

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri perhotelan adalah salah satu dari banyaknya sektor yang secara nyata memberikan dampak terhadap lingkungan, mulai dari konsumsi energi yang masif, penggunaan air berskala besar, hingga produksi limbah operasional harian. Di era modern ini, tuntutan bagi industri perhotelan untuk bertransformasi menjadi *green hotel* atau menerapkan praktik operasional yang ramah lingkungan SEMakin mendesak. Keberhasilan implementasi kebijakan lingkungan di dalam hotel tidak hanya berpatokan kepada kecanggihan teknologi semata ataupun berdasarkan besarnya anggaran yang dialokasikan manajemen, melainkan lebih menitik beratkan pada perilaku nyata para karyawannya. Tindakan sukarela maupun wajib dari pekerja untuk menghemat energi, mengurangi limbah, dan menjaga kelestarian di lingkungan kerja dikenal sebagai *Pro-Environmental Behavior (PEB)*. Namun, memicu munculnya *PEB* di kalangan karyawan perhotelan merupakan tantangan besar, terutama ketika industri ini terus dihadapkan pada masalah internal SDM yang pelik, seperti tingginya tingkat perputaran karyawan (*employee turnover*) dan rendahnya retensi pekerja.

Karakteristik operasional hotel yang menuntut standar pelayanan prima selama 24 jam sering kali menciptakan lingkungan kerja dengan tekanan yang sangat tinggi (*high-pressure work environment*). Di Indonesia, salah satu pemicu utama keengganan karyawan untuk berkontribusi lebih bagi inisiatif lingkungan perusahaan adalah adanya ketidakseimbangan antara beban kerja yang berat dengan apresiasi yang diterima. Tantangan SDM ini dirasakan secara nyata oleh kelompok tenaga kerja tidak tetap dan rentan. Berdasarkan data empiris dari salah satu jaringan hotel internasional di wilayah Tangerang, ditemukan fenomena perputaran

rutin berkisar 1 hingga 2 karyawan yang keluar-masuk setiap bulannya, yang didominasi oleh kelompok *Daily Worker* (DW), *Casual*, dan *Trainee/Intern* (Magang).



Gambar 1.1 Publikasi Berita Sero Survei Wilayah Tangerang Raya oleh Pemerintah Kota Tangerang

Sumber: Pemerintah Kota Tangerang (2022)

Dari Gambar 1.1. Penelitian ini secara spesifik mengambil fokus pada Tangerang Raya (Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang). Penggunaan istilah "Tangerang Raya" merupakan aglomerasi administratif dan geografis seluas sekitar 1.500 km<sup>2</sup> yang mencakup tiga daerah otonom, yaitu Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan (Raharja, n.d.). Popularitas penyebutan wilayah kesatuan ini SEMakin lazim digunakan oleh pemerintah dan media massa sejak masa pandemi COVID-19 guna menyederhanakan koordinasi kebijakan penanganan wilayah (Pemerintah Kota Tangerang, 2022). Sebagai kawasan penyangga utama bagi pusat bisnis Jakarta, Tangerang Raya (Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang) memiliki karakteristik sosial-ekonomi yang sangat kontras, mulai dari kombinasi sektor agraris-industri hingga daerah pedesaan yang berdampingan dengan wilayah metropolitan yang masif (Raharja, n.d.).

Meskipun wilayah ini menjadi pintu gerbang utama Indonesia karena keberadaan Bandara Internasional Soekarno-Hatta, sektor pariwisata dan perhotelan di Tangerang Raya (Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang) menghadapi tantangan keunikan tersendiri. Sektor pariwisata lokal dinilai masih belum memiliki daya tarik yang optimal karena mayoritas pendatang hanya sekedar melintas, sehingga industri perhotelan di kawasan ini dituntut lebih kreatif dan kompetitif dalam menangkap pasar konsumen urban serta pelaku bisnis (Raharja, n.d.). Di sisi lain, pesatnya industrialisasi dan pertumbuhan pusat bisnis baru di beberapa kecamatan justru menyisakan ketimpangan tata kelola profesional, seperti tingginya angka pengangguran lokal dan maraknya isu lingkungan pinggiran kota (Raharja, n.d.). Oleh karena itu, Tangerang Raya (Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang) merepresentasikan ekosistem yang ideal untuk menguji bagaimana dinamika internal SDM perhotelan yang berada di bawah tekanan pasar urban yang ketat ini memengaruhi efektivitas kebijakan lingkungan perusahaan.

Tekanan kerja yang dialami oleh kelompok *Trainee/Intern* di industri perhotelan saat ini berada pada level yang mengkhawatirkan karena beban kerja yang dibebankan kepada mereka sering kali disetarakan secara penuh dengan karyawan tetap atau *casual*. Ironisnya, kontribusi fisik yang besar dan jam kerja yang panjang ini tidak diimbangi dengan kompensasi yang adil. Merujuk pada regulasi nasional yang berlaku, pemegang di Indonesia tidak menerima upah melainkan "uang saku" yang nominalnya tidak diatur standar minimumnya secara mengikat, sehingga banyak hotel memberikan kompensasi yang sangat minim di bawah biaya hidup perkotaan. Eksploitasi terselubung ini diperparah oleh budaya organisasi yang toksik, seperti tingginya *perceived organizational politics* (politik organisasi) berupa fenomena "jilat-menjilat" atau oportunisme demi mengamankan posisi atau penilaian atasan. Ketika karyawan dan pemegang sehari-hari dihadapkan pada kelelahan fisik, upah minim, dan ketidakadilan akibat politik kantor, fokus mereka akan tersita sepenuhnya untuk bertahan hidup secara emosional dan finansial. Akibatnya, mereka tidak lagi memiliki kapasitas

psikologis atau kepedulian sukarela untuk mendukung agenda lingkungan perusahaan, seperti melakukan *Pro-Environmental Behavior (PEB)* di tempat kerja.

Untuk mengatasi krisis kepedulian ini dan memotivasi keterlibatan karyawan dalam agenda hijau, manajemen perhotelan umumnya gencar mengampanyekan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Melalui inisiatif *CSR* yang berorientasi pada lingkungan—seperti program daur ulang dan konservasi energi—perusahaan berusaha membangun persepsi positif (*Perceived CSR*) bahwa organisasi memiliki nilai-nilai etis yang luhur. Berdasarkan *Social Exchange Theory* (Teori Pertukaran Sosial), ketika karyawan mempersepsikan bahwa hotel mereka secara tulus berkontribusi pada lingkungan, akan muncul rasa bangga yang mendorong karyawan untuk memberikan timbal balik (*reciprocity*) berupa peningkatan *Pro-Environmental Behavior (PEB)* selama operasional hotel.

Namun, penelitian ini mengidentifikasi adanya kesenjangan teoritis (*theoretical gap*) yang signifikan, di mana hubungan antara *Perceived CSR* dan *PEB* karyawan dalam literatur terdahulu sering kali diasumsikan berjalan linear. Pada kenyataannya, mekanismenya jauh lebih kompleks karena melibatkan proses evaluasi kognitif di tingkat individu. Berdasarkan *Attribution Theory* (Teori Atribusi), karyawan tidak menerima program *CSR* begitu saja, melainkan secara aktif mengevaluasi motif di balik program tersebut untuk menilai apakah tindakan hijau perusahaan didasari oleh ketulusan intrinsik atau sekadar kosmetik korporat (*greenwashing*).

Maka dari itu, penelitian yang dilakukan ini bertujuan sebagai bentuk upaya untuk menghilangkan kesenjangan teoritis tersebut dengan mengintegrasikan *Perceived CSR Authenticity* dan *CSR Skepticism* sebagai variabel moderasi. Celah teoritis ini krusial untuk diuji; apabila karyawan mendeteksi inkonsistensi antara kampanye hijau eksternal dengan realitas internal hotel (seperti eksploitasi magang dan politik kantor), hal ini akan melahirkan *CSR Skepticism* yang tinggi. Skeptisisme ini diprediksi menjadi "rem" yang memperlemah atau mematikan

dampak *Perceived CSR* terhadap *PEB* karena karyawan menilai organisasi mereka hipokrit. Sebaliknya, jika perusahaan menunjukkan *CSR Authenticity* yang kuat, keraguan karyawan akan terkikis, sehingga memperkuat daya dorong *Perceived CSR* dalam memicu *PEB* secara nyata. Menempatkan kedua variabel ini sebagai pemoderat adalah kebaruan (*novelty*) teoritis dalam penelitian ini untuk menjelaskan kapan *CSR* berhasil dan kapan *CSR* gagal memicu perilaku pro-lingkungan karyawan.

Inkonsistensi ini akan melahirkan *CSR Skepticism* yang tinggi, di mana karyawan menilai aktivitas sosial perusahaan hanya sebagai alat pencitraan dan manipulasi reputasi SEMata. Tingginya skeptisisme ini diprediksi akan memperlemah atau bahkan mematikan dampak positif dari persepsi *CSR* terhadap *PEB*, karena karyawan merasa tidak ada gunanya mendukung efisiensi lingkungan dari perusahaan yang mereka anggap hipokrit. Sebaliknya, jika perusahaan mampu menunjukkan *CSR Authenticity* yang kuat—di mana kebijakan sosial eksternal berjalan selaras dengan keadilan internal dan kepedulian nyata maka keraguan karyawan akan terkikis. Autentisitas yang dirasakan ini akan memperkuat hubungan positif antara *Perceived CSR* dalam memicu peningkatan *Pro-Environmental Behavior (PEB)* karyawan secara nyata dan berkelanjutan. Oleh sebab itulah, penelitian yang dilakukan ini dirasa krusial untuk dilakukan agar bisa dilakukan pengujian terhadap efektivitas program *CSR* untuk menciptakan perilaku pro-lingkungan karyawan perhotelan di Tangerang, dengan menempatkan skeptisisme dan autentisitas sebagai faktor moderasi yang menentukan keberhasilannya.

## **1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

Dilihat dari latar belakang yang telah dijelaskan dan diuraikan sebelumnya mengenai pentingnya persepsi *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *CSR Skepticism*, serta *Perceived CSR Authenticity* dalam membentuk *Pro-*

*Environmental Behavior* karyawan maka peneliti merumuskan masalah ditetapkan secara konsisten sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived CSR* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *PEB*?
2. Apakah *CSR Authenticity* memperkuat hubungan antara *perceived CSR* dan *PEB*?
3. Apakah *CSR Skepticism* memperlemah hubungan antara *perceived CSR* dan *PEB*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis *Perceived CSR* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *PEB*.
2. Menganalisis *CSR Authenticity* memperkuat hubungan antara *perceived CSR* dan *PEB*.
3. Menganalisis *CSR Skepticism* memperlemah hubungan antara *perceived CSR* dan *PEB*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya dilakukan penelitian oleh peneliti, penulis berharap hasil penelitian yang telah dilakukan ini bisa memberikan manfaat yang selaras dengan tujuan penelitian, baik secara akademis maupun non-akademis.

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Apabila dilihat dari sudut pandang atau secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian mengenai micro-level *Corporate Social Responsibility (micro-CSR)*, khususnya terkait pengaruh *Perceived Corporate Social Responsibility* terhadap *Pro-Environmental Behavior* melalui mekanisme *CSR Skepticism* dan *Perceived CSR Authenticity*. Namun disisi lain, penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu menjadi acuan empiris bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan model penelitian mediasi dan moderasi dalam konteks manajemen sumber daya manusia maupun industri jasa.

#### **1.4.2 Manfaat Non-Akademis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen hotel dalam merancang program *CSR* yang lebih efektif, konsisten, dan autentik. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi perusahaan untuk memahami bagaimana persepsi karyawan terhadap aktivitas *CSR* dapat memengaruhi tingkat *Pro-Environmental Behavior* sehingga ketentuan untuk pengelolaan sumber daya manusia dapat dilakukan lebih strategis dan berkelanjutan.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih spesifik dan terarah, penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini merupakan Semua karyawan yang bekerja di Semua hotel yang secara aktif beroperasi di wilayah Tangerang.
2. Responden merupakan Semua karyawan baik itu karyawan tetap maupun kontrak yang telah bekerja minimal 6 Bulan.

3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan memakai metode survei melalui kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan data.
4. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terbatas pada *Perceived Corporate Social Responsibility*, *CSR Skepticism*, *Perceived CSR Authenticity*, dan *Pro-Environmental Behavior*.
5. Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga pengumpulan data dilakukan dalam satu periode waktu tertentu tanpa pengamatan longitudinal.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dari segi penyusunan yang dilakukan pada penelitian ini memiliki beberapa bab setidaknya dibagi kedalam lima bab yang satu sama lainnya memiliki keterkaitan untuk mempermudah pembaca dalam memahami arah penelitian secara menyeluruh. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian bab ini menjelaskan dasar pemikiran yang melatarbelakangi penelitian, termasuk fenomena dan permasalahan yang menjadi fokus kajian. Selain itu, pada bab ini juga memuat rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan sebagai pedoman dalam penyusunan laporan penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan berbagai konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian. Pembahasan mencakup teori yang berkaitan dengan *Perceived Corporate Social Responsibility (Perceived CSR)*, *CSR Skepticism*, *Perceived CSR Authenticity*, dan *Pro-Environmental Behavior*.

*Behavior*. Selain itu, dijelaskan pula teori pendukung yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel, yaitu *Social Exchange Theory* dan *Attribution Theory*. Pada bagian akhir bab disajikan kerangka konseptual penelitian serta hipotesis yang akan diuji secara empiris.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan prosedur penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Uraian dalam bab ini meliputi desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, operasionalisasi variabel, serta metode analisis data yang digunakan. Pengujian model penelitian dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan perangkat lunak *Smartpls*.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang diperoleh dari responden penelitian beserta interpretasinya. Pembahasan diawali dengan deskripsi karakteristik responden, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model pengukuran (*outer Model*), evaluasi model struktural (*Inner Model*), serta pengujian hipotesis penelitian. Selanjutnya, hasil penelitian dianalisis dan dikaitkan dengan teori maupun penelitian terdahulu guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir berisi rangkuman temuan utama penelitian yang disusun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya. Selain itu, bab ini memuat implikasi penelitian, rekomendasi praktis bagi pihak manajemen industri perhotelan, keterbatasan penelitian, serta saran yang dapat

menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang *Corporate Social Responsibility* dan Manajemen Sumber Daya Manusia..



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA