

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan	3
D. Manfaat	3
1. Manfaat Akademis	3
2. Manfaat Praktis	4
E. Kerangka Berpikir	4
1. <i>Community-Based Tourism</i>	4
a) Partisipasi & Redistribusi kekuasaan	5
b) Kemitraan dan kolaborasi	7
c) Konflik dan fasilitasi kolaborasi	9
d) Modal sosial	9
2. Masyarakat dan Pariwisata di Indonesia	12
3. Persepsi dan Harapan Masyarakat	14
F. Kerangka Konsep	19
G. Metodologi Penelitian	20
1. Metode Penelitian	20
2. Obyek dan Subyek Penelitian	20
3. Teknik Pengambilan Data	22

4. Teknik Analisis Data	23
BAB II PERSEPSI, CSR, PARIWISATA BERKELANJUTAN DAN HUBUNGAN KOMUNITAS	25
A. Persepsi sebagai Inti Komunikasi	25
1. Persepsi terhadap Lingkungan Fisik	25
2. Persepsi Sosial	26
a) Persepsi Berdasarkan Pengalaman	26
b) Persepsi Bersifat Selektif	26
c) Persepsi Bersifat Dugaan	26
d) Persepsi Bersifat Evaluatif	27
e) Persepsi Bersifat Kontekstual.....	27
3. Persepsi dan Budaya	27
B. CSR dan Pariwisata Berkelanjutan	27
1. CSR	27
a) Definisi dan Prinsip	27
b) Implementasi	30
c) Model CSR	32
d) CSR dalam Sektor Pariwisata	34
2. Pariwisata Berkelanjutan	35
a) Partisipasi	35
b) Peran Stakeholder	36
c) Kepemilikan Lokal	36
d) Terciptanya Keterhubungan Bisnis Lokal	36
e) Keberlanjutan Sumber Daya	36
f) Tujuan Komunitas	37
g) Kerja Sama	37
h) Sesuai Kapasitas	37
i) Evaluasi dan Pemantauan	37
j) Akuntabilitas	37
k) Pelatihan	38
l) <i>Positioning</i>	38

C. Hubungan Komunitas	38
1. Hubungan Komunitas dengan Para Anggotanya	39
a) Keanggotaan	39
b) Pengaruh	40
c) Integrasi dan Pemenuhan Kebutuhan	40
d) Hubungan emosional	41
2. Prinsip Hubungan Komunitas dengan Perusahaan	41
a) Kontrak Psikologis	41
b) Tanggung Jawab Sosial	42
c) Nilai Kompetitif Bisnis	43
BAB III TINJAUAN UMUM	45
A. Profil BUMN Pendamping Program Balkondes	45
1. PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko (PT TWC)	45
2. PT Patra Jasa	51
3. PT Pengembangan Pariwisata Indonesia atau Indonesian Tourism Development Corporation	56
B. Profil Balkondes	60
C. Profil Masyarakat Desa Borobudur	64
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Persepsi dan Harapan Masyarakat terhadap CSR Model <i>Community-Based Tourism</i> Proyek Percontohan Balkondes	67
1. Sumber Daya Alam dan Budaya	67
2. Manajemen	69
3. Pembelajaran	73
4. Partisipasi dan Redistribusi Kekuasaan	76
5. Kemitraan dan Kolaborasi	81
6. Konflik	90
7. Modal Sosial	96
B. Pembahasan	99
1. Persepsi, Harapan dan Kinerja Masyarakat Desa Borobudur dalam Proyek Percontohan Balkondes Borobudur “Waroeng Kopi Borobudur”	99

a)	Sumber Daya Alam dan Budaya	99
b)	Manajemen	100
c)	Pembelajaran	101
d)	Partisipasi dan Redistribusi Kekuasaan	102
e)	Kemitraan dan Kolaborasi	104
f)	Konflik	105
g)	Modal Sosial	106
2.	Kesesuaian Persepsi dan Harapan Masyarakat dengan Pelaksanaan Proyek <i>Balkondes</i>	107
a)	Sumber Daya Alam dan Budaya	108
b)	Manajemen	108
c)	Pembelajaran	109
d)	Partisipasi dan Redistribusi Kekuasaan	109
e)	Kemitraan dan Kolaborasi	110
f)	Konflik	110
g)	Modal Sosial	111
3.	Capaian CSR Model <i>Community-Based Tourism</i> Proyek Percontohan <i>Balkondes</i>	111
a)	Partisipasi dan Redistribusi Kekuasaan	112
b)	Kemitraan dan Kolaborasi	114
c)	Konflik	115
d)	Modal Sosial	116
BAB V	PENUTUP	117
A.	Kesimpulan	117
B.	Rekomendasi	119
1.	Sinergi BUMN sebagai Pelaksana dan Pendamping Program <i>Balkondes</i>	119
2.	Pemerintah	119
3.	Masyarakat Desa Borobudur	119
DAFTAR	PUSTAKA	121
LAMPIRAN	125