut sudah ada dibenak kita untuk eksekusi selanjutnya adalah memberikan harga yang tepat sebagai nilai tukar antara pemilik produk dan customer sehingga pada akhirnya kita sebagai pemiliki produk mampu bersaing dengan kompetitor. Lalu people dalam materi yang diberikan oleh trainer tersebut people ini mencakupi dalam semua

aspek orang-orang yang terlibat dalam bisnis, misalnya karyawan, pemilik usaha dan pelanggan. Dalam people ini mungkin kita lebih banyak diberikan pelatihan terkait hospitality bagaimana menciptakan kesan yang baik kepada pelanggan dan memberikan pengalaman yang menarik kepada pengunjung atau pelanggan melalui pelayanan dengan standar yang baik. Untuk menciptakan pengetahuan sekaligus keterampilan dalam pelayanan itu lah yang lebih banyak diberikan dalam pelatihan injourney hospitality house ini. Lanjut di hari ke-3, peserta juga diberikan materi mengenai komunikasi efektif yang dapat diterapkan dalam melayani tamu. Dalam meteri komunikasi efektif ini kita diajarkan bagaimana menyampaikan pesan dengan baik dalam melayani pelanggan dan pengunjung agar nantinya dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dengan pelanggan. Komunikasi efektif ini juga memberikan pemahaman kepada para peserta bahwa jika menguasai komunikasi efektif, maka ini dapat diterapkan untuk menyampaikan informasi secara lugas yang dapat mudah diterima oleh lawan bicara.

Peneliti : Baik ibu, dalam pelatihan ini berarti cukup kompleks ya yang diberikan, bukan hanya mengenai hospitality saja, namun juga diberikan pemahaman pemsaran produk juga ?

Narasumber : iya benar mas, tapi menurut saya lebih banyak cendrung kita diberikan pemahaman mengenai hospitality dalam menghadapi pengunjung maupun pelanggan.

Peneliti : Apakah ibu sebagai peserta merasa pasif selama mengikuti pelatihan dalam 3 hari ini ?

Narasumber : Tidak mas, karena dalam pelaksanaan 3 hari ini materi yang diberikan itu bukan seperti peserta hanya menyimak trainer saat memberikan materi saja, namun peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi melalui kelompok-kelompok yang telah dibagi dalam kelas pelatihan mengenai materi dan hasil diskusi tersebut

dipresentasikan kepada peserta lainnya tiap kelompok mendapatkan kesempatan yang sama untuk memperesentasikan hasil diskusi kelompok tersebut.

Peneliti : Apakah materi – materi yang telah diberikan dalam pelatihan ini dapat di gunakan dalam pekerjaan sebagai pelaku wisata dan pemandu wisata ?

Narasumber : Iya sangat bisa mas, karena kita sebagai pelaku wisata dan pemandu wisata bahkan sebagai pelaku UMKM yang berada di daerah wisata tersebut sangat bersinggungan dengan pelayanan. Daerah wisata kan emang banyak orang-orang dari luar sebagai pengunjung untuk berwisata maka dari itu kita sebagai masyarakat daerah wisata, pelaku wisata, dan pelaku UMKM itu harus siap menghadapi pengunjung tersebut dengan memberikan pengalaman yang menarik dan kesan yang baik pada daerah wisata kami, ya caranya dengan memberikan pelayanan yang baik agar menciptakan wisata yang berkelanjutan.

Peneliti : Apakah menurut ibu, program ini berkelanjutan untuk penerima manfaatnya ?

Narasumber : iya menurut saya, program ini berkelanjutan untuk para peserta bahkan untuk masyarakat, karena saya sebagai peserta dapat memanfaatkan ilmu yang telah didapatkan dalam pelatihan ini sebagai keterampilan yang dapat digunakan untuk kedepannya.

Peneliti : Harapan Ibu, untuk program CSR injourney hospitality house apakah harus dilanjutkan atau dalam artian program ini harus menjadi program unggulan yang selalu dilaksanakan dalam tiap tahunnya ?

Narasumber : Ya harapan saya program ini harus selalu dilaksanakan tiap tahunnya karena dampak yang diberikan melalui program ini terlalu besar dampak positif yang

diterima oleh masyarakat melalui pelatihan dalam program CSR injourney hospitality house ini.

Peneliti : Hanya untuk memastikan, apakah ibu sebagai peserta dalam pelaksanaan injourney hospitality house ini terhubung dalam grup Wa oleh seluruh peserta dan trainer dalam pelatihan ini ?
Narasumber : iya benar mas, saya terhubung dalam grup wa yang berisikan seluruh peserta yang bareng dalam pelatihan ini sekaligus juga ada trainernya dalam grup Wa ini.

Jenis Data : Wawancara
Narasumber : Biantamara Putra (Local Hero / Local Champion)
Tanggal : 3 Maret 2025
Tempat : Tempat tinggal Mas Bian, Dukun, Muntilan, Magelang.

Peneliti : Selamat siang, perkenalkan nama saya Irfan Fakhri Ar Ridho, Mahasiswa Universitas Islam Indonesia jurusan Ilmu komunikasi yang sedang melakukan penelitian untuk kebutuhan skripsi saya saat ini, mohon maaf sebelumnya boleh diperkenalkan nama Masnya dan sebagai apa di PT. TWC ?

Narasumber: Perkenalkan nama saya Biantamara Putra, asal saya dari Sabrangrawa Borobudur, sebelah barat Borobudur tepatnya dekat Kampung Seni.

Peneliti : Mungkin saya langsung secara spesifik aja mas menanyakan mengenai program IHH, kategori seperti apa yang dapat dikatakan Local Hero dalam program IHH ? mohon dijelaskan

Narasumber: Local Hero itu, gini mas kalau di Borobudur itu dia sudah punya prestasi apa sih di Borobudur. Contohnya kalo di Borobudur, itu misalnya dia pernah ngisi seminar, dia buat event, masuk dalam anggota apa, dan mungkin usaha nya dapat dikatakan sukses dan menghidupi masyarakat sekitar itu lah yang disebut Local Hero. Kalau saya, sendiri masuk dalam anggota Desa Wisata sebagai Wakil Ketua Desa Wisata Borobdur dan Pokdarwisnya.

Peneliti: Apa perbedaan dari Pokdawwis dan Bumdes mas ?

Narasumber: Bumdes itu sebagai bapakanya atau induknya, Desa Wisata itu sebagai harusnya sebagai sub-bidangnya yang mengelola destinasi wisata, kalau Pokdarwis itu adalah yang sadar wisata

Peneliti: Kalau Pokdarwis sebagai sadar wisata ini bisanya kegiatannya apa aja mas ?

Narasumber: Ya, kegiatan wisata yang ada di Borobudur. Contohnya ketika ada kunjungan dari pihak pihak yang memiliki kepentingan seperti kemarin ada kunjungan mas mentri itu ada harus ada perwakilan dari Desa Wisata dan Pokdarwis untuk pendampingan. Dalam artian anak-anak muda yang ada di Borobudur bergabung dalam Desa wisata dan Pokdarwis itu ada atau nggak, karena Borobudur sudah dikategorikan menjadi Destinasi Pariwisata Super Prioritas di Indonesia, bukan hanya seperti tempat-tempat wisata lainnya .

Peneliti: Mas Bian sebagai Local Hero Borobudur, dalam kegiatan IHH itu ada gak dilibatin seperti dalam perencanaannya hingga tahapan evaluasinya ?

Narasumber: Kalau untuk perencanannya itu sudah ada di Injourney sama TWC, kalau saya hanya sebagai pemateri saja kaya sharing session kita ikut di Desa Wisata dan Pokdarwis itu seperti apa kegiatan yang mungkin bisa dibagikan ke masyarakat. Contohnya kita memberikan materi cara membuat paket wisata, membuat UMKM itu bisa maju dengan model yang sekarang adaptasi dengan media sosial, UMKM harus bisa mengikuti era sekarang.

Peneliti: Berarti kalau untuk spesifik merencanakan dari awal kegiatan IHH Borobudur itu belum dilibatkan ya mas ?

Narasumber: Belum mas, kita hanya sharing session saja, kalau Desa Wisata dan Pokdarwisnya kita sering dilibatkan untuk membangun kegiatan seperti Car Free Night.

Peneliti: Sharing session nya itu dilakukan dalam waktu pelaksanaan atau sebelum pelaksanaan program IHH dilakukan mas ?

Narasumber: Waktu pelaksanaan jadi kita jadi pengisi memberikan materi kepada peserta seperti itu, namun sebelum jauh pelaksanaan ada seperti macam diskusi dengan penyelenggara mengenai apa yang diperlukan oleh masyarakat Borobudur.

Peneliti: Ada gak sih mas, usulan dari masyarakat atau Local Hero Borobudur untuk program IHH selanjutnya mas ?
Narasumber: Kemarin sempat ijin menyampaikan materi dan menyampaikan pendapat juga dari IHH dan TWC itu mensupport, tapi itu kan kita kembali lagi, kegiatan wisata di Borobudur itu kan sudah banyak banget ya dan apa yang mau ditonjolkan dan harus punya citra, contohnya kalau kita ke Jogja orang-orang masyarakat luar jogja itu kan, kalau belum ngerasain kopi klotok itu kan belum sah ke jogja. Jadi yang saya maksud itu kita harus punya citra yang seperti itu loh mas.

Peneliti: Ohh, berarti harapannya mas ini Borobudur ini bisa dikenal dan membentuk identitas wisatanya dalam benak pengunjung ya mas.

Narasumber: Nah itu, betul sekali.

Peneliti: Selanjutnya, menurut mas Bian program IHH ini dilakukan berdasarkan potensi yang ada masayarakat Borobudur gak mas ?

Narasumber: Betul sekali, dia melihat potensi masyarakat Borobudur ini dibidang apa saja, ada kegiatan munkin tour guide, tour leader, house keeping, Home stay, UMKM, dan pelaku wisata. Nah disini, IHH itu ingin mewujudkan pelaku pelaku ini memiliki dasar hospitality yang tepat dan memiliki sampling atau punya payung hukum yang tepat untuk menyambut tamu, menservis tamu seperti itu.

Peneliti: Dalam artian masyarakat ini dapat memiliki skill dengan standar yang sama ya mas dalam hospitality.

Narasumber: Betul sekali

Peneliti: Berarti dengan pelatihan yang dilakukan dalam program IHH ini mas, TWC juga sekaligus melakukan pemberdayaan ya mas untuk masyarakat Borobudur?

Narasumber: Betul sekali mas, dengan pelatihan hospitality ini masyarakat mendapat pengetahuan untuk kegiatan ekonomi dalam lingkup wisata Borobdur.

Peneliti : Dampak seperti apa yang terlihat setelah masyarakat atau peserta mengikuti kegiatan IHH ini mas ?

Narasumber: Kalau selama ini, untuk dampak ke masyarakat cukup bagus ya mas, karena ketika dia belum tahu untuk menservis tamu dengan gestur, kita kalo di SMK itu menerapkan grooming senyum sapa salam, rambut yang bagus, berpakaian dengan rapi, bahasa yang tepat seperti itu sih mas. Karena sebelum itu, mungkin sudah memiliki dasar itu, tapi bukan menutup kemungkinan yang baru-baru itu kan masih perlu belajar ya, dengan adanya pelatihan itu ilmu akan selalu terupdate, ya seperti itulah berkembang dengan adanya pelatihan itu cukup membantu untuk masyarakat menurut saya. Oleh karena itu dampak yang diberikan ke masyarakat melalui pelatihan

dalam program IHH ini memberikan pengetahuan yang dapat diterapkan oleh masyarakat untuk bagaimana mengahadapi tamu pengunjung atau pelanggan.

Peneliti: Peserta itu sendiri setelah mengikuti kegiatan IHH menerapkan gak mas ilmu atau materi yang didapatkan dalam kegiatan pelatihan IHH itu mas ?

Narasumber: Iya pasti diterapkan karena yang diberikan pelatihan itu dia harus memiliki standar yang mungkin harus diterapi, contohnya kalau dia punya home stay kan dia pelatihannya house keeping, kalau dia punya travel agent, tour leader, tour guide dia sudah pernah kerja hanya di update skill nya seperti itu.

Peneliti: Kalau peserta yang ada didalam kegiatan IHH Borobduru ini mas, Peserta nya berasal dari pekerjaan apa saja ?

Narasumber: Banyak, anak muda ada, pedagang atau UMKM ada, pemilik home stay, dan pelaku wisata lainnya yang berkegiatan di Boroubdur dan tentunya semua itu dilibatkan sih.

Peneliti: Komunitas VW yang ada di Boroubdur juga dilibatkan gak mas ?

Narasumber: iya dilibatkan

Peneliti: Tadi kan Mas Bian sudah cerita ya, mengisi materi di program IHH, Materi yang diberikan Mas Bian ini sudah disiapkan oleh panitia pelaksana IHH atau Mas Bian sendiri untuk dipresentasikan ke peserta ?

Narasumber: Saya buat sendiri, Jadi kita bikin power point, setalah itu kita menampilkan beberapa slide yang pernah kita lakukan. Contohnya kaya event, branding UMKM, pembuatan paket wisata contohnya seperti itu.

Peneliti: Apakah panitia penyelenggara IHH memberikan kebebasan untuk membuat materi dikarenakan Mas Bian sebagai local hero Borobudur yang mengetahui bagaimana seluk beluk yang ada di daerah wisata Borobudur ?

Narasumber: Iya betul sekali mas, jadi saya membuat materi itu berdasarkan dengan potensi apa aja yang ada di Borobudur. Jadi saya sesuaikan aja materinya dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat Borobudur.

Peneliti: Setelah kegiatan IHH, ada gak mas penananganan lebih lanjut dari penaitia penyelenggara untuk peserta, sepertui melakukan monitoring dan evaluasi ke peserta ?

Narasumber: Setahu saya, pasti ada monitoring, karena kegiatan itu emang buat masyarakat dan pelaku wisata Borobudur itu agar update skillnya. Dengan cara peserta itu setelah pelatihan diberikan tamu tanpa sepengetahuan peserta tersebut. Semisal mas Irfan dikasih tamu dari TWC untuk menguji bagaimana mas Irfan melayani tamu pengunjung atau pelanggan, akan tetapi setalah itu akan diberitahu bahwa tamu tersebut sedang ditugaskan IHH.

Peneliti: Kalau selain itu, ada gak mas monitoring yang dilakukan oleh TWC untuk peserta ?

Narasumber: ada mas, itu dalam bentuk grup WA yang isinya seluruh peserta IHH borobudur dan pematerinya. Gunanya grup itu adalah untuk saling berbagi pengalaman ataupun sharing sharing aja antara peserta dengan peserta maupun peserta dengan pemateri yang ada didalam grup itu.

Peneliti: Menurut mas Bian, apakah program ini dapat berkelanjutan untuk masyarakat ?

Narasumber: Kalau untuk anak-anak muda Borobudur, dia merasa kalau di Brobudur hanya tinggal di Borobudur, diam au belajar tentang mengenai Borobudur mungkin kemauannya mungkin kurang atau belum ada wadah yang tepat. Dengan adanya pelatihan tersebut harusnya berkelanjutan, karena potensi Borobudur dan anak-anak masyarakat Borobudur itu hebat loh mas. Kalau untuk masyarakat sendiri dia harus update skill, harus punya knowledge, attitude, tiga dasar itulah yang mungkin diterapkan dalam dunia pariwisata udah cukup menurut saya. Jadi dengan memiliki skill yang diperoleh dari kegiatan oelatihan IHH ini dapat diterapkan oleh masyarakat dalam kegiatannya.

Peneliti: Oke mas, kalau kemaren Mas bian mengisi materi untuk peserta itu dilakukan sendiri atau dilakang dengan pemateri IHH mas dengan mas fajar ?

Narasumber: Saya sendiri, Mas Fajar sebagai Injourneynya. Jadi saya hanya sebagai tamu yang mengisi materi untuk memberikan pemahaman kepada peserta IHH

Peneliti: ada permintaan spesifik gak mas dari penyelenggara kepada mas Bian untuk memberikan materi apa saja dalam pelatihan IHH tersebut ?

Narasumber: Hospitality dan penjelasan mengenai Desa Wisata saja.