

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, kata *Corporate Social Responsibility* sudah tidak asing di masyarakat, khususnya lingkup perusahaan. Business for Social Responsibility atau BSR (2002) mendefinisikan CSR sebagai “*Business practices that strengthen accountability, respecting ethical values in the interest of all stakeholders*”. BSR juga menyatakan bahwa pelaku bisnis yang bertanggung jawab menghormati dan memelihara lingkungan hidup serta membantu meningkatkan kualitas hidup melalui pemberdayaan masyarakat dan melakukan investasi di dalam masyarakat di mana perusahaan beroperasi (Kartini, 2009)¹.

Kemudian menurut Carroll (1979) konsep CSR memuat berbagai komponen. Pertama *Economic Responsibilities* dimana tanggung jawab sosial perusahaan didasari oleh kepentingan ekonomi. *Legal Responsibilities* diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan didasari oleh kepentingan menjalankan hukum atau peraturan. *Ethical Responsibilities* diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan didasari oleh kepentingan menjalankan nilai moral. Yang terakhir *Discretionary Responsibilities*, tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat filantropi, dengan harapan perusahaan mendapatkan citra baik di masyarakat².

Untuk program CSR yang dilakukan oleh pemerintah biasanya disebut dengan Tanggung Jawab Sosial (“TJSL”). TJSL tersebut berwujud berbagai peraturan perundang-undangan. Salah satunya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No. 47

¹ Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility “Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia”*. Bandung: Refika Aditama.

² A. B. Carroll, “*The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*,” *Business Horizons* (July–August 1991): 39–48.

Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”)

Yang berisikan pengaturan untuk perseroan diatur dalam Pasal 74 UUP. Yaitu mewajibkan untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam. Kemudian TJSL ini merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Dan yang terakhir mengenai sanksi, dikatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban TJSL akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang terkait.

CSR umumnya banyak diterapkan oleh perusahaan yang bergerak di sektor sumber daya alam seperti pertambangan. Perusahaan tersebut memiliki dampak terhadap keadaan lingkungan dan sosial masyarakat. CSR diterapkan oleh beberapa perusahaan untuk membantu meminimalisir dampak yang diakibatkan agar perusahaan tersebut dapat diterima secara berkelanjutan oleh masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan tersebut atas dasar tanggung jawab moral perusahaan terhadap lingkungannya (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Selain itu, biasanya kegiatan CSR yang terpublikasi adalah kegiatan CSR perusahaan produksi. Misalnya perusahaan Cola-cola yang mengganti seluruh pendingin minuman dan *vending machine* buatan Cola-cola, menjadi pendingin yang bebas HFC (*hydrofluorocarbon emission*). HFC adalah emisi yang dapat merusak lapisan ozon.

Di Indonesia sendiri, kegiatan CSR yang cukup menarik perhatian ialah pembangunan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) yang lebih dikenal dengan Taman Kalijodo. Pembangunan tersebut di bawah otoritas Pemprov DKI Jakarta yang dimotori oleh Basuki Tjahaya Purnama, gubernur DKI saat itu, dan berkerjasama dengan salah satu perusahaan swasta yaitu PT. Sinar Mas Land.

Pihak PT. Sinar Mas Land tidak meminta kompensasi untuk pembangunan Kalijodo tersebut. PT. Sinarmas Land diijinkan untuk mengaplikasikan logo perusahaannya di dinding yang ada di area Kalijodo. Selain itu PT. Sinarmas Land

mendirikan anak perusahaannya PT. Sinar Mas Sosro “Teh Botol Sosro” di publik area Kalijodo.

Apabila dilihat dari pembangunan Kalijodo tersebut, sepintas terlihat bahwa kegiatan CSR banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar. Namun tidak banyak perusahaan jasa yang melakukan kegiatan CSR, misalnya perhotelan.

Berikut beberapa kegiatan CSR yang dilakukan oleh hotel-hotel yang berdomisili di Yogyakarta. Pertama, Satoria Hotel yang melakukan kegiatan CSR pada aspek pendidikan di mana pihak Satoria Hotel mendukung pembukaan jurusan perhotelan di SMK Bopkri 2 Yogyakarta³ Kemudian New Saphir Hotel, yang bentuk kegiatan CSR-nya berupa pemberian materi *Products Knowledge* di Pondok Pesantren Add Dalhariyah Muntilan. *Product knowledge* tersebut berupa cara menyajikan makanan, membersihkan alat makan dan merapikan tempat tidur⁴.

Selain kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh hotel-hotel tersebut, pihak pemerintah, yaitu Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta juga mendukung pelaksanaan kegiatan CSR oleh pihak hotel dengan mengeluarkan SK (Surat Keputusan) Nomor 188/3073 tentang Penetapan Desa Atau Kampung Wisata Sebagai Mitra Dari Hotel Bintang Dalam Rangka Pengembangan Kemitraan Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2016. Penetapan mitra tersebut dikenal sebagai program *One Hotel One Village*. Program One Hotel One Village ialah sebuah program kemitraan antara desa wisata dan hotel, dengan tujuan perluasan pemasaran pariwisata, peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM), mengangkat potensi lokal, dan penerapan standar usaha pariwisata⁵.

Kegiatan kemitraan dengan hotel di Indonesia sendiri dapat dikatakan sedang gencar untuk dikembangkan. Seperti kemitraan *travel agent* Traveloka

³<http://jogja.tribunnews.com/2018/03/02/satoria-hotel-yogyakarta-dukung-siswa-perhotelan-melalui-kegiatan-csr-pada-smk-bopkri-2-yogyakarta> diakses pada 13 Agustus 2019

⁴<http://jogja.tribunnews.com/2017/10/03/new-saphir-hotel-berikan-csr-untuk-pondok-pesantren-add-dalhariyah-muntilan> diakses pada 13 Agustus 2019

⁵ Dokumentasi Front Office Department 101 Yogyakarta Tugu Hotel 2018

yang bermirtra dengan 6.000 hotel di Indonesia⁶. Kemudian kemitraan Swiss-Belhotel International menjalin kemitraan dengan Changi Rewards Travel (CRT), yaitu suatu program yang dicanangkan oleh pengelola bandar udara untuk memberikan manfaat tambahan bagi para pelaku perjalanan yang singgah melalui Bandar Udara Changi, Singapura⁷.

Hotel di mana penulis melaksanakan kegiatan *internship*, yaitu THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel, termasuk dalam daftar hotel yang menjalin kemitraan dengan desa wisata. Pada program kemitraan tersebut pihak Dispar yang menyeleksi hotel dan desa wisata, kemudian dilakukan pengundian untuk memasang kemitraan antara hotel dan desa wisata.

Kemudian penulis juga telah melakukan kegiatan pralapangan dengan melakukan wawancara kepada Ketua Pengurus Sekretariat Desa Wisata Kebonagung dan Manager HRD THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel. Dengan hasil yang memaparkan bahwa pihak THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel melaksanakan program *One Hotel One Village* dengan sudut pandang bahwa program tersebut masuk dalam kategori CSR dalam bentuk kemitraan. Hal tersebut juga sesuai dengan isi Surat Keputusan dari Dispar, yang menyatakan bahwa program *One Hotel One Village* tersebut merupakan wujud kemitraan. Sedangkan pihak Desa Wisata menjalankan program *One Hotel One Villlage* juga dengan sudut pandang CSR. Jadi kedua pihak tersebut menjalankan program *One Hotel One Village* dengan sudut pandang yang sama.

Alasan penulis melakukan penelitian ini pada dasarnya untuk mengembangkan materi CSR yang telah diperoleh penulis selama masa *internship* di THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel. Penulis ingin memfokuskan diri untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dan manfaat dari kemitraan dalam program *One Hotel One Village* antara Desa Wisata Kebonagung dengan THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel. Alasan lain adalah bahwa penelitian yang mengangkat

⁶ <https://press.traveloka.com/id/traveloka-partnered-with-hotels-in-indonesia/> diakses pada 19 Agustus 2019

⁷ <https://www.swiss-belhotel.com/id-id/news/changi-rewards-travel> diakses pada 19 Agustus 2019

topik CSR perhotelan masih tergolong minim. Maka dari itu penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi literatur penelitian mengenai CSR perhotelan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan program Kemitraan *One Hotel One Village* oleh pihak THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel dan oleh pengelola Desa Wisata Kebonagung?
2. Apa manfaat program Kemitraan *One Hotel One Village* bagi THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel dan bagi Desa Wisata Kebonagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program Kemitraan *One Hotel One Village* dalam wujud kemitraan bagi THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel dan bagi Desa Wisata Kebonagung.
2. Untuk mengetahui manfaat program Kemitraan *One Hotel One Village* bagi pihak THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel dan Desa Wisata Kebonagung.

D. Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa penelitian mengenai kemitraan. Yang pertama penelitian kualitatif oleh Ami Suswandi Putra mengenai *Pola Kemitraan Pariwisata dalam Manajemen Atraksi Desa Wisata Pampang Kota Samarinda, 2013*. Desa Wisata Pampang merupakan satu-satunya objek wisata budaya di Kota Samarinda. Desa ini mendapat bantuan dari pemerintah dalam pengembangan infrastruktur, operasional atraksi wisata dan promosi. Namun tidak terdapat beberapa infrastruktur pendukung dasar dari pemerintah, dan dana yang dialokasikan kurang efektif. Dari beberapa pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa pola atau bentuk kerjasama tidak mendukung, keberlanjutan, tidak inovatif, tidak menyeluruh dan tidak partisipatif. Dari penelitian ini mengidentifikasi pola yang diterapkan meliputi Investasi Publik berupa Bantuan Dana Hibah baik fisik maupun permodalan, Bantuan Pinjaman

Dana bergulir (KUD), Investasi Swasta, CSR, Subkontrak dan Dagang Umum. Adapun pola yang tidak ditemui di lapangan adalah pola Inti Plasma, Waralaba dan Keagenan. Kemudian berdasarkan aspek manajemen, secara umum manajemen atraksi di Desa Wisata Pampang kurang memberi ruang pada pengembangan sumber daya manusia, memberi pemisahan antara pariwisata dan sosial budaya masyarakat, keterbatasan pemanfaatan teknologi dan minimnya pengorganisasian komunitas masyarakat.

Yang kedua, penelitian oleh Ni Kadek Dwi Pebriani penelitian kualitatif mengenai *Kemitraan Pengembangan Sektor Pariwisata (Studi Kasus: Bali Elephant Camp, Desa Wisata Carangsari, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung)*. Bali Elephant Camp merupakan salah satu obyek wisata yang terletak di bagian utara Pulau Bali, namun belum banyak diketahui karena pengembangan wisata di Bali condong ke bagian utara, sehingga menimbulkan ketimpangan. Penelitian ini memaparkan bahwa kemitraan pengembangan di Bali Elephant Camp, kemitraan antara pemerintah dengan swasta, belum berjalan secara optimal karena belum adanya surat perjanjian atau kontrak kerja. Namun berbeda dengan kemitraan yang dijalankan oleh pihak masyarakat yang bermitra dengan pihak swasta. Kegiatan kemitraan ini berjalan berdasarkan kontrak kerja yang sudah disepakati yaitu kemitraannya menyangkut masalah sewa menyewa tanah.

Kemudian penelitian kualitatif yang ditulis oleh Ida Mentayani mengenai *Model Implementasi Corporate Social Responsibility Program Kemitraan pada Mitra Binaan Badan Usaha Milik Negara di Provinsi Kalimantan Selatan*. Artikel tersebut memaparkan bahwa pihak BUMN melaksanakan CSR dalam bentuk kemitraan dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Kalimantan Selatan. BUMN menyumbangkan 2% dari keuntungannya untuk kegiatan CSR tersebut. Wujud nyatanya dengan penyaluran bantuan modal usaha untuk usaha mikro, kecil dan menengah yaitu kredit lunak, pelatihan manajerial, pemasaran serta pelatihan teknis produksi dan lain sebagainya. Untuk pelaksanaan implementasi CSR dalam bentuk kemitraan tersebut berjalan dengan lancar, namun tidak diketahui dampak yang signifikan untuk masyarakat sekitar. Selain itu pihak BUMN sebagai penyalur program kemitraan menganggap bahwa

program ini adalah bantuan hibah yang harus segera tersalurkan sesuai dengan amanah yang mereka emban⁸.

E. Kerangka Konseptual

1. Konsep Desa Wisata

Menurut Wiendu (1993) desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Desa wisata biasanya memiliki kecenderungan kawasan pedesaan yang memiliki kekhasan dan daya tarik sebagai tujuan wisata⁹

Kemudian menurut Muliawan (2000:2) dan Direktorat Pemberdayaan Masyarakat Direktorat Jendral Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2013:9) desa wisata adalah sebagai berikut: *“Suatu wilayah pedesaan dengan luasan tertentu yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang mampu menciptakan perpaduan daya tarik wisata dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima kunjungan wisatawan, termasuk di dalamnya kampung wisata karena keberadaannya di daerah kota”*¹⁰

Yang terakhir menurut Chafid Fandeli (2002) secara lebih komprehensif menjabarkan desa wisata sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik

⁸ Mentayani, Ida dan Rusmanto. 2016 Model Implementasi *Corporate Social Responsibility* Program Kemitraan pada Mitra Binaan Badan Usaha Milik Negara di Provinsi

⁹<https://www.kompasiana.com/thevillagesociety/589ef5e9bd22bd7008dd6c98/mengelola-desa-wisata-meningkatkan-perekonomian-desa?page=all> diakses 12 Mei 2019

¹⁰ <https://docplayer.info/52696108-Bab-i-pendahuluan-mengembangkan-daya-tarik-wisatanya-hal-tersebut-menjadi-alternatif-baru.html> , hal 11 diakses 12 Mei 2019

wisata, misalnya: atraksi, makanan dan minuman, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya¹¹.

2. Konsep Kemitraan

a. Menurut Kartasismita

Kemitraan usaha adalah hubungan antar pelaku usaha yang didasarkan pada ikatan usaha yang saling menguntungkan dalam hubungan kerja yang sinergis (Kartasismita, 1996). Dengan kata lain, kemitraan usaha merupakan hubungan kerjasama pelaku usaha yang sejajar, terutama dalam pengambilan keputusan, dilandasi prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan¹².

b. Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995

Pengertian kemitraan menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 pada Bab 1 dikatakan sebagai “*kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan, ini merupakan suatu landasan pengembangan usaha*”¹³.

3. Pola Kemitraan

a. Kerjasama keterkaitan antar hulu-hilir (*forward linkage*)

Pola kemitraan yang mengolah langsung sumber daya alam di suatu daerah, guna mendorong tumbuhnya usaha yang berkatian, kemudian dikembangkan menjadi kawasan industri.

b. Kerjasama keterkaitan antar hilir-hulu (*backward linkage*)

¹¹ Afrizal, Nazaki, 2012. *Pengembangan Kampung Wisata Nelayan Oleh Pariwisata Kabupaten Bintan (Studi Desa Berakit Kabupaten Bintan)*, Program studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji, hal 11

¹² Asiati, Devi dan Nawawi, *Kemitraan di Sektor Perikanan Tangkap: Strategi Untuk Kelangsungan Pekerjaan*. Jurnal Kependudukan Indonesia | Vol. 11 No. 2, Desember 2016 | 103-118. Pusat Penelitian Kependudukan - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

¹³ Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil Pasal 1 Butir 8

Pola kemitraan yang di dalamnya menggunakan bahan dalam negeri, dengan tujuan peningkatan produksi dan kesempatan kerja, serta pemerataan pendapatan, dalam rangka usaha memperbesar nilai tambah sebanyak-banyaknya, maka pembangunan industri harus dilaksanakan dengan mengembangkan keterkaitan yang berantai ke segala jurusan secara seluas-luasnya yang saling menguntungkan kelompok industri hilir, keterkaitan antara kelompok industri hulu atau dasar.

c. Kerjasama dalam Pemilik Usaha

Dalam konsep kerjasama usaha melalui kemitraan ini, jalinan kerjasama yang dilakukan antara usaha besar atau menengah dengan usaha kecil didasarkan pada kesejajaran kedudukan atau mempunyai derajat yang sama terhadap kedua belah pihak yang bermitra. Ini berarti bahwa hubungan kerjasama yang dilakukan antara pengusaha besar atau menengah dengan pengusaha kecil mempunyai kedudukan yang setara dengan hak dan kewajiban timbal balik sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, tidak ada yang saling mengeksploitasi satu sama lain dan tumbuh berkembangnya rasa saling percaya di antara para pihak dalam mengembangkan usahanya.

d. Kerjasama dalam bentuk bapak angkat sebagai pemodal ventura

Merupakan bentuk kerjasama dalam bentuk suatu investasi melalui pembiayaan berupa penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan swasta (anak perusahaan) sebagai pasangan usaha (*investee company*) untuk jangka waktu tertentu.

e. Pola inti plasma

merupakan hubungan kemitraan antara Usaha Kecil Menengah dan Usaha Besar sebagai inti membina dan mengembangkan Usaha Kecil Menengah yang menjadi plasmanya dalam menyediakan lahan, penyediaan sarana produksi, pemberian bimbingan teknis manajemen usaha dan produksi, perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha. Dalam hal ini, Usaha Besar mempunyai tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) untuk membina dan mengembangkan UKM sebagai mitra usaha untuk jangka panjang.

f. Pola Kemitraan Inti Plasma

Perusahaan Mitra membina Kelompok Mitra dalam hal:

1. Penyediaan dan penyiapan lahan
2. Pemberian saprodi (sarana produksi)
3. Pemberian bimbingan teknis manajemen usaha dan produksi
4. Perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi
5. Pembiayaan
6. Bantuan lain seperti efisiensi dan produktifitas usaha

g. Subkontrak

Menurut penjelasan Pasal 27 huruf (b) Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 1995 bahwa pola subkontrak adalah hubungan kemitraan antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar, yang di dalamnya Usaha Kecil memproduksi komponen yang diperlukan oleh Usaha Menengah atau Usaha Besar sebagai bagian dari produksinya. Atau bisa juga dikatakan, subkontrak sebagai suatu sistem yang menggambarkan hubungan antara Usaha Besar dan Usaha Kecil Menengah, di mana Usaha Besar sebagai perusahaan induk (parent firma) meminta kepada UKM selaku subkontraktor untuk mengerjakan seluruh atau sebagian pekerjaan (komponen) dengan tanggung jawab penuh pada perusahaan induk. Selain itu, dalam pola ini Usaha Besar memberikan bantuan berupa kesempatan perolehan bahan baku, bimbingan dan kemampuan teknis produksi, penguasaan teknologi, dan pembiayaan.

h. Pola dagang umum

Menurut penjelasan Pasal 27 huruf (c) Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 1995, Pola Dagang Umum adalah “hubungan kemitraan antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar, yang di dalamnya Usaha Menengah atau Usaha Besar memasarkan hasil produksi Usaha Kecil atau Usaha Kecil memasok kebutuhan yang diperlukan oleh Usaha Menengah atau Usaha Besar mitranya”. Dengan demikian maka dalam pola dagang umum, usaha menengah atau usaha besar memasarkan produk atau menerima pasokan dari usaha kecil mitra usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh usaha menengah atau usaha besar mitranya.

Bisa juga dikatakan bahwa pola dagang umum mengandung pengertian hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, dimana perusahaan mitra memasarkan hasil produksi kelompok mitra memasok kebutuhan perusahaan mitra.

i. Waralaba

bentuk hubungan kemitraan antara pemilik waralaba atau pewaralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) dalam mengadakan persetujuan jual beli hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha (waralaba). Kerjasama ini biasanya didukung dengan pemilihan tempat, rencana bangunan, pembelian peralatan, pola arus kerja, pemilihan karyawan, konsultasi, standardisasi, pengendalian, kualitas, riset dan sumber-sumber permodalan.

j. Keagenan

Hubungan kemitraan antar kelompok mitra dengan perusahaan mitra di mana kelompok diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa usaha pengusaha mitra. Keagenan merupakan hubungan kemitraan antara UKM dan UB, yang di dalamnya UKM diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa UB sebagai mitranya. Pola keagenan merupakan hubungan kemitraan, di mana pihak prinsipal memproduksi atau memiliki sesuatu, sedangkan pihak lain (agen) bertindak sebagai pihak yang menjalankan bisnis tersebut dan menghubungkan produk yang bersangkutan langsung dengan pihak ketiga¹⁴.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang – oleh sejumlah individu atau sekelompok orang – dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.. (Creswell, 2013; hal 4-5). Kemudian alasan penulis menggunakan kualitatif karena ketika melakukan kegiatan pralapangan dan memperoleh data berupa hasil wawancara, data tersebut lebih cocok untuk penelitian kualitatif.

¹⁴ <http://sigit-rh.blogspot.com/2011/04/pola-pola-kemitraan-usaha.html>, diakses pada 19 Mei 2019

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Nazir (1988: 63), metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3. Subyek Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan narasumber. Subyek yang dijadikan narasumber pada penelitian ini adalah Ketua dan Sekretaris dari Sekretariat Desa Wisata Kebonagung Imogiri, kemudian dari pihak THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel adalah Front Office Manager dan staf Marcom (Marketing Communication). Dipilihnya subyek-subyek tersebut karena merupakan pihak yang secara langsung terlibat pada kegiatan kemitraan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer tersebut akan diperoleh melalui observasi ke Desa Wisata, dan teknik wawancara dengan mengajukan daftar pertanyaan terbuka kepada beberapa pengurus Desa Wisata dan pihak THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel.

b. Data Sekunder

Kemudian untuk data sekunder akan diperoleh melalui pengambilan dokumentasi berupa foto atau video mengenai kegiatan kemitraan antara Desa Wisata Kebonagung dan THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel yang berasal dari sosial media maupun pihak terkait.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data

dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami¹⁵. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan ialah teknik analisis data kualitatif, yang menurut Miles dan Hubberman¹⁶ teknik tersebut terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Berikut penjelasan dari masing-masing teknik tersebut:

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan penyerderhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

b. Penyajian data

Penyajian data yang sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

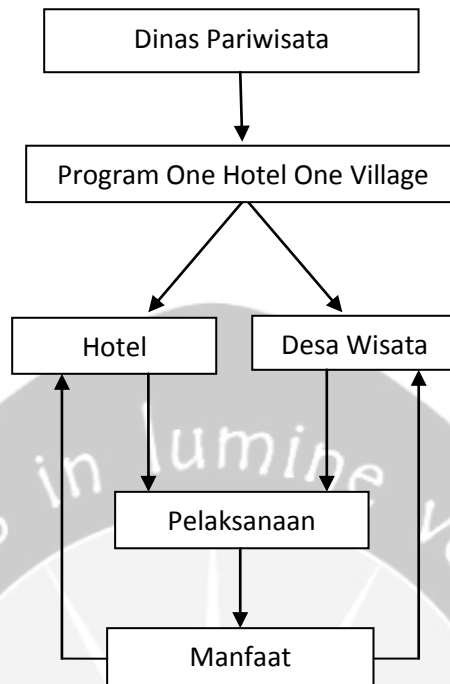
c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data serta tetap mengacu pada rumusan masalah dan tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

¹⁵ Sugiyono. 2007: 333-345. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

¹⁶ Sugiyono. 2007: 204. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

6. Kerangka Berpikir



Keterangan:

Bagan di atas memaparkan penelitian yang akan penulis lakukan. Dimulai Dinas Pariwisata yang memelopori kegiatan kemitraan yang menjalin pihak Hotel dan Desa Wisata, yang disebut dengan Program *One Hotel One Village*. Kemudian pada penelitian ini penulis akan meneliti bagaimana proses penerapan program *One Hotel One Village* antara THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel dengan Desa Wisata Imogiri Bantul. Selain itu peneliti juga akan meneliti apa saja manfaat dari program *One Hotel One Village* bagi pihak Hotel dan Desa Wisata.