

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
UNTUK Mendukung *GREEN BRAND IMAGE*  
DI NOVOTEL BALI NUSA DUA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NI LUH PUTU NINA YUTARI**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2023**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
UNTUK Mendukung *GREEN BRAND IMAGE*  
DI NOVOTEL BALI NUSA DUA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NI LUH PUTU NINA YUTARI  
NIM 1915834174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
2023**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
UNTUK Mendukung *GREEN BRAND IMAGE*  
DI NOVOTEL BALI NUSA DUA**

Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**NI LUH PUTU NINA YUTARI  
NIM 1915834174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* UNTUK  
MENDUKUNG *GREEN BRAND IMAGE*  
DI NOVOTEL BALI NUSA DUA**

Skrripsi ini telah di setujui oleh Dosen Pembimbing dan  
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali  
pada Kamis tanggal 27 Juli 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM  
NIP 196609201990031002



Elvira Septevany, S.S., M.Li.  
NIP 198909262019032017

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata,  
Politeknik Negeri Bali



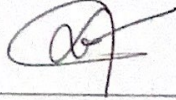
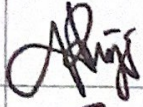

Prof. Sri Ernawati, MATM., Ph.D  
NIP 196312281990102001

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

### **PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* UNTUK MENDUKUNG *GREEN BRAND IMAGE* DI NOVOTEL BALI NUSA DUA**

yang disusun oleh Ni Luh Putu Nina Yutari (NIM 1915834174) telah  
dipertahankan dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji  
pada Kamis tanggal 27 Juli 2023.

|                | Nama Tim Penguji   | Tanda Tangan  |
|----------------|--|---|
| <b>Ketua</b>   | Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM<br>NIP 196609201990031002       |   |
| <b>Anggota</b> | I Nyoman Rajin Aryana, S.Pd., M.Hum.<br>NIP 197507042002121002   |  |
| <b>Anggota</b> | Putu Virgananta Nugraha, S.TI., M.Eng.<br>NIP 199309052022031009 |  |

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata,  
Politeknik Negeri Bali



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D.  
NIP 196312281990102001



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364

Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128

Laman: [www.pnb.ac.id](http://www.pnb.ac.id) Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Luh Putu Nina Yutari  
NIM : 1915834174  
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata  
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul: “Penerapan *Corporate Social Responsibility* Untuk Mendukung *Green Brand Image* Di Novotel Bali Nusa Dua” benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 27 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Ni Luh Putu Nina Yutari

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Penerapan Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Green Brand Image Di Novotel Bali Nusa Dua**” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan sebuah wadah penyalur ilmu dan minat mahasiswa dalam melakukan penelitian sebagai langkah awal dalam memenuhi syarat penyusunan skripsi agar dapat menyelesaikan Pendidikan pada Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

Di mulainya penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikannya tidak lepas dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan pada kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan Usulan Penelitian.
3. Dr. Drs. Gede Ginaya, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah membantu memberikan masukan dan kelancaran bagi penulis.

4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan begitu banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
5. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par., selaku koordinator Praktik Kerja Lapangan yang telah mengkoordinasikan, memberikan saran-saran, memotivasi dan memberi dukungan kepada penulis dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yang kemudian dijadikan tempat melaksanakannya penelitian.
6. Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pandangan, arahan, motivasi dan senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini dari tahap awal hingga akhir.
7. Elvira Septevany, S.S., M.Li selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran, dan memberikan motivasi selama proses bimbingan agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
8. Seluruh Dosen Pengajar di Jurusan Pariwisata yang telah memberikan bimbingan dan wawasan yang luas kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
9. Ibu Ni Nyoman Sundariyani Astini, selaku *Assistant Talent & Culture* Novotel Bali Nusa Dua yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan selama 6 bulan di Novotel Bali Nusa Dua.



10. Bapak I Ketut Gede Giriya, selaku *Talent & Culture Coordinator* Novotel Bali Nusa Dua yang telah memberikan ilmu dan pengalaman tentang dunia kerja bagi penulis selama 6 bulan di Novotel Bali Nusa Dua.
11. Seluruh karyawan di Novotel Bali Nusa Dua yang telah dapat menerima penulis untuk belajar di hotel tersebut, memberikan dukungan, bantuan dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
12. Bapak I Nyoman Sudana dan Ibu Ni Made Suardani sebagai kedua orang tua terkasih, serta seluruh anggota keluarga yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang tak hentinya memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik maupun doa selama melakukan penulisan skripsi ini.
13. Sahabat serta teman - teman yang selalu memberikan dukungan, saling memberi masukan, dan motivasi dalam melakukan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki sehingga besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, dan mohon maaf atas kesalahan dalam melakukan penulisan.

Badung, Juli 2023

Penulis

## ABSTRAK

Yutari, Ni Luh Putu Nina, (2023), Penerapan *Corporate Social Responsibility* Untuk Mendukung *Green Brand Image* Di Novotel Bali Nusa Dua, Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM, dan Pembimbing II: Elvira Septevany, S.S., M.Li.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Green Brand Image*, penerapan, Novotel Bali Nusa Dua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *penerapan Corporate Social Responsibility* di Novotel Bali Nusa Dua serta untuk mengetahui dampak dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam mendukung *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua. Objek dari penelitian ini yaitu Penerapan *Corporate Social Responsibility* Untuk Meningkatkan *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah observasi, kuesioner dengan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jenis teknik sampel *purposive sampling*, *interview* terhadap 3 responden serta studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dan analisis data kuantitatif regresi linier sederhana dengan bantuan olah data aplikasi IBM SPSS Statistik 25. Hasil dari penelitian ini yaitu penerapan *corporate social responsibility* untuk mewujudkan *green brand image* sudah dilaksanakan dengan baik, namun implementasi belum terlaksana dengan maksimal karena terdapat beberapa faktor. Penerapan dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk dapat mendukung *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua harus mencari alternatif lain selain daripada *Corporate Social Responsibility (CSR)* itu sendiri. Hasil regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,692, serta pada uji hipotesis T diperoleh perbandingan nilai t-hitung dan t-tabel yaitu t-hitung sebesar  $7,599 > 1.669$  dengan taraf signifikansi dan nilai *alpha* sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kontribusi pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility (X)* terhadap variabel *Green Brand Image (Y)* sebesar 47% sedangkan 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **ABSTRACT**

*Yutari, Ni Luh Putu Nina, (2023), Application Corporate Social Responsibility To Support Green Brand Image At Novotel Bali Nusa Dua, Thesis: Tourism Business Management, Department of Tourism, Bali State Polytechnic.*

*This thesis has been approved and checked by Supervisor I: Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM, and Supervisor II: Elvira Septevany, S.S., M.Li.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Green Brand Image, application, Novotel Bali Nusa Dua.*

*This study aims to determine the effect of implementing Corporate Social Responsibility at Novotel Bali Nusa Dua and to find out the impact with the implementation Corporate Social Responsibility in supporting Green Brand Image at Novotel Bali Nusa Dua. The object of this research is Application Corporate Social Responsibility To Support Green Brand Image at Novotel Bali Nusa Dua. The data collection method used in this research is observation, using a questionnaire with sampling non probability sampling with this type of sampling technique purposive sampling, interview to 3 respondents as well as literature studies. The data analysis technique used is descriptive qualitative and quantitative data analysis simple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics 25 application data processing. The results of this study are the application of corporate social responsibility to create green brand image has been well implemented, but the implementation has not been carried out optimally because there are several factors. Application of Corporate Social Responsibility (CSR) to be able to improve Green Brand Image at Novotel Bali Nusa Dua you have to look for alternatives other than Corporate Social Responsibility (CSR) itself. Simple linear regression results show that there is a strong correlation with value pearson correlation of 0.692, and in the T hypothesis test obtained a comparison of the value of t-count and t-table, namely t-count of  $7.599 > 1,669$  with a significance level and a value alpha of  $0.00 < 0.05$ , then  $H_0$  accepted and  $H_a$  rejected. Variable influence contribution Corporate Social Responsibility (X) to variables Green Brand Image (Y) of 47% while 53% is influenced by other variables not examined in this study.*

## DAFTAR ISI

|  |              |
|--|--------------|
| <b>SKRIPSI</b> .....                               | <b>ii</b>    |
| <b>SKRIPSI</b> .....                               | <b>iii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....            | <b>iv</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....             | <b>v</b>     |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....               | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                        | <b>vii</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                               | <b>x</b>     |
| <b>ABSTRACT</b> .....                              | <b>xi</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                            | <b>xii</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                          | <b>xiv</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                         | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                       | <b>xviii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                     | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang.....                            | 1            |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                           | 4            |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                         | 5            |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                        | 5            |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                        | 5            |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                         | 5            |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....                 | <b>7</b>     |
| 2.1 Landasan Teori .....                           | 7            |
| 2.1.1 Hotel .....                                  | 7            |
| 2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> ..... | 8            |
| 2.1.3 <i>Green Brand Image</i> .....               | 22           |
| 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....              | 24           |
| 2.3 Hipotesis .....                                | 31           |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....         | <b>32</b>    |
| 3.1 Lokasi dan Periode Penelitian .....            | 32           |
| 3.2 Objek Penelitian .....                         | 33           |
| 3.3 Identifikasi Variabel .....                    | 33           |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel .....            | 33           |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data.....                     | 37           |

|  |  |            |
|--|--|------------|
| 3.5.1  | Jenis Data.....  | 37         |
| 3.5.2  | Sumber Data .....  | 38         |
| 3.6  | Populasi dan Sampel Penelitian.....  | 39         |
| 3.6.1  | Populasi Penelitian.....   | 39         |
| 3.6.2  | Sampel Penelitian .....  | 39         |
| 3.7  | Pengumpulan Data.....  | 41         |
| 3.8  | Teknik Analisis Data .....   | 43         |
| 3.8.1  | Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif .....  | 43         |
| 3.8.2  | Teknik Analisis Data Kuantitatif .....   | 45         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |  | <b>51</b>  |
| 4.1  | Gambaran Umum Tempat Penelitian .....  | 51         |
| 4.1.1  | Sejarah Novotel Bali Nusa Dua .....  | 52         |
| 4.1.2  | Fasilitas Novotel Bali Nusa Dua.....   | 53         |
| 4.1.3  | Struktur Organisasi & <i>Job Description</i> .....   | 72         |
| 4.2  | Penyajian Hasil dan Pembahasan Penelitian .....  | 77         |
| 4.2.1  | Penerapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> di Novotel Bali Nusa Dua .....  | 77         |
| 4.2.2  | Dampak Dengan Adanya Penerapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dalam Meningkatkan <i>Green Brand Image</i> Di Novotel Bali Nusa Dua ..... | 110        |
| 4.2.3  | Karakteristik Responden.....   | 110        |
| 4.2.4  | Hasil Uji Instrumen Penelitian.....  | 114        |
| 4.2.5  | Uji Korelasi.....  | 116        |
| 4.2.6  | Uji Asumsi Klasik.....   | 117        |
| 4.2.7  | Pemodelan Regresi Linear Sederhana .....   | 120        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>              |  | <b>132</b> |
| 5.1  | Simpulan.....  | 132        |
| 5.2  | Saran .....  | 133        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                        |  | <b>134</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                             |  |            |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....  | 34  |
| Tabel 3. 2 Perhitungan Purposive Sampling.....   | 41  |
| Tabel 3. 3 Penentuan Skor .....  | 42  |
| Tabel 4. 1 Pembagian Kamar Novotel Bali Nusa Dua.....  | 54  |
| Tabel 4. 2 Data Jumlah Kamar Novotel Bali Nusa Dua .....   | 55  |
| Tabel 4. 3 Klasifikasi Rata-Rata Deskripsi Data Penelitian .....   | 78  |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Indikator Dampak Ekonomi .....          | 78  |
| Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Indikator Dampak Lingkungan..... | 87  |
| Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Indikator Dampak Sosial .....           | 101 |
| Tabel 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Posisi .....   | 110 |
| Tabel 4. 8 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden.....  | 111 |
| Tabel 4. 9 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....   | 112 |
| Tabel 4. 10 Distribusi Responden Berdasarkan Masa Kerja Responden.....   | 112 |
| Tabel 4. 11 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden .....  | 113 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....   | 115 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....  | 116 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Korelasi.....  | 116 |
| Tabel 4. 15 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....   | 118 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas .....   | 119 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i> .....   | 120 |
| Tabel 4. 18 Hasil Pemodelan Regresi Linear Sederhana .....   | 121 |
| Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi .....  | 122 |
| Tabel 4. 20 Uji Hipotesis (Uji T) .....  | 123 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4. 1 Logo Novotel Bali Nusa Dua                    | 51 |
| Gambar 4. 2 Novotel Bali Nusa Dua                         | 52 |
| Gambar 4. 3 Denah Outlet Novotel Bali Nusa Dua            | 54 |
| Gambar 4. 4 Deluxe Room                                   | 56 |
| Gambar 4. 5 One-Bedroom Apartment Suite                   | 57 |
| Gambar 4. 6 Square Restaurant                             | 59 |
| Gambar 4. 7 Gourmet Bar                                   | 60 |
| Gambar 4. 8 Pause Café                                    | 60 |
| Gambar 4. 9 2.28 Private Beach Club                       | 61 |
| Gambar 4. 10 Arjuna Meeting Room                          | 62 |
| Gambar 4. 11 Flamboyant Meeting Room                      | 62 |
| Gambar 4. 12 Melati Meeting Room                          | 63 |
| Gambar 4. 13 Anggrek Meeting Room                         | 63 |
| Gambar 4. 14 Kamboja Meeting Room                         | 64 |
| Gambar 4. 15 Kapasitas Meeting Room Novotel Bali Nusa Dua | 64 |
| Gambar 4. 16 Two Tier Lagoon Pool                         | 65 |
| Gambar 4. 17 Kids Pool                                    | 65 |
| Gambar 4. 18 Kids Club                                    | 66 |
| Gambar 4. 19 Outdoor Kids Playground                      | 66 |
| Gambar 4. 20 In Balance SPA                               | 67 |
| Gambar 4. 21 In Balance Fitness Center                    | 67 |
| Gambar 4. 22 2.28 Private Beach Club for Wedding Venue    | 68 |
| Gambar 4. 23 Arjuna Garden for Wedding Venue              | 68 |
| Gambar 4. 24 Shuttle Bus                                  | 69 |
| Gambar 4. 25 Bicycle Rental                               | 69 |
| Gambar 4. 26 Cooking Class for Guest Activities           | 70 |
| Gambar 4. 27 Yoga for Guest Activities                    | 70 |
| Gambar 4. 28 Family Bicycle for Guest Activities          | 71 |
| Gambar 4. 29 Pool Games for Guest Activities              | 71 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 4. 30 Organization Chart Novotel Bali Nusa Dua  | 72  |
| Gambar 4. 31 Linen, towel, dan amenities atau kelengkapan kamar hotel                                      | 81  |
| Gambar 4. 32 Sandal hotel yang terbuat dari daun kelapa  | 82  |
| Gambar 4. 33 Pulpen hotel yang terbuat dari bahan dasar bukan sekali pakai                                 | 82  |
| Gambar 4. 34 Set up kamar untuk konsumen yang berulang tahun   | 83  |
| Gambar 4. 35 Karyawan menangani keluhan konsumen   | 84  |
| Gambar 4. 36 Karyawan memberikan pelayanan terhadap konsumen   | 85  |
| Gambar 4. 37 Pelaksanaan Cleaning Blitz  | 85  |
| Gambar 4. 38 Menjaga Kebersihan Lingkungan   | 86  |
| Gambar 4. 39 Tempat Sampah Sesuai Jenis Sampahnya  | 91  |
| Gambar 4. 40 Penggunaan plastik sampah yang dapat digunakan berulang kali                                  | 92  |
| Gambar 4. 41 Mencetak dokumen internal secara dua sisi (double sided) dan beberapa halaman (multiple page) | 93  |
| Gambar 4. 42 Pengambilan toner ke toko umum (general store)  | 93  |
| Gambar 4. 43 Mematikan AC, lampu, komputer, dan printer  | 94  |
| Gambar 4. 44 Karyawan sudah menggunakan tangga ketika melakukan operasional di hotel                       | 95  |
| Gambar 4. 45 Karyawan menggunakan HT secara efektif dan efisien  | 96  |
| Gambar 4. 46 Menutup keran air dan keran air injak yang mengali kerusakan                                  | 97  |
| Gambar 4. 47 Berbelanja di koperasi menggunakan tas kain atau papper bag                                   | 97  |
| Gambar 4. 48 Tempat limbah B3 dan limbah B3  | 99  |
| Gambar 4. 49 Mengambil barang menggunakan trolley  | 99  |
| Gambar 4. 50 Buggy sebagai transportasi ramah lingkungan di hotel  | 100 |
| Gambar 4. 51 Karyawan melaksanakan training  | 104 |
| Gambar 4. 52 Karyawan melaksanakan training simulasi mengenai keselamatan dan kebakaran                    | 105 |
| Gambar 4. 53 Karyawan diberikan benefit sesuai dengan tipe pekerjaan yang dijalani                         | 105 |
| Gambar 4. 54 Adanya bagan atau struktur manajemen kesehatan dan keselamatan kerja                          | 106 |
| Gambar 4. 55 Adanya jaminan kesehatan bila terjadi kecelakaan saat bekerja                                 | 107 |



Gambar 4. 56 Melaksanakan program pencegahan penyakit serius 108

Gambar 4. 57 Guest Comment 108



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2. Pedoman Interview (Wawancara)
- Lampiran 3. Pedoman Kuesioner (Angket)
- Lampiran 4. Hasil Wawancara Terstruktur
- Lampiran 5. Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 6. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Korelasi
- Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10. Uji Linearitas
- Lampiran 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 12. Hasil Pemodelan Regresi Linear Sederhana
- Lampiran 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 14. Hasil Uji T
- Lampiran 15. Tabel Uji T
- Lampiran 16. Google Form Kuesioner
- Lampiran 17. Dokumentasi

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan zaman saat ini membuat perubahan cepat terjadi. Dimulai dari perubahan kecil hingga perubahan yang lebih besar, tak terkecuali perubahan tersebut terjadi pada dunia bisnis. Bisnis terus bergerak dan berkembang hampir ke semua sektor dan aspek kehidupan. Perkembangan bisnis yang semakin pesat, turut berimbas pada iklim persaingan usaha yang semakin ketat. Perusahaan terus berlomba-lomba untuk mengeluarkan strategi serta inovasi untuk dapat mempertahankan bisnisnya. (Armanda et al., 2017)

Perkembangan perusahaan sangat ditentukan oleh strategi yang diterapkan. Strategi yang tepat akan mengantarkan perusahaan kepada kesuksesan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu bentuk strategi perusahaan dalam mengembangkan serta mempertahankan bisnisnya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* hadir sebagai suatu fenomena dan strategi yang diterapkan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan dimulai pada era di mana kesadaran akan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang lebih penting dari sekedar profitabilitas perusahaan (Pagaruyung Hutasuhut, et al). Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan juga dikatakan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan reputasi dan citra yang kuat untuk mencapai keinginan konsumen, kemudian membuat konsumen percaya terhadap perusahaan dengan menciptakan sikap yang positif. (Sutan Pagaruyung Hutasuhut, 2021).

Reputasi atau brand image itu sendiri memiliki makna yaitu suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen secara masal. (Supriyadi, 2016). Seiring perkembangan jaman, suatu merek yang ada pada suatu produk atau layanan yang haruslah mempunyai hubungan dengan komitmen dan kepedulian terhadap lingkungan atau dengan kata lainnya atau bisa disebut dengan *green brand image*. Banyak konsumen yang mulai menyadari pentingnya menjaga lingkungan dengan menggunakan produk dengan merek yang berbasis ramah lingkungan. Perbaikan mutu telah mendorong konsumen secara global untuk menerapkan gaya hidup berbasis lingkungan yang sehat dengan tema kembali ke alam atau sering disebut dengan istilah *back to nature*. Dengan adanya informasi tentang fakta-fakta mengenai kepedulian terhadap lingkungan di dalam merek tersebut, sehingga kesan yang muncul akan relatif pada jangka panjang yang terbentuk dalam benak konsumen.

Awal mula adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikarenakan munculnya ketidakpercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Saat ini perusahaan harus menjalankan secara seimbang semua aspek yang dapat mendukung keberlangsungan hidup perusahaan, baik itu dari segi keuangan perusahaan, kepentingan pemegang saham, dan juga kepentingan masyarakat umum. Salah satunya yang merupakan aspek penting bagi perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan untuk kesejahteraan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan, perusahaan melakukan

pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) menjelaskan tiga fokus utama, yaitu 3P yang terdiri dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi saja (*profit*), perusahaan haruslah memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya (*people*). (Dianti & Mahyuni, 2018a)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ria et al., 2017a) membahas penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dampaknya terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat (studi kasus pada hotel Ibis Surabaya *City Center*) memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan pada hotel, diterapkannya program CSR dapat menarik minat tamu untuk mengunjungi Hotel Ibis Surabaya *City Center* serta melaksanakan program CSR di Hotel Ibis Surabaya *City Center* tidak hanya untuk meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat, melainkan sudah merupakan kewajiban perusahaan.

Penelitian ini akan membahas mengenai praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata di Bali. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Novotel Bali Nusa Dua dalam mengurangi dampak negatif dari pembangunan pariwisata yang terus berkembang dengan melaksanakan secara maksimal penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan program tersebut diwujudkan dengan mengadakan kegiatan yang ramah lingkungan, seperti misalnya penggunaan bahan-bahan herbal pada produk yang digunakan, penggunaan kemasan yang

mudah untuk didaur ulang, penggunaan sumber daya alam seminimal mungkin, melakukan kegiatan pekerjaan setiap pegawai dengan mengurangi pemakaian kertas dan plastik, mengelola limbah padat dan cair secara terorganisir, dan lain sebagainya. Adanya penerapan tersebut dapat memberikan banyak manfaat, seperti menarik minat beli pelanggan, menciptakan citra merek (*brand image*) produk, menciptakan kepercayaan konsumen terhadap merek produk, bahkan menciptakan kepuasan konsumen yang pada akhirnya dapat membuat konsumen tersebut menjadi loyal terhadap merek perusahaan (Semuel & Budiwati, 2015). Namun pada saat penulis melakukan observasi langsung masih terdapat kegiatan ramah lingkungan yang belum maksimal seperti pemilahan sampah yang belum maksimal serta masih terdapat penggunaan plastik sehingga diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan *green brand image*.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* Untuk Mendukung *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka untuk memperdalam pembahasan dari permasalahan yang ada, permasalahan tersebut dikerucutkan ke dalam rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Novotel Bali Nusa Dua?

2. Bagaimana dampak dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk dapat mendukung *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Novotel Bali Nusa Dua.
2. Untuk mengetahui dampak dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam mendukung *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dan dapat mengetahui Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Untuk Mendukung *Green Brand Image* Di Novotel Bali Nusa Dua serta penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan penelitian-penelitian berikutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, pertimbangan, dan bahan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengidentifikasi penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk mendukung *Green Brand Image* Di Novotel Bali Nusa demi keberlangsungan operasional di hotel tersebut.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan sesuai dengan masalah terkait serta sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi wadah untuk memperluas ilmu dan pemahaman penulis serta dapat mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh di kampus selama perkuliahan berlangsung dengan mempraktekkannya di dunia industri.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* Untuk Mendukung *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua”, adapun kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis sebagai berikut.

Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk mendukung *Green Brand Image* sudah dilaksanakan dengan baik yang mengacu pada 3 dimensi yaitu dimensi ekonomi, dimensi lingkungan, dan dimensi sosial. Karyawan telah berupaya dan memiliki semangat dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, namun pengimplementasiannya belum terlaksana dengan maksimal karena terdapat beberapa faktor, seperti keran air yang sering mendapatkan laporan terjadi kerusakan dikarenakan pemakaian yang kurang hati-hati. Kemudian, sampah yang telah terpilah pada akhirnya saat dimasukkan ke mobil pengangkut sampah kembali bercampur atau tidak sesuai dengan jenisnya.

Selanjutnya, bahwa pada penerapan dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* mampu mempengaruhi dari *Green Brand Image* sebesar 47% artinya bahwa Novotel Bali Nusa Dua untuk dapat meningkatkan *Green Brand Image* di Novotel Bali Nusa Dua harus mencari alternatif lain selain daripada *Corporate Social Responsibility (CSR)* itu sendiri. Salah satunya dengan perilaku sosialisasi mengenai lingkungan keberlanjutan, memberikan insentif terhadap karyawan

yang telah berprestasi terhadap lingkungan berkelanjutan, serta melakukan promosi seperti *exhibition* atau pameran atau media yang lainnya agar Novotel Bali Nusa Dua dapat lebih dikenal dengan masyarakat.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan penulis, terdapat saran yang dapat diberikan penulis, yakni pada permasalahan di variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada indikator air yaitu kerusakan keran injak yang terjadi secara terus - menerus, dapat diberikan tanda didekat keran injak terkait himbauan mengenai penggunaan keran injak secara hati-hati agar pengguna dapat lebih memperhatikan cara penggunaannya. Kemudian pada indikator bahan baku atau material, terkait pemilahan sampah diperlukan adanya kerjasama dengan pihak yang mengangkut sampah agar diadakannya sekat pada mobil bak sampah, sehingga sampah yang sudah dipisahkan tidak bercampur kembali.

Selanjutnya, untuk pihak *Talent & Culture Department* diharapkan dapat lebih gencar dalam memberikan sosialisasi secara berkala terkait implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* kepada seluruh karyawan agar terwujudnya *Green Brand Image* yang lebih optimal dan dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam menginap di Novotel Nusa Dua Bali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ais Sahla, W., Sophiah, S., Aliyah, R., Jurusan, P., Politeknik, A., Banjarmasin, N., Mahasiswa, ), Akuntansi, J., Negeri, P., & Ringkasan, B. (2016). PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BERDASARKAN GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI-G4) PADA PERBANKAN INDONESIA. *Jurnal INTEKNA*, 16(2), 101–200.
- Ami Widiyadari, N. (n.d.). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Image Nasmoco (Studi Kasus pada Warga Kota Semarang)*.
- Armanda, Y., Kusumawati, A., & Alfisyahr, R. (2017). PENGARUH PENERAPAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI (Survei pada Program CSR PT. Inti Daya Guna Aneka Warna di Kampung Jodipan Kota Malang Jawa Timur). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol (Vol. 53, Issue 2)*.
- Bunga Nayenggita, G., Raharjo, S. T., Resnawaty, R., Studi, P., Sosial, I. K., Padjadjaran, U., Csr, P. S., Sosial, K., & Masyarakat, P. (2019). *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI INDONESIA*. 2(1), 61–66.
- Clara, F., Sagala, N., Althalets, F., & Artikel, H. (n.d.). *ETNIK : Jurnal Ekonomi-Teknik Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Kyriad Sadurengas Kabupaten Paser Informasi Artikel*.
- Dedy, A. (2020). *PENGARUH GREEN PERCEIVED VALUE DAN GREEN BRAND IMAGE MELALUI GREEN SATISFACTION DAN GREEN TRUST TERHADAP GREEN BRAND EQUITY PADA PARIWISATA KREATIF DI JAWA BARAT. 1*.
- Dianti, G. P., & Mahyuni, L. P. (2018a). *PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA INTERCONTINENTAL BALI RESORT HOTEL: EKSPLORASI BERBASIS PENDEKATAN FILOSOFI TRI HITA KARANA a. 3(1)*. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/>
- Dianti, G. P., & Mahyuni, L. P. (2018b). *PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA INTERCONTINENTAL BALI RESORT HOTEL: EKSPLORASI BERBASIS PENDEKATAN FILOSOFI TRI HITA KARANA a. 3(1)*. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kesembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro Semarang.

Hotel menurut SK Menparpostel Nomor: KM 34/HK 103/MPPT-87.

Kim, M. ,Yin, X. ,& L. G. (2020). *The effect of CSR on corporate image, customer citizenship behaviors, and customers' long-term relationship orientation. International Journal of Hospitality Management*, 88, 102520.

Kotler, P. , K. K. L. , A. S. H. L. S. M. , & T. C. T. (2009). *Marketing management : an Asian perspective. United State of America : Prentice Hall*.

Krishna, A., Osiyo, M., & Semuel, H. (n.d.). *PADA STARBUCKS COFFEE MALANG*.

Kustini, H. (2017). (2017). *General hotel management. Deepublish*.

Muhajir Haris, A., & Priyo Purnomo, E. (2016). IMPLEMENTASI CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) PT. AGUNG PERDANA DALAM MENGURANGI DAMPAK KERUSAKAN LINGKUNGAN. *Journal of Governance and Public Policy*, 3(2), 203-225. <https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0056>

Pagaruyung Hutasuhut , Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak. (n.d.). *Sutan Pagaruyung Hutasuhut , Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak.*

PUTRI MAULIZA. (2020). *PENGARUH GREEN PRODUCT, GREEN ADVERTISING DAN GREEN BRAND TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK TUPPERWARE DI SMPN BEUREUNUEN. 4*.

Ria, Y., Djamhur, S., Rizki, H., & Dewantara, Y. (2017a). ANALISIS PENERAPAN CSR DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT (Studi Kasus Pada Hotel Ibis Surabaya City Center). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 42, Issue 2).

Ria, Y., Djamhur, S., Rizki, H., & Dewantara, Y. (2017b). ANALISIS PENERAPAN CSR DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT (Studi Kasus Pada Hotel Ibis Surabaya City Center). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 42, Issue 2).

Riffut Jabeen, K. U. K. F. Z. F. A. (2023). *Buy green only: Interplay between green marketing, corporate social responsibility and green purchase intention; the mediating role of green brand image*.

- Semuel, H., & Budiwati, M. (2015a). Pengaruh Penerapan CSR Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Customer Satisfaction Pada Produk Komestika. In *Petra Business & Management Review* (Vol. 1, Issue 2).
- Semuel, H., & Budiwati, M. (2015b). Pengaruh Penerapan CSR Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Customer Satisfaction Pada Produk Komestika. In *Petra Business & Management Review* (Vol. 1, Issue 2).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono. (2017b). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D (Edisi ke-3)*.
- Supriyadi, Y. F. G. I. K. N. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 3.
- Sutan Pagaruyung Hutasuht, Dr. W. A. SE. , M. Si. , Ak. (2021). *PENGARUH IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP JOB SATISFACTION (KEPUASAN KERJA) YANG DIMEDIASI OLEH EMPLOYEE COMMITMENT (KOMITMEN KARYAWAN) DAN FIRM REPUTATION (REPUTASI PERUSAHAAN) (Studi Kasus Pada PT. Toba Pulp Lestari Tbk.)*. vol 9 no 2.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI