

**CSR HIJAU DAN PARIWISATA
BERKELANJUTAN: SEBUAH PARADIGMA BARU
MENUJU PEMBANGUNAN**

Maida Muzayyah

Risky Tri Listirta

Maryani

Januar Wijaya

Elva Zakiyatul Fikri

Sanksi Pelanggaran Pasal 72

Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002

Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana paling lama 7 (tahun) dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**CSR HIJAU DAN PARIWISATA
BERKELANJUTAN: SEBUAH PARADIGMA BARU
MENUJU PEMBANGUNAN**

Maida Muzayyah

Risky Tri Listirta

Maryani

Januar Wijaya

Elva Zakiyatul Fikri



YAYASAN PUTRA ADI DHARMA

**CSR HIJAU DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN: SEBUAH PARADIGMA
BARU MENUJU PEMBANGUNAN**

Penulis :

Maida Muzayyah
Risky Tri Listirta
Maryani
Januar Wijaya
Elva Zakiyatul Fikri

ISBN : 978-634-7428-63-9

IKAPI : No.498/JBA/2024

Editor :

Annida Muthi'ah

Penyunting :

Yayasan Putra Adi Dharma

Desain sampul dan Tata letak

Yayasan Putra Adi Dharma

Penerbit :

Yayasan Putra Adi Dharma

Redaksi :

Wahana Pondok Ungu Blok B9 no 1, Bekasi
Office Marketing Jl. Gedongkuning, Banguntapan Bantul, Yogyakarta
Office Yogyakarta : 087777899993
Marketing : 088221740145
Instagram : @ypad_penerbit
Website : <https://ypad.store>
Email : teampenerbit@ypad.store

Cetakan Pertama Oktober 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Buku ini hadir sebagai bentuk kontribusi pemikiran atas dinamika dan tantangan implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam konteks pembangunan berkelanjutan, khususnya di sektor pariwisata berbasis lingkungan dan pemberdayaan komunitas lokal. Di tengah meningkatnya perhatian global terhadap isu perubahan iklim, degradasi lingkungan, serta ketimpangan sosial, peran CSR mengalami pergeseran fundamental—dari sekadar aktivitas filantropi menjadi strategi korporasi yang menyatu dalam prinsip keberlanjutan.

Melalui pendekatan CSR Hijau, buku ini membahas bagaimana perusahaan dapat mengambil peran aktif dalam mendorong transformasi sosial dan ekologis yang berkelanjutan. Studi kasus praktik baik yang dilakukan oleh PT PLN Nusantara Power UP Pacitan di kawasan Sungai Maron, menjadi titik fokus yang memperkaya narasi dan menawarkan pembelajaran yang konkret dan aplikatif.

Struktur buku ini dibagi ke dalam lima bab utama. Bab I memetakan latar belakang dan urgensi keterkaitan antara CSR dan pariwisata berkelanjutan. Bab II mengulas secara konseptual dan praktis tentang CSR Hijau. Bab III menggambarkan pentingnya peran komunitas lokal sebagai aktor kunci dalam pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Bab IV menghadirkan praktik inovasi sosial di Sungai Maron, yang menjadi contoh nyata kolaborasi multisektor dalam membangun ekowisata. Bab V menyajikan refleksi, pembelajaran, serta rekomendasi strategis

untuk replikasi dan pengembangan model CSR yang transformatif di masa depan.

Harapannya, buku ini tidak hanya menjadi referensi akademis bagi peneliti, mahasiswa, dan praktisi, tetapi juga menjadi inspirasi bagi para pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan komunitas lokal yang ingin membangun masa depan yang lebih berkelanjutan dan adil secara sosial.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi salah satu pijakan menuju penguatan praktik CSR Hijau yang tidak hanya bertanggung jawab, tetapi juga berdampak nyata bagi masyarakat dan lingkungan.

BAB I

LATAR BELAKANG FENOMENA CSR DAN URGENSI PARIWISATA BERKELANJUTAN

1.1. Perubahan paradigma CSR: Dari Filantropi Menuju Keberlanjutan

Pada era awal perkembangannya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lebih dari aktivitas filantropi korporat inisiatif sukarela yang sering bersifat simbolis dan tidak terintegrasi dengan inti operasional perusahaan. Praktik ini umumnya berbentuk donasi, sumbangan untuk amal, atau sponsor terhadap komunitas, tanpa strategi jangka panjang yang sistematis. Pada periode 1950–1960-an, tokoh seperti Andrew Carnegie dan John D. Rockefeller menjadi ikon bagi model CSR semacam ini. Bahkan Milton Friedman pernah menegaskan bahwa “*social responsibility of business is to increase its profits*,” menandai bahwa perhatian utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemegang saham (Carroll, A. B., & Shabana, 2010).

Seiring tumbuhnya gerakan lingkungan dan kesadaran sosial pada 1970-an hingga 1980-an, paradigma CSR mulai mengalami pergeseran. Tragedi lingkungan, seperti tumpahan minyak Exxon Valdez, memicu kritik terhadap dampak bisnis dan memperluas ekspektasi publik terhadap tanggung jawab korporat. Teori

stakeholder, yang menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak mulai dari karyawan, konsumen, hingga komunitas membawa CSR lebih jauh dari sekadar legal compliance maupun donasi filantropis (Wibisono, 2007).

Memasuki 1990-an hingga 2000-an, CSR mengalami proses institusionalisasi. Banyak perusahaan mulai membentuk departemen CSR, menyusun laporan keberlanjutan, dan melakukan dialog dengan pemangku kepentingan. Konsep seperti *corporate citizenship* dan *shared value* berkembang sebagai kerangka kerja yang memposisikan CSR sebagai bagian dari strategi bisnis. John Elkington memperkenalkan model *Triple Bottom Line* yakni keseimbangan antara *People*, *Planet*, dan *Profit* sebagai pendekatan yang menyatukan dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam penilaian kinerja perusahaan (Carroll & Shabana, 2010; Elkington & Rowlands, 1999).

Pada dekade 2010-an hingga kini, paradigma CSR semakin bertransformasi menjadi strategi terintegrasi. Porter dan Kramer memperkenalkan konsep *Creating Shared Value* (CSV) yang menegaskan bahwa perusahaan dapat menciptakan baik nilai sosial maupun ekonomi secara simultan, bukan sekadar tanggung jawab moral atau citra (Dahlsrud, 2008). Mereka menyatakan bahwa perusahaan harus meredefinisi tujuan korporasi: bukan hanya sebagai pencari keuntungan, melainkan juga sebagai agen untuk

mengatasi isu sosial melalui inovasi dan integrasi keunggulan bisnis. CSV menunjukkan bahwa CSR bukan hanya respon terhadap tekanan eksternal, melainkan bagian dari visi jangka panjang perusahaan.

Lebih lanjut, (Visser, 2012) memperkaya teori ini dengan kerangka CSR 2.0, yang menandai pergeseran dari CSR “1.0” yang masih bersifat defensif, promosi, atau strategis menuju CSR yang sistemik dan transformatif. Visser mengidentifikasi tiga kelemahan CSR 1.0 yaitu sifatnya yang incremental, perannya yang marginal dalam perusahaan, serta anggapan bahwa CSR hanya sebagai beban biaya bisnis. Sebagai solusi, CSR 2.0 menawarkan prinsip-prinsip seperti kreativitas, skalabilitas, responsif, glocalitas (integrasi global dan lokal), dan *circularity* dengan DNA yang mencakup penciptaan nilai, tata kelola baik, kontribusi sosial, dan integritas lingkungan.

Gambar 1.1 Evolusi Paradigma CSR



Sumber: Penulis

Secara teoretis, perubahan paradigma ini juga dapat dipahami melalui evolusi konsep CSR menurut (Carroll, A. B., & Shabana, 2010), yang menempatkan tanggung jawab perusahaan dalam empat kategori hierarkis: tanggung jawab ekonomi, hukum, etis, dan filantropis dengan filantropi berada di puncak hierarki, hanya dapat diprioritaskan setelah tiga tanggung jawab dasar dipenuhi. Namun, CSR modern menempatkan filantropi bukan

sebagai puncak, melainkan sebagai bagian dari strategi yang berkelanjutan dan sejalan dengan misi korporat.

Perkembangan terkini, csr juga semakin terkait dengan ESG (*Environmental, Social, Governance*) sebagai kerangka pengukuran yang lebih formal dan teknis, yang menjadi acuan utama bagi investor global. CSR kini menjadi syarat penting dalam menarik investasi, membangun reputasi, serta memastikan keberlanjutan operasional.

Filantropi Voluntaris: Fokus pada Donasi, Citra, dan Tidak Terikat Strategi Inti

Filantropi voluntaris merupakan bentuk CSR yang menitikberatkan pada aktivitas donasi dan bantuan sosial yang bersifat sukarela, tanpa keterikatan langsung dengan strategi inti atau model bisnis perusahaan (Carroll, A. B., & Shabana, 2010). Karakteristik utama pendekatan ini adalah fokus pada pencitraan positif (*image building*), pemenuhan ekspektasi sosial, serta kontribusi jangka pendek terhadap isu kemasyarakatan. Bentuknya dapat berupa bantuan dana, beasiswa, dukungan bencana alam, hingga sponsor kegiatan budaya atau olahraga.

Di Indonesia, praktik filantropi voluntaris lazim ditemukan pada perusahaan yang ingin memperkuat reputasi atau meningkatkan brand awareness, terutama pada sektor perbankan,

energi, dan konsumsi. Misalnya, program bantuan bencana alam yang dilakukan oleh berbagai BUMN pasca-gempa Lombok dan tsunami Palu pada 2018. Meskipun berdampak positif bagi masyarakat, program ini sering kali bersifat *one-off* dan tidak diintegrasikan dengan strategi jangka panjang perusahaan (Wibisono, 2007).

Kritik terhadap pendekatan ini adalah rendahnya keberlanjutan dampak sosial yang dihasilkan. Karena tidak terhubung dengan kompetensi inti perusahaan, kontribusinya cenderung berhenti pada fase bantuan awal dan tidak menjamin kemandirian penerima manfaat (M. E. Porter & Kramer, 2006). Namun demikian, filantropi voluntaris tetap memiliki peran penting, terutama dalam situasi darurat di mana respon cepat sangat dibutuhkan, seperti pada penanggulangan bencana.

Dalam konteks perkembangan CSR di Indonesia, filantropi voluntaris menjadi titik awal sebelum perusahaan bertransformasi menuju pendekatan CSR strategis dan berbasis keberlanjutan. Transformasi ini memerlukan pergeseran fokus dari sekadar pemberian donasi menjadi integrasi nilai sosial dalam rantai nilai perusahaan.

Compliance dan Risk Management: Respons terhadap Regulasi dan Reputasi

Tahap *compliance* dan *risk management* dalam evolusi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menandai pergeseran dari sekadar tindakan filantropi menuju keterikatan formal terhadap kewajiban hukum dan perlindungan reputasi. Dalam pendekatan ini, CSR tidak lagi dilihat semata sebagai aktivitas sukarela (*voluntary-based*) yang lepas dari strategi bisnis, melainkan sebagai respons terhadap kerangka regulasi dan instrumen hukum yang mengikat, sekaligus sarana mitigasi risiko terhadap reputasi perusahaan (Carroll, A. B., & Shabana, 2010).

Di Indonesia, perkembangan ini sangat dipengaruhi oleh lahirnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), khususnya Pasal 74 yang mengatur Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bagi Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Regulasi ini menegaskan bahwa CSR bukan lagi pilihan, melainkan kewajiban hukum (*mandatory*) yang harus dianggarkan dan dilaksanakan, dengan sanksi moral maupun hukum jika diabaikan (Siregar, 2018). Hal ini menjadi titik balik di mana banyak perusahaan mulai mengintegrasikan program sosial dan lingkungan sebagai bagian dari *compliance corporate governance*.

Dari sudut pandang *risk management*, kepatuhan terhadap regulasi TJSL membantu perusahaan meminimalkan risiko reputasi yang dapat memengaruhi hubungan dengan investor, konsumen, dan pemerintah (M. E. Porter & Kramer, 2006). Di era keterbukaan informasi, perusahaan yang mengabaikan aspek sosial dan lingkungan dapat mengalami kerugian citra (*brand damage*), penurunan nilai saham, bahkan boikot konsumen. Oleh karena itu, CSR berbasis *compliance* berfungsi sebagai mekanisme perlindungan jangka panjang.

Praktik di Indonesia menunjukkan bahwa banyak BUMN dan perusahaan swasta mulai mengalokasikan anggaran CSR dengan merujuk pada Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan (RKAT), memastikan sinkronisasi dengan regulasi, dan mempublikasikan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Misalnya, PT Pertamina dan PT PLN Nusantara Power yang telah mengadaptasi strategi TJSL yang fokus pada konservasi lingkungan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan penguatan infrastruktur sosial.

Meskipun demikian, model *compliance-driven* CSR masih sering dikritik karena cenderung reaktif dan fokus pada pemenuhan kewajiban administratif, bukan pada penciptaan nilai bersama (*shared value*) (M. E. . & K. M. R. Porter, 2006). Namun, dalam konteks regulasi di Indonesia, tahap ini menjadi fondasi penting

sebelum perusahaan dapat bertransformasi menuju CSR strategis yang terintegrasi penuh dalam model bisnis berkelanjutan.

Institusionalisasi dan Triple Bottom Line: CSR sebagai Bagian dari Model Bisnis

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan oleh (Elkington & Rowlands, 1999) memandang keberhasilan korporasi tidak hanya diukur dari keuntungan (*profit*), tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan manusia (*people*) dan keberlanjutan lingkungan (*planet*). Dalam fase ini, CSR tidak lagi ditempatkan sebagai aktivitas tambahan (*add-on*), melainkan diintegrasikan ke dalam strategi bisnis inti (*core business strategy*). Proses institusionalisasi CSR berarti perusahaan membangun kebijakan, prosedur, dan indikator kinerja yang menginternalisasi prinsip TBL ke dalam operasi sehari-hari (Schaltegger & Burritt, 2018).

Di Indonesia, pendekatan ini semakin relevan setelah keluarnya regulasi terkait Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74, yang mewajibkan perseroan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan TJSL. Implementasi TBL mendorong perusahaan untuk memastikan bahwa kebijakan CSR selaras dengan tujuan

bisnis jangka panjang dan keberlanjutan sumber daya yang menjadi basis operasi mereka.

Dalam praktiknya, banyak perusahaan BUMN seperti PT PLN, PT Pertamina, dan PT Telkom Indonesia telah memformalkan program CSR ke dalam *Sustainability Roadmap* yang mengacu pada prinsip TBL. Misalnya, PT PLN Nusantara Power UP Pacitan melalui program Sungai Maron yang mengintegrasikan *green innovation* untuk mengurangi emisi karbon (*Planet*), membina UMKM energi bersih (*People*), dan sekaligus membuka peluang pasar baru untuk teknologi energi terbarukan (*Profit*). Pendekatan ini tidak hanya memenuhi kewajiban hukum, tetapi juga menciptakan nilai bersama (*shared value*) yang memperkuat daya saing perusahaan (M. E. Porter & Kramer, 2011).

Selain BUMN, perusahaan swasta seperti Unilever Indonesia juga menjadi contoh institusionalisasi CSR berbasis TBL melalui *Unilever Sustainable Living Plan* yang menggabungkan inovasi produk ramah lingkungan, pemberdayaan petani lokal, dan efisiensi rantai pasok untuk mengurangi biaya sekaligus meningkatkan reputasi merek.

Dengan demikian, institusionalisasi CSR berbasis TBL di Indonesia merupakan evolusi strategis yang menggeser CSR dari aktivitas filantropis atau sekadar kepatuhan hukum menuju kerangka

bisnis berkelanjutan yang memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara simultan.

Strategic CSR dan Creating Shared Value: Sinergi Nilai Bisnis dan Sosial

Strategic Corporate Social Responsibility (CSR) mengacu pada integrasi kegiatan sosial dan lingkungan ke dalam strategi inti perusahaan dengan tujuan menghasilkan keuntungan bisnis sekaligus manfaat sosial secara berkelanjutan (Werther Jr & Chandler, 2010). Berbeda dari CSR tradisional yang cenderung reaktif atau filantropis, *strategic CSR* berorientasi jangka panjang, fokus pada keunggulan kompetitif, dan didasarkan pada analisis dampak bisnis terhadap lingkungan sosial-ekonomi.

Pendekatan ini menemukan penguatan konseptual dalam gagasan *Creating Shared Value* (CSV) yang diperkenalkan (M. E. Porter & Kramer, 2011), di mana keberhasilan bisnis dan kemajuan sosial dilihat sebagai dua hal yang saling bergantung. CSV menekankan penciptaan nilai bersama melalui tiga strategi utama: (1) menciptakan produk dan pasar yang memenuhi kebutuhan sosial, (2) membangun efisiensi dalam rantai nilai yang mengurangi biaya sekaligus dampak negatif, dan (3) mengembangkan kluster industri lokal yang kuat.

Di Indonesia, penerapan *strategic CSR* dan *CSV* semakin berkembang, khususnya setelah Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021 yang mengatur Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) berbasis *Creating Shared Value*. Aturan ini mendorong BUMN untuk mengarahkan program CSR ke sektor prioritas seperti pendidikan, lingkungan, dan pengembangan UMK, yang selaras dengan *core business*.

Adapun praktik *strategic csr* dan *CSV* di Indonesia yang mengacu pada regulasi TJSL, dan kebijakan terbaru mengenai energi:

- **PT PLN Nusantara Power Pembangkitan Pacitan** yang memiliki inovasi *co-firing* dalam menciptakan energi bersih, dan mengintegrasikan penyediaan listrik energi terbarukan di daerah terpencil dengan pemberdayaan ekonomi lokal. Program ini menciptakan diversifikasi ekonomi yakni, masyarakat sekitar dapat menjadi mitra bisnis perusahaan dalam memasok biomassa sebagai bahan baku *co-firing* (nilai sosial), dan sekaligus menciptakan pasar baru untuk teknologi listrik ramah lingkungan (nilai bisnis).
- **Danone-AQUA** menjalankan program *AQUA Lestari* yang mengelola sumber air secara berkelanjutan melalui konservasi DAS, pemberdayaan petani, dan edukasi lingkungan. Pendekatan ini

menjaga keberlanjutan pasokan bahan baku (nilai bisnis) sambil mengurangi degradasi lingkungan (nilai sosial).

Secara akademis, *strategic CSR* dan CSV menjadi kerangka yang relevan untuk menjawab tantangan SDGs (UN, 2015), karena mendorong perusahaan bukan hanya menjadi *donor*, tetapi juga *co-creator* solusi sosial-ekologis. Dalam konteks ini, nilai bisnis dan sosial tidak lagi dipandang sebagai *trade-off*, melainkan *mutually reinforcing outcomes* yang saling menguatkan.

CSR 2.0 dan ESG: dari Kepatuhan ke Transformasi yang Terukur

Konsep CSR 2.0 menandai pergeseran dari CSR yang bersifat filantropis–komunikatif menuju praktik yang transformatif, terintegrasi, dan berbasis dampak. Wayne Visser menggarisbawahi bahwa kelemahan CSR “generasi pertama” yang cenderung *add-on*, sporadis, dan berorientasi citra harus digantikan oleh pendekatan yang memiliki DNA keberlanjutan: penciptaan nilai, tata kelola yang baik, inovasi sirkular, skalabilitas, dan responsivitas (Visser, 2012). Dalam CSR 2.0, isu lingkungan–sosial tidak berada di pinggir strategi, melainkan menjadi arus utama dalam model bisnis, proses, dan budaya organisasi. Literasi digital (pelacakan rantai pasok, data emisi real-time), ekonomi sirkular, dan kemitraan

multiplikasi menjadi instrumen kunci untuk menggerakkan perubahan sistemik (Schaltegger & Burritt, 2018).

Transformasi ini menemukan pasangannya dalam kerangka ESG (*Environmental, Social, Governance*), yakni seperangkat metrik, standar pengungkapan, dan ekspektasi investor yang menuntut kinerja keberlanjutan dapat diukur, diaudit, dan dibandingkan lintas perusahaan. Bukti empiris lintas studi menunjukkan bahwa kinerja ESG yang baik berkorelasi dengan kinerja keuangan yang lebih stabil, biaya modal lebih rendah, dan ketahanan risiko jangka panjang (Fatemi et al., 2018). Lebih spesifik, ketika perusahaan berfokus pada isu-isu material (misal emisi untuk sektor energi, keselamatan bagi manufaktur), pasar mengapresiasi dan memberi premi valuasi (M. Khan et al., 2016). Dalam praktik, ESG mentranslasikan CSR 2.0 menjadi tata kelola data dan proses manajerial: penetapan target berbasis sains (misal *science-based targets*), integrasi risiko iklim dalam manajemen enterprise, *internal carbon pricing*, serta pengungkapan sesuai standar global (misal GRI, SASB, TCFD). Transisi menuju tata kelola yang lebih kuat ini menggeser fokus dari pelaporan naratif menuju pengukuran hasil (*outcomes*) seperti intensitas emisi, *injury rate*, *gender pay gap*, keterlibatan pemangku kepentingan, dan integritas rantai pasok (SAMPJ; GRI-linked studies).

Namun, literatur juga mengingatkan tiga tantangan. Pertama, heterogenitas penilaian ESG antar-penyedia *rating* dapat menimbulkan kebingungan dan *arbitrage* informasi (Dorfleitner et al., 2018). Kedua, risiko *greenwashing* meningkat ketika pengungkapan tidak disertai perubahan operasi yang nyata; riset JBE menegaskan perlunya *assurance* independen dan *board oversight* untuk kredibilitas (Mahoney et al., 2013). Ketiga, konsekuensi finansial tidak selalu simetris: pasar memberi hukuman lebih besar pada kegagalan sosial–lingkungan dibanding penghargaan terhadap kepatuhan minimal (Werther Jr & Chandler, 2010).

Bagi konteks Indonesia terutama BUMN dan sektor berbasis sumber daya CSR 2.0 dan ESG memberi peta jalan operasional: menghubungkan program TJSL (yang wajib secara hukum) dengan inisiatif material terhadap bisnis inti (efisiensi energi, pengelolaan air, keselamatan kerja, inklusi UMKM pemasok), lalu mengukurnya melalui indikator ESG yang konsisten dan diaudit. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memenuhi regulasi, tetapi mengamankan lisensi sosial untuk beroperasi, memperkuat kepercayaan investor, sekaligus berkontribusi pada agenda SDGs melalui dampak yang terukur dan dapat direplikasi.

Daftar Pustaka

- Adger, W. N. (2010). Social capital, collective action, and adaptation to climate change. *Der Klimawandel: Sozialwissenschaftliche Perspektiven*, 327–345.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). "Collaborative Governance in Theory and Practice." *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
<https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Arnstein, S. (2015). A ladder of citizen participation. In *The city reader* (pp. 323–336). Routledge.
- Ashley, C., & Roe, D. (2002). Making tourism work for the poor: Strategies and challenges in southern Africa. *Development Southern Africa*, 19(1), 61–82.
- Asy'ari, R., & Putra, R. R. (2023). Bibliometric: Pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 19–30.
- Azzahra, N. A., & Manar, D. G. (2023). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Menggunakan Pendekatan Community Based Tourism (CBT) di Desa Wisata Kandri, Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, 12(2), 118–139.
- Becken, S., Whittlesea, E., Loehr, J., & Scott, D. (2020). Tourism and climate change: Evaluating the extent of policy integration. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1603–1624.

- Benayas, J. M. R., Newton, A. C., Diaz, A., & Bullock, J. M. (2009). Enhancement of biodiversity and ecosystem services by ecological restoration: a meta-analysis. *Science*, 325(5944), 1121–1124.
- Berkes, F., Kislalioglu, M., Folke, C., & Gadgil, M. (1998). Minireviews: exploring the basic ecological unit: ecosystem-like concepts in traditional societies. *Ecosystems*, 1(5), 409–415.
- BPS. (2022). *Produk Domestik Bruto*.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Bursa Efek Indonesia. (2025). *Laporan Perkembangan Perdagangan Karbon*.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 1(12), 85–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). Corporate social responsibility: A review of current concepts, research, and issues. *Corporate Social Responsibility*, 39–69.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105.
- Cater, E. (2004). Ecotourism: Theory and practice. *A Companion to Tourism*, 484–597.

- Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 629–644.
- Costanza, R. (2020). Valuing natural capital and ecosystem services toward the goals of efficiency, fairness, and sustainability. *Ecosystem Services*, 43, 101096.
- Crane, A., Palazzo, G., Spence, L. J., & Matten, D. (2014). Contesting the value of “creating shared value.” *California Management Review*, 56(2), 130–153.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87.
- Donato, D. C., Kauffman, J. B., Murdiyarso, D., Kurnianto, S., Stidham, M., & Kanninen, M. (2011). Mangroves among the most carbon-rich forests in the tropics. *Nature Geoscience*, 4(5), 293–297.
- Dorfleitner, G., Utz, S., & Wimmer, M. (2018). Patience pays off—corporate social responsibility and long-term stock returns. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 8(2), 132–157.
- Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. *Organization & Environment*, 29(2), 156–174.
- économiques, O. de coopération et de développement. (2018).

OECD due diligence guidance for responsible business conduct. OECD.

- Edi, S., & S. (2020). Corporate social responsibility dan pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(24), 67–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jsp.47105>
- ElAlfy, A., Darwish, K. M., & Weber, O. (2020). Corporations and sustainable development goals communication on social media: Corporate social responsibility or just another buzzword? *Sustainable Development*, 28(5), 1418–1430.
- Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.
- Fatemi, A., Glaum, M., & Kaiser, S. (2018). ESG performance and firm value: The moderating role of disclosure. *Global Finance Journal*, 38, 45–64.
- Fernando, S., & Lawrence, S. (2014). A theoretical framework for CSR practices: Integrating legitimacy theory, stakeholder theory and institutional theory. *Journal of Theoretical Accounting Research*, 10(1), 149–178.
- Font, X., English, R., Gkritzali, A., & Tian, W. S. (2021). Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*, 82, 104200.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210–233. <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>

- Giampiccoli, A., Mtapuri, O., & Nauright, J. (2021). Tourism development in the Seychelles: A proposal for a unique community-based tourism alternative. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 444–457.
- Global Reporting Initiative. (2021). *Consolidated set of GRI standards* 2021. https://www.globalreporting.org?utm_source=chatgpt.com
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: a success?*
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Hilson, G. (2012). Corporate Social Responsibility in the extractive industries: Experiences from developing countries. *Resources Policy*, 37(2), 131–137.
- Initiative, G. R. (2021). GRI 11: Oil and Gas Sector 2021. URL: <https://www.globalreporting.org/How-to-Use-the-Gri-Standards/Gri-Standards-Englishlanguage/>(Visited on 01/04/2023).
- Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 32–61.
- Khan, A., Muttakin, M. B., & Siddiqui, J. (2013). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures: Evidence from an emerging economy. *Journal of Business Ethics*, 114(2), 207–223.
- Khan, M., Serafeim, G., & Yoon, A. (2016). Corporate

sustainability: First evidence on materiality. *The Accounting Review*, 91(6), 1697–1724.

Kolk, A. (2016). The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development. *Journal of World Business*, 51(1), 23–34.

KPMG, T. (2008). KPMG International survey of corporate responsibility reporting 2008. *Amsterdam, The Netherlands: KPMG*.

Locatelli, T., Binet, T., Kairo, J. G., King, L., Madden, S., Patenaude, G., Upton, C., & Huxham, M. (2014). Turning the tide: how blue carbon and payments for ecosystem services (PES) might help save mangrove forests. *Ambio*, 43(8), 981–995.

Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1–18.

Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223–249.

Mahoney, L. S., Thorne, L., Cecil, L., & LaGore, W. (2013). A research note on standalone corporate social responsibility reports: Signaling or greenwashing? *Critical Perspectives on Accounting*, 24(4–5), 350–359.

Mussadad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 2(1), 73–93.

Nawang Sari, L. C., Siswanti, I., Arijanto, A., & Wahyu, M.

- (2025). From Knowledge to Action: Exploring Green Intellectual Capital's Role in Sustainable Organizational Performance for Millennials. *International Review of Management and Marketing*, 15(1), 82.
- Nkamnebe, A. D. (2011). Sustainability marketing in the emerging markets: imperatives, challenges, and agenda setting. *International Journal of Emerging Markets*, 6(3), 217–232.
- Nurika, F. B. P., Wiryani, E., & Jumari, J. (2019). Keanekaragaman Vegetasi Riparian Sungai Panjang Bagian Hilir di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang. *Jurnal Akademika Biologi*, 8(1), 19–23.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). *Rediscovering social innovation*. Stanford social innovation review Stanford.
- Porter, M. E. . & K. M. R. (2006). Creating shared value. Harvard Business Review. *Harvard Business Review*, 1–13.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Criação de valor compartilhado. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Rahmat, K. D. (2021). Pelestarian cagar budaya melalui pemanfaatan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1), 26–37.

- Resnawaty, R., Firmansyah, T., Sarmedi, S., & Adiansah, W. (2024). PROGRAM ECO FORESTRY GREEN TOURISM SEBAGAI IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT BIO FARMA (PERSERO) DITINJAU DARI PERSPEKTIF INTEGRATED SUSTAINABILITY. *Share: Social Work Journal*, 14(1), 54–66.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Rosati, F., & Faria, L. G. D. (2019). Addressing the SDGs in sustainability reports: The relationship with institutional factors. *Journal of Cleaner Production*, 215, 1312–1326.
- Ruggie, J. G. (2002). The theory and practice of learning networks: Corporate social responsibility and the global compact. *Journal of Corporate Citizenship*, 5, 27–36.
- Schaltegger, S., & Burritt, R. (2018). Business cases and corporate engagement with sustainability: Differentiating ethical motivations. *Journal of Business Ethics*, 147(2), 241–259.
- Scheyvens, R. (2011). The challenge of sustainable tourism development in the Maldives: Understanding the social and political dimensions of sustainability. *Asia Pacific Viewpoint*, 52(2), 148–164.
- Siregar, S. V. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility di Indonesia: Antara Regulasi dan Praktik. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(3), 509–526.
- Sofield, T. H. B. (2003). *Empowerment for sustainable tourism development*. Emerald Group Publishing.

- Sucipto dkk. (2024). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: Perkembangan dari csr 1.0 hingga ESG* (M. Sholahuddin (ed.); 1st ed.). Pusat Literasi Dunia.
- Sultoni, M. H. (2021). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*. Duta Media.
- Sunarta, N., & Arida, S. (2017). *Pariwisata berkelanjutan*. Cakra Press.
- Sunaryo, S. (2013). Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan. *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(1).
- Thaib, H. S. (2019). *Strategi Pengembangan Kepariwisata Indonesia*. 2, 1–33.
- Ulya, S. N., & Parasetya, M. T. (2024). PENGARUH ASPEK INVESTASI TERHADAP PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DENGAN BOARD MONITORING SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia sub Sektor Plastik dan Kemasan yang Terdaftar di Bursa. *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(1).
- Visser, W. (2012). Towards Transformative CSR, or CSR 2.0 ~ Wayne Visser. *Kaleidoscope Futures Paper Series*, 1, 1–17. http://www.waynevisser.com/wp-content/uploads/2013/01/paper_future_csr_wvisser.pdf
- Waagstein, P. R. (2011). The mandatory corporate social responsibility in Indonesia: Problems and implications. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 455–466.
- Werther Jr, W. B., & Chandler, D. (2010). *Strategic corporate*

social responsibility: Stakeholders in a global environment. Sage.

Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (Exploring Applied & Concept of Corporate Social Responsibility)*. Fascho Publishing: Jakarta, Indonesia.

WTO. (2005). *Making tourism more sustainable-A guide for policy makers (english version)*. World Tourism Organization.

Yu, Z., & Guo, X. Di. (2022). Influencing factors of green energy transition: The role of economic policy uncertainty, technology innovation, and ecological governance in China. *Frontiers in Environmental Science*, 10(February), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1058967>

PROFIL PENULIS

Maida Muzayyanah



Maida Muzayyanah lahir di Kulon Progo tanggal 26 Mei 1983. Ia menjalani Pendidikan Sekolah Dasar di SD Kedungdowo Wates, Pendidikan Sekolah Menengan Pertama di SLTP 1 Wates, Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMUN 1 Wates, selanjutnya ia mendapat gelar S.Psi setelah lulus dari Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada pada tahun 2006. Ia mengawali karir di PT PLN Nusantara Power pada tahun 2008. Saat ini Maida Muzayyanah menjabat sebagai Manager Business Support, dengan jenjang jabatan manajemen dasar, Bidang Administrasi di PT PLN Nusantara Power Unit Pembangkitan Pacitan.

Risky Tri Listirta



Risky Tri Listirta lahir di Blitar tanggal 27 November 1981. Ia mendapat gelar akademik Sarjana Ekonomi (S.E) setelah lulus dari Program Studi Manajemen Keuangan di Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Malangkucecwara Malang pada tahun 2007. Ia mengawali karir di PT PLN Nusantara Power pada tahun 2010. Saat ini Risky Tri Listirta menjabat sebagai Assistant Manager SDM, Umum, dan CSR dengan jenjang jabatan supervisor atas, Bidang Administrasi di PT PLN Nusantara Power Unit Pembangkitan Pacitan.

Maryani



Maryani lahir di Bojonegoro pada tanggal 13 Mei 1999. Ia mendapat gelar sarjana sosial (S.Sos) dengan menempuh Pendidikan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ketertarikannya terhadap kebijakan sosial dan pemberdayaan Masyarakat mendorongnya untuk bergabung dengan Prospect Institute pada Departemen Research & Consulting di tahun 2021. Pada Tahun 2022, Maryani melanjutkan pekerjaan sebagai Community Development Officer di PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit VII Kasim. Selanjutnya Maryani bekerja sebagai Community Development Officer di PT Trans-Pacific Petrochemical Indotama pada tahun 2023-2024. Saat ini Maryani bekerja di PT PLN Nusantara Power Unit Pembangkitan Pacitan dengan posisi yang sama sebagai Community Development Officer.

Januar Wijaya



Januar Wijaya S.Si, lahir di Sidoarjo, 01 Januari 2002, adalah lulusan jurusan Geografi Universitas Negeri Semarang dengan keahlian dalam pengembangan masyarakat, analisis spasial, dan keberlanjutan. Selama berkuliah, ia aktif terlibat dalam berbagai kegiatan sosial dan pengabdian melalui organisasi mahasiswa, seperti BEM FIS UNNES 2022 dan Ikatan Mahasiswa Geografi Indonesia, yang kemudian mengantarkannya pada pekerjaan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Berpengalaman memanfaatkan GIS dan penginderaan jauh untuk asesmen dampak, kesiapsiagaan bencana, serta perencanaan yang inklusif, Januar kini berkarier sebagai Community Development Officer di PLN Nusantara Power Unit Pembangkitan Pacitan, memimpin program berbasis masyarakat yang mendukung pencapaian PROPER Gold dan tujuan iklim. Sebelumnya, ia juga terlibat dalam berbagai inisiatif di sektor energi, pertambangan, dan lingkungan, termasuk urban farming, pengembangan ekowisata, serta penguatan UMKM berbasis potensi lokal. Dengan rekam jejak kepemimpinan dan

kolaborasi lintas sektor, ia berkomitmen untuk mengaplikasikan wawasan geospasial dalam mendorong pemberdayaan lokal dan tanggung jawab lingkungan.

Elva Zakiyatul Fikria, S.Sos., M.A



Penulis lahir di Nganjuk pada tanggal 30 Agustus 1989. Setelah selesai menempuh studi sarjananya di Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Brawijaya, penulis sempat bekerja di salah satu perusahaan asuransi swasta selama 2 tahun. Kemudian, penulis memutuskan resign karena ingin melanjutkan studi pascasarjananya di jurusan Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada. Sejak meneruskan pendidikan pascasarjananya, penulis memiliki ketertarikan dalam dunia penelitian. Ketertarikan penulis dalam penelitian, membawa penulis sering bekerjasama dengan beberapa pusat studi yang ada di Universitas Gadjah Mada. Hingga kini penulis masih aktif dalam berbagai proyek penelitian dan kini telah bekerja sebagai dosen di Universitas Darul Ulum Jombang.

CSR HIJAU DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

SEBUAH PARADIGMA
BARU MENUJU PEMBANGUNAN
BERKELANJUTAN

Maida Muzayyanah, Risky Tri Listirta, Maryani,
Januar Wijaya, Elva Zakiyatul Fikria

