

PENGARUH PERSEPSI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR) TERHADAP NIAT MAHASISWA PARIWISATA UNTUK BEKERJA DI SEKTOR PARIWISATA

Juhari¹, Turmudi², Nurita Andriani³, Muh. Syarif⁴

jojoelika43@gmail.com¹, turmudi411@gmail.com², nurita.andriani@trunojoyo.ac.id³,
syarif@trunojoyo.ac.id⁴

Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan persepsi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mahasiswa pariwisata tentang hotel tempat mereka berencana untuk bekerja di masa depan dan pengaruh persepsi ini terhadap niat mereka untuk bekerja di sektor pariwisata. Formulir kuesioner digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data yang dikembangkan oleh Carroll (1991) dan diadopsi ke Turki oleh Caliskan dan Unusan (2011). Model empat dimensi (dimensi ekonomi, hukum, etika dan filantropi) dari persepsi tanggung jawab sosial perusahaan digunakan pada kuesioner. Juga skala yang dikembangkan oleh Kusluvan dan Kusluvan (2000) digunakan untuk mengukur niat untuk bekerja di sektor tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan data yang dikumpulkan dari total 565 mahasiswa yang melanjutkan gelar sarjana dan asosiasi mereka di universitas-universitas di Eskisehir. Menurut analisis korelasi yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara persepsi CSR mahasiswa dengan niat mereka untuk bekerja di sektor tersebut, di sana terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara niat siswa. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa persepsi tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap niat bekerja di sektor tersebut dan subdimensi CSR yaitu tanggung jawab etika, tanggung jawab hukum, tanggung jawab ekonomi dan filantropi. Di sisi lain, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa persepsi tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap niat bekerja di sektor tersebut ($r=,186$) dan 3,3% niat bekerja di sektor tersebut dapat dijelaskan melalui persepsi tanggung jawab. **Kata Kunci** : Persepsi Tanggung Jawab CSR, Niat Bekerja , Mahasiswa, Pariwisata.

PENDAHULUAN

Salah satu keputusan terpenting dalam kehidupan manusia adalah keputusan pekerjaan. Umumnya, dalam proses pengambilan keputusan yang krusial ini yang pasti akan mempengaruhi kehidupan seseorang dalam segala hal, baik di sekolah, diri sendiri, Perkembangan, sikap keluarga, kepribadian dan lingkungan memiliki pengaruh yang besar (Erdinc & Kahraman, 2012, hlm. 231). Menurut sebuah penelitian yang dilakukan dalam bisnis pariwisata, keputusan mempelajari pariwisata dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi, demografis, psikologis dan sosial (Schmidt, 2002, Erdinc & Kahraman, 2012, hlm. 231). Tahap setelah keputusan pekerjaan adalah keputusan untuk tetap melakukan profesi itu. Struktur sektor dan kesempatan bagi karyawan yang disediakan oleh bisnis di sektor tersebut memiliki pengaruh pada keputusan ini. Kesempatan ini termasuk posisi, kesempatan sosial, manajemen struktur perusahaan, sikap perusahaan terhadap karyawan, kegiatan sosial, filosofi perusahaan dan lain sebagainya (Pelit & Arslanturk, 2011, hal. 164). Kesempatan pendidikan dan pengembangan serta kesempatan internasional yang disediakan oleh perusahaan dan Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses pemilihan profesi di era sekarang ini. generasi baru dan keputusan mereka untuk bekerja. Dari perspektif perusahaan, menarik karyawan generasi baru dan mempertahankannya memiliki kepentingan besar dalam hal CSR (Arguden, 2007, hlm. 40).

Literature

Tanggung jawab sosial perusahaan menonjol sebagai sebuah konsep yang mendapat tempat dalam literatur dan implementasi dalam beberapa tahun terakhir (Rigby, Mueller & Baker, 2011; Erkman & Sahinoglu, 2012; Coles, Fenclova & Dinan, 2013). Secara sederhana CSR merupakan sebuah konsep dimana perusahaan tidak hanya bertanggung jawab secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab terhadap masyarakat. menghasilkan barang dan jasa tetapi mereka juga bertanggung jawab kepada karyawannya, pemegang saham, pemasok dan yang terpenting kepada masyarakat dan lingkungan tempat mereka berada (Erkman & Sahinoglu, 2012, hlm. 268).

Industri pariwisata merupakan industri yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan dan karyawan. Meskipun sektor pariwisata mendorong banyak orang untuk bergabung dengan sektor ini dengan peluang kerja dan karier yang luas (Leiper, 1999, hlm. 605), di sisi lain sektor ini merupakan sektor yang sebagian besar orang yang mempelajari atau masih mempelajari pariwisata tidak bersedia bekerja di dalamnya (Erdem, 2010). Penelitian sebelumnya (Kuslivan & Kuslivan, 2000; Pelit & Gucer, 2006; Roney & Oztin, 2007) menunjukkan bahwa mahasiswa yang baru saja bergabung dengan sektor ini dan mahasiswa yang berpengalaman memiliki pendapat yang berbeda. Temuan umum dari penelitian ini adalah bahwa mahasiswa yang lulus dari pariwisata berniat untuk memilih sektor lain untuk karier mereka (Duman, Tepeci & Unur, 2006, hlm. 52). Alasannya adalah upah rendah dan jam kerja yang tidak nyaman, kurangnya definisi pekerjaan dan standar kejuruan, pengalaman negatif selama masa pelatihan, pilihan bidang pariwisata siswa Meskipun mereka enggan, jam kerja yang panjang, dan status sosial profesi yang rendah (Cati & Bilgin, 2013, hlm. 25), sektor pariwisata harus mempertahankan karyawannya di sektor tersebut agar kepentingannya saat ini dapat dipertahankan di masa mendatang.

Sejumlah penelitian dilakukan tentang sikap mahasiswa terhadap sektor pariwisata (Kuslivan & Kuslivan, 2000; Aksu & Koksul, 2005; Duman et al., 2006; Roney & Oztin, 2007). Ada juga penelitian tentang CSR mahasiswa persepsi (Ozalp, Tonus & Sarikaya, 2008; Burcea & Marinescu, 2011). Namun, belum ada penelitian yang difokuskan untuk mengetahui pengaruh persepsi tersebut terhadap niat mahasiswa untuk bekerja di sektor pariwisata. Meskipun persepsi mahasiswa tentang CSR dan pengaruhnya terhadap niat untuk bekerja di sektor pariwisata belum diteliti baru-baru ini, namun telah terbukti sangat penting bagi calon tenaga kerja yang akan segera dipekerjakan oleh bisnis pariwisata.

Konsep CSR semakin mendapat perhatian seiring dengan perkembangan sosial baru yang terjadi dan dengan demikian perusahaan-perusahaan memasukkannya ke dalam agenda mereka. Konsep CSR adalah yang pertamadisebutkan dalam buku Bowen "The Social Responsibilities of the Businessman" pada tahun 1953 (Turker & Ucar, 2013, hal.155). Menurut Bowen (1953) CSR adalah cara manajer bertindak dengan mengambil manfaat dari masyarakat. tujuan dan nilai-nilai yang menjadi pertimbangan dan membuat kebijakan mereka sesuai dengan itu. Dalam definisi lain Walton (1967) mengutip tentang CSR sebagai "permasalahan yang muncul ketika perusahaan memberikan dampak pada lingkungan sosial, dan prinsip etika yang seharusnya mengatur hubungan antara perusahaan dan masyarakat." Menurut Demir dan Songur (1999) CSR berkaitan dengan pendekatan strategis perusahaan yang sesuai dengan keadaan ekonomi dan hukum, etos kerja, dan pemangku kepentingan internal dan eksternal perusahaan. Dengan sudut pandang lain, CSR adalah tanggung jawab atau tingkat tidak bertanggung jawab perusahaan terhadap bagaimana strategi mereka yang berubah sehari-hari mempengaruhi pemangku kepentingan dan lingkungan mereka (Waddock, 2004).

Carroll (1991) telah mengembangkan model CSR 4 dimensi. Piramida CSR Carroll terdiri dari aspek ekonomi, Tanggung jawab, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis

dan filantropi (Caroll, 1991, hlm. 42). Dimensi ekonomi terdiri dari menekan biaya operasional seminimal mungkin, menguntungkan bagi pemangku kepentingan, menyediakan lapangan kerja yang baik dan kondisi kerja yang efektif bagi karyawan, mencari sumber daya baru dan mendukung pengembangan teknologi (Caliskan ve Unusan, 2011, hlm. 157; Cingoz ve Akdogan, 2012, hlm. 336). Tanggung jawab hukum berarti bahwa ketika perusahaan memenuhi tujuannya, perusahaan harus bertindak sesuai dengan hukum, peraturan, dan ketentuan masyarakat tempat perusahaan itu berada (Ozalp, Tonus, Sarikaya, 2008, hlm. 73). Tanggung jawab etis berarti bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral tidak tertulis yang dianut masyarakat (Varol, 2010, hlm. 56). Filantropi didefinisikan sebagai kegiatan amal yang dilakukan dengan sukarela, terutama oleh perusahaan karena ekspektasi masyarakat (Kusku ve Bay, 2012, hlm. 53).

Tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan internal dan eksternal sangatlah penting. Karyawan yang dianggap sebagai pemangku kepentingan internal akan mengevaluasi perusahaan dengan mempertimbangkan objektivitas pemilihan karyawan dan proses evaluasi kinerja (Ozalp, Tonus & Sarikaya, 2008, hlm. 72). Sementara CSR memberikan perusahaan keuntungan untuk mempertahankan karyawan yang memenuhi syarat saat ini, hal itu juga berdampak pada menarik karyawan yang memenuhi syarat ke perusahaan (Aktan & Boru, 2007, hlm. 30). Menurut hasil studi di bidang tanggung jawab sosial, upaya ini membantu perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar mereka, memperkuat posisi merek mereka, menciptakan citra dan efek perusahaan yang lebih baik, menurunkan biaya dan mempengaruhi niat kerja karyawan (Kotler, 2005, hal. 10-11)

Siswa yang belajar di sekolah pariwisata yang bertujuan untuk menyediakan tenaga kerja yang berkualitas untuk sektor pariwisata berpotensi karyawan. Dalam konteks ini, untuk mengetahui persepsi CSR mahasiswa pariwisata dan pengaruhnya terhadap niat mahasiswa untuk Pekerjaan di sektor pariwisata penting untuk merekomendasikan studi pariwisata dan bekerja di sektor pariwisata. Jika tidak, sebagai akibat dari kurangnya tenaga kerja yang berkualitas, sektor ini mungkin menghadapi penurunan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kegiatan pariwisata di destinasi wisata penting mungkin menghadapi ancaman kepunahan (Solmaz ve Erdogan, 2013, hlm. 559).

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kegiatan CSR perusahaan perhotelan mempunyai pengaruh terhadap mahasiswa pariwisata yang dianggap sebagai tenaga kerja pariwisata potensial, dan apakah ada pengaruh untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya. Dari sini Dari sudut pandang ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi CSR dan niat mahasiswa untuk bekerja di sektor pariwisata yang belajar di Eskisehir. Untuk tujuan ini, mahasiswa sarjana Fakultas Pariwisata Universitas Anadolu dan Fakultas Pariwisata Universitas Osmangazi dan mahasiswa program studi pariwisata tingkat asosiasi Universitas Anadolu Sekolah Kejuruan Eskisehir dipilih untuk studi. Jadi, studi Populasi teoritis yang ditentukan dalam hal konsep waktu dan tempat (Erdogan, 2003, hlm. 167), terdiri dari mahasiswa pariwisata yang belajar di Eskisehir pada bulan Februari dan Mei 2014. Dalam konteks ini, populasi yang dapat diakses terdiri dari Fakultas Pariwisata Universitas Anadolu (701) dan Fakultas

Pariwisata Universitas Osmangazi (703) dan mahasiswa program pariwisata Sekolah Kejuruan Universitas Anadolu Eskisehir (189). Namun, karena tidak mungkin menjangkau setiap siswa, pengambilan sampel secara praktis menjadi wajib. Metode pengambilan sampel secara praktis diadopsi karena menghasilkan informasi berbiaya rendah dalam waktu singkat juga diperlukan. Metode pengambilan sampel secara praktis adalah metode yang setiap anggotanya dapat dipilih secara setara dan independen dan juga tidak mempengaruhi

yang lain (Altunisik, et al., 2007, hlm. 129). Data dikumpulkan dari 565 siswa melalui metode ini. 153 mahasiswa Fakultas Pariwisata Universitas Anadolu, 318 mahasiswa Universitas Osmangazi dan 94 mahasiswa Program Pariwisata Sekolah Kejuruan Eskisehir Universitas Anadolu telah setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Formulir survei digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Formulir survei dikembangkan oleh Carrol (1991) dan diadopsi ke dalam bahasa Turki oleh Caliskan dan Unusan (2011). Formulir survei terdiri dari model tanggung jawab sosial empat dimensi yang dimensi ekonomi, hukum, etika dan filantropi. Skala Kusluvan dan Kusluvan (2000) juga digunakan dalam survei untuk mengukur keinginan bekerja di suatu sektor. Analisis data dilakukan dengan program SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 17.0.1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan variabel demografi

Bila karakteristik umum peserta diteliti, terlihat bahwa 56,5% peserta adalah laki-laki. (319) dan 43,5% dari mereka adalah perempuan (246). Sebagian besar dari mereka memiliki pengalaman sektoral (71,2%) dan sementara 83,4% dari mereka adalah mahasiswa sarjana dan 16,6% melanjutkan studi mereka sebagai mahasiswa asosiasi. Selain itu, 26,2% peserta (148) mahasiswa tahun pertama, 28% peserta (158) mahasiswa tahun kedua, 17% peserta (96) mahasiswa tahun ketiga, dan 28,8% peserta (163) adalah mahasiswa tahun keempat. Sebanyak 318 mahasiswa Universitas Eskisehir Osmangazi (56,3%) dan 153 mahasiswa sarjana dan 94 mahasiswa asosiasi (43,7%) telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Hasil analisis korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara persepsi CSR mahasiswa dengan niat mereka untuk bekerja di sektor yang melanjutkan studi di Eskisehir.

Tabel 1. Hasil analisis korelasi.

	X	SD	UGD	P	LR	ECR	WI
Tanggung Jawab Etis (ER)	4,28	0,610	1				
Filantropis (P)	4,33	0,625	0,771	1			
Tanggung Jawab Hukum (LR)	4,45	0,707	0,748	0,726	1		
Tanggung Jawab Ekonomi (ECR)	4,20	0,719	0,751	0,632	0,572	1	
Niat Kerja (WI)	3,36	1,142	0,173	0,160	0,146	0,200	1

Korelasi signifikan pada level 0,01 (2-tailed).

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan yang signifikan dan berorientasi positif antara subdimensi CSR dari “tanggung jawab etis” (,173), “tanggung jawab filantropis” (,160), “tanggung jawab hukum” (0,146) dan “tanggung jawab ekonomi” (,200). Berdasarkan hal ini, dapat dikatakan bahwa seiring dengan evaluasi positif para peserta tentang Semakin meningkatnya penerapan tanggung jawab etis, filantropi, hukum dan ekonomi di sektor pariwisata maka minat mereka untuk bekerja di sektor tersebut akan semakin meningkat pula.

Hasil analisis korelasi

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh sikap siswa Persepsi CSR terhadap niat mereka untuk bekerja di sektor yang melanjutkan studi di Eskisehir.

Tabel 2. Hasil analisis regresi

Variabel	B	Kesalahan Standar	β	T	P
Konstan	1.782	0,356		5.006	0.000
CSR	0,367	0,082	0,186	4.492	0,013
R= ,186	R ² = ,035	Δ R ² = ,033		Durbin-Watson= 1,938	
F(1,563)= 20.177		p< 0,001			

Berdasarkan hasil analisis regresi, model yang dibuat untuk memprediksi minat bekerja di sektor tersebut signifikan ($p < 0,001$). Jadi, dapat dikatakan bahwa kegiatan CSR memiliki pengaruh terhadap minat bekerja di sektor tersebut ($r = 0,186$); dan 3,3% minat bekerja di sektor tersebut dapat dijelaskan melalui persepsi CSR.

Diskusi

Keberadaan hotel sebagai suatu bisnis dapat bergantung pada pemenuhan tanggung jawab mereka terhadap para pemangku kepentingan dan lingkungan. Oleh karena itu, hotel harus mempertimbangkan lingkungan dan pemangku kepentingannya saat melaksanakan kegiatan CSR. Selain itu, hotel harus memenuhi tanggung jawabnya kepada karyawan dan pelanggannya. Karena itu, tanggung jawab ini dapat berdampak pada kinerja dan kualitas hidup karyawan saat mereka tidak bekerja (Caliskan dan Unusan, 2011, hal. 164).

Di era modern dimana diferensiasi merupakan suatu keharusan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, kesadaran hotel tentang Implementasi CSR dianggap sebagai elemen pembeda yang penting. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif, hotel tidak hanya membedakan diri mereka dengan harga, kualitas produk dan layanan tetapi juga dengan menciptakan citra bisnis yang mewakili hotel sebagai perusahaan yang mengadopsi pemahaman tanggung jawab sosial saat beroperasi di pasar. Jadi, citra yang kuat, yang terjadi sebagai konsekuensi dari tanggung jawab sosial, menempatkan hotel pada posisi yang menguntungkan dengan meningkatkan merek dan nilai pasar hotel (Kaya, 2008; hal. 97). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi CSR mahasiswa terhadap niat bekerja di sektor pariwisata yang sedang menempuh pendidikan di Eskisehir.

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan model tanggung jawab sosial perusahaan empat dimensi, terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara niat untuk bekerja di sektor tersebut dengan dimensi model CSR yaitu ekonomi, etika, hukum dan kesukarelaan. Dalam penelitian Caliskan dan Unusan (2011) disebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara niat untuk bekerja di sektor tersebut dengan dimensi model CSR yaitu ekonomi, etika, hukum dan kesukarelaan. korelasi signifikan ($p < 0,01$) antara persepsi CSR karyawan dengan kepuasan kerja ($r = 0,362$). Karena persepsi tanggung jawab sosial etis, hukum, sukarela dan ekonomis karyawan meningkatkan kepuasan kerja mereka Terdapat korelasi positif antara dimensi persepsi CSR dengan niat untuk tetap bekerja ($r = 0,363$). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Caliskan dan Unusan. Karena etika, hukum, ekonomi dan budaya karyawan persepsi tanggung jawab sosial relawan meningkat, maka niat mereka untuk bekerja di sektor tersebut juga meningkat. Dari sudut pandang ini, pandangan, persepsi CSR positif mahasiswa pariwisata yang dapat dianggap sebagai calon karyawan pariwisata, dapat mempengaruhi niat mereka untuk bekerja di sektor tersebut dengan cara yang positif.

Ketika pekerjaan tidak aman Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa pariwisata adalah upah yang rendah dan upah yang tinggi. niat untuk bekerja di sektor tersebut (Kuslivan dan Kuslivan, 2000; Roney dan Oztin, 2007) pentingnya implementasi CSR muncul. Di sisi lain, jika hotel menetapkan jam kerja maksimum bagi karyawannya, meningkatkan kondisi pelatihan bagi siswa dan mengadopsi implementasi manajemen sumber daya manusia profesional dengan pengaturan hukum (Pelit dan Aslanturk, 2011; Kozak dan Kizilirmak, 2001) mungkin berguna untuk memperkuat niat mereka untuk bekerja di sektor tersebut.

Berdasarkan hasil analisis regresi, model yang dibangun untuk memperkirakan minat bekerja di sektor tersebut signifikan.

Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi CSR memiliki pengaruh terhadap minat bekerja di sektor tersebut ($r = 0,186$) dan 3,3% minat bekerja di sektor tersebut dapat dijelaskan dengan persepsi CSR. Erkman dan Sahinoglu (2012) dalam penelitiannya

mencoba untuk meneliti hubungan antara persepsi CSR karyawan dan organisasi komitmen. Mereka menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi karyawan terhadap implementasi CSR dengan komitmen organisasinya dan semakin tinggi persepsi karyawan terhadap tanggung jawab sosial maka semakin tinggi pula komitmen karyawan terhadap organisasinya. organisasi mereka pun meningkat.

Karena CSR mencakup tanggung jawab ekonomi, hukum, etika terhadap karyawan, maka CSR mengandung banyak faktor penting untuk mencegah terjadinya keluhan dan migrasi tenaga ahli sektoral. Perusahaan yang menerapkan CSR dapat mengurangi masalah-masalah tersebut dengan dimensi hukum, etika, kerelawanan, dan ekonomi. Dengan penerapan CSR yang baik, Pemahaman dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan, komunikasi organisasi, hubungan pelanggan, motivasi dan niat untuk bekerja secara positif (Caliskan dan Unusan, 2011; 155) itu juga dapat memengaruhi daya tarik perusahaan terhadap tenaga kerja potensial dan mempertahankan karyawan yang ada.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya CSR dalam meningkatkan niat mahasiswa pariwisata untuk bekerja di sektor tersebut. Persepsi mahasiswa tentang CSR yang positif terbukti meningkatkan niat mereka untuk bekerja di sektor pariwisata. Dengan meningkatkan persepsi tentang tanggung jawab ekonomi, etika, hukum, dan filantropi, hotel dapat menarik lebih banyak tenaga kerja berkualitas dari kalangan lulusan pariwisata. Oleh karena itu, perusahaan hotel sebaiknya lebih serius dalam menerapkan kebijakan CSR yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksu, AA, & Koksal, CD (2005). Persepsi dan sikap mahasiswa pariwisata di Turki. *Jurnal Internasional Perhotelan Kontemporer Manajemen*, 17 (5), 436 – 447.
- Aktan, CC, & Boru, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. Dalam CC Aktan (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk -pulau dan sosial sorumluluk* (hlm. 11-37). Istanbul: Penerbitan IGIAD.
- Altunisik, R., Coskun, R., Yildirim, E., & Bayraktaroglu, S. (2001). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* Tersedia: Yayasan Sakarya.
- Arguden, Y. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk. Dalam CC Aktan (Ed.), *Kurumsal sosyal sorumluluk - işletmeler dan sosial sorumluluk* (hal. 3745). Istanbul: Penerbitan IGIAD.
- Burcea, M., & Marinescu, P. (2011). Persepsi mahasiswa tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di tingkat akademis. Studi kasus: Fakultas Administrasi dan Bisnis, Universitas Bucharest. *Amfiteatru Ekonomi*, 13 (29), 207-220.
- Caliskan, O., & Unusan, C. (2011). Otel çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş tatmini dan işte kalma niyetine etkisi *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 154–166.
- Carroll, AB (1991). *Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Menuju Manajemen Moral Para Pemangku Kepentingan Organisasi*. *Bisnis Cakrawala*, 34, 39–48.
- Cati, K., & Bilgin, Y. (2013). Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektöründe çalışma eğilimleri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi dan İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1), 23–45.
- Cingoz, A., & Akdogan, AA (2012). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Kayseri İli'nde bir uygulama. *Universitas Atatürk Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (3), 331–349.
- Coles, T., Fenclova, E. & Dinan, C. (2013). Pariwisata dan tanggung jawab sosial perusahaan: Tinjauan kritis dan agenda penelitian. *Pariwisata Perspektif Manajemen*, 6, 122–141.
- Demir, H., & Songur, N. (1999). *Sosyal sorumluluk dan iş ahlakı*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (3), 150-168. Duman, T.,
- Tepeci, M., & Unur, K. (2006). Mersin'de yükseköğretim dan orta öğretim düzeyinde turizm eğitimi

- almakta olan öğrencilerin analisis bagian-bagian tertentu dan bagian-bagian yang perlu dianalisa. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 51–69.
- Erdem, B. (2010). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin otel işletmelerinin animasyon bölümüne yönelik tutumları: empiris bir perbaik. *Ege Akademik Bakış*, 10 (3), 1085-1113.
- Erdinc, SB, & Kahraman, S. (2012). Turizm mesleğini seçme nedenlerinin incelenmesi. Di dalam VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya, Turki, 12-15 April (hal. 229-237).
- Erdogan, I. (2003). Metodologi positivis – Bilimsel araştırma tasarımı, isstatistiksel yöntemler, analiz dan yorum. Ankara: Erk Yayınları. Erkman, T., &
- Sahinoglu, F. (2012). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin çalışan algıları ile örgütsel bağlılığın hizmet sektöründe incelenmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 33 (2), 267-294.
- Kaya, H. (2008). Demografik özelliklerin kurumsal sosyal sorumluluk algılaması üzerindeki rolü: Bandırma yerelinde bir araştırma. *Balikesir Universitas Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (20), 96–110.
- Kotler, P., dan Lee, N. (2005). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan – melakukan kebaikan terbesar bagi perusahaan dan tujuan Anda*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kozak, MA, & Kizilirmak, I. (2001). Türkiye'de meslek yüksekokulu turizm otelcilik programı öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre değişimi: Anadolu, Akdeniz, dan Karedeniz Teknik Üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 9–16.
- Kusku, AF, & Bay, E. (2012). İsteğe bağlı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Görünürde Hayırseverlik. *Amme İdaresi Dergisi*, 45 (1), 51-
Nomor telepon 75.
- Kuslivan, S., & Kuslivan, Z. (2000). Persepsi dan sikap mahasiswa pariwisata sarjana terhadap bekerja di industri pariwisata di Turki. *Manajemen Pariwisata*, 21, 251-269.
- Leiper, N. (1999). Analisis konseptual tentang lapangan kerja yang didukung oleh pariwisata yang mengurangi kejadian statistik yang dibesar-besarkan dan menyedatkan. *tentang pekerjaan*. *Manajemen Pariwisata*, 20 (5), 605-613.
- Ozalp, I., Tonus, HZ, & Sarikaya, M. (2008). İktisadi dan İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algılamaları sebuah rencana. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 69–84.
- Pelit, E., & Arslantürk, Y. (2011). Turizm işletmelerinin iş etiğine yönelik uygulamalarının çalışma yeri tercihindeki önemi: turizm öğrencileri sebuah rencana ke depan. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi dan İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 163–184.
- Pelit, E., & Gucer, E. (2006). Turizm alanında öğretmenlik eğitimi alan öğrencilerin turizm işletmelerinde yaptıkları stajları değerlendirmeleri sebuah rencana. *Ticaret dan Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 139–164.
- Rigby, C., Mueller, J., & Baker, A. (2011). Integrasi budaya adat Maori ke dalam strategi tanggung jawab sosial perusahaan di Air New York Selandia Baru. *Jurnal Pengembangan dan Daya Saing Pemasaran*, 5 (6), 116–126.
- Roney, SA, & Oztin, P. (2007). Persepsi karier mahasiswa pariwisata tingkat sarjana: Studi kasus di Turki. *Jurnal Perhotelan, Rekreasi, Pendidikan Olahraga dan Pariwisata*, 6 (1), 4–17.
- Schmidt, R. (2002). Persepsi awal siswa tentang nilai ketika memilih perguruan tinggi: Aplikasi nilai tambah. *Jaminan Triwulanan dalam Pendidikan*, 10 (1), 37–39.
- Solmaz, SA, & Erdogan, C. (2013). Turizm eğitimi alan ön lisans and lisans öğrencilerinin turizm endüstrisine bağlılık düzeylerini belirlemeye seorang pria yang sedang mencari pekerjaan. Di 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri, Turki, 05-08 Desember 2013 (hal. 557-573). *Erciyes Üniversitesi, Türkan Tuncer Haşçalık Turizm Fakültesi*.
- Turker, N., & Ucar, M. (2013). Konaklama işletmelerinin sosyal sorumlulukları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 155-183.
- Varol, A. (2010). Hedef kitlelerin kurumsal sosyal sorumluluk değerlendirmesi: universite gençlerine yönelik bir araştırma. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 6 (1), 49–

64.

Waddock, S. (2004). Alam semesta paralel: perusahaan, akademisi, dan kemajuan kewarganegaraan korporat. *Jurnal Bisnis dan Masyarakat*, 109 (1), 542.
Jurnal Ilmu Kebidanan, Vol. 1, No. 1, Desember 1967. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* Belmont, CA: Wadsworth.