Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 252 - 258	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OLEH PERUSAHAAN UNICORN DI INDONESIA

Yoga Maulana Yusuf¹, Dimas Aji Prastyo², Levina Khaerunnisa³, Santoso Tri Raharjo⁴

^{1, 2, 3} Program Studi Sarjana Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Padjadjaran

⁴ Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial & Pemberdayaan Masyarakat, Universitas Padjadjaran

(email: yogamaulanayusuf27@gmail.com)

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kegiatan perusahaan dalam mengelola bisnis perusahaan demi menghasilkan dampak positif bagi lingkungan masyarakat baik dalam bidang ekonomi, budaya, dan lingkungan. Hal ini karena perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap efek yang dihasilkan oleh perusahaan. Seperti yang kita tahu, bahwa di Indonesia sendiri memiliki beberapa perusahaan besar yang dikategorikan sebagai Unicorn. Mayoritas dari perusahaan ini memanfaatkan teknologi komunikasi dalam prosesnya. Sehingga dampak yang dihasilkan jika dibandingkan dengan perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam, adalah sangat sedikit. Namun, keuntungan yang dihasilkan tidak kalah besar dibandingkan dengan perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam. Dilansir dari CNN Indonesia, bahwa keuntungan yang dihasilkan oleh salah satu perusahaan unicorn di Indonesia adalah sebesar Rp. 90,4 triliun per tahun. Namun apa saja kah implementasi CSR yang telah dilaksanakan? Terdapat tiga unicorn yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni Tokopedia, Go-Jek, dan Bukalapak. Beberapa program yang akan dijelaskan yakni Nakamate oleh Tokopedia, Go-Scholar Tech oleh Go-Jek, BSC (Bukalapak Social Club) oleh Bukalapak. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif sehingga peneliti ingin memberikan gambaran mengenai implementasi CSR pada perusahaan unicorn di Indonesia.

Kata kunci: CSR, Perusahaan Unicorn, Implementasi Program

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is company bussiness managing activity in order gaining positive impact for the environment and also in society who live around the company in economic, culture, and environment side. The company has the responsibility to the effect that might affect the society around caused by the company itself. Indonesia has so many huge companies called unicorn cause mostly those companies use communication technology in the process of work. So that, compared to the others company who only use the natural resources in the work process has a big differ impact among it. But the profit is just almost the same huge. Reported by CNN Indonesia, the profit generated by one of the unicorn company in Indonesia is IDR 90.4 T per year. There are three unicorn companies that will be discussed in this research, namely Tokopedia, Gojek, and Bukalapak. Some programs that will be discussed are Nakamate by Tokopedia, Go-Scholar Tech by Gojek, BSC (Bukaalapak Social Club) by Bukalapak. This research uses qualitative approach with description method so that this research will give the description about the implementation of CSR programs in Indonesian Unicorn Companies.

Keyword: CSR, Unicorn Company, Program Implementation

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi, sehingga beberapa perusahaan berusaha mengembangkan potensinya untuk dapat memanfaatkan media teknologi sebagai inovasi bisnis. Kemajuan teknologi berbanding lurus dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Berbagai perusahaan baru muncul di bidang teknologi, salah satunya yaitu startup. Startup adalah sebuah perusahaan rintisan, atau perusahaan yang belum lama beroperasi. Startup adalah institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa ditengah ketidakpastian yang ekstrem. Berbagai ide baru yang diciptakan perusahaan startup dalam mengendalikan bisnis elektronik dunia (Ries, 2011; Chenoweth, 2008). Laju inovasi teknologi memiliki dorongan dari dua sisi yaitu permintaan dan pasokan. Sisi permintaan disebabkan oleh persaingan global yang semakin tinggi, sedangkan sisi pasokan disebabkan oleh terobosan-terobosan ilmiah.

Namun kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi penting (Blowfield & Murray, 2008). Hal tersebut dikarenakan keberadaan sebuah perusahaan yang tidak selalu memberikan dampak positif pada publik dan sekitarnya, maka pengungkapan tanggung jawab kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan. CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat internal maupun eksternal.

Beberapa startup Indonesia telah berhasil mencapai nilai valuasi lebih dari 1 miliar dolar AS. Valuasi startup merupakan nilai ekonomi dari bisnis yang digeluti suatu perusahaan rintisan. Valuasi dapat dijadikan acuan untuk mengukur seberapa besar potensi bisnis sebuah perusahaan. Keberhasilan tersebut diberi "gelar" sebagai perusahaan *unicorn*. Berikut ini 5 startup di

Indonesia dengan "gelar" perusahaan unicorn:

Tabel 1. Daftar 5 Startup "Unicorn" di Indonesia

No	Nama Startup	Nilai Valuasi
1	Gojek	Rp 141 triliun
2	Tokopedia	Rp 99 triliun
3	Bukalapak	Rp 35 triliun
4	Traveloka	Rp 28 triliun
5	Ovo	Rp 2,9 miliar

Sumber:

(<https://tekno.kompas.com/read/2019/10/07/20040027/ketambahan-ovo-ini-daftar-5-startup-unicorn-di-indonesia?page=all>)

Semakin banyaknya perusahaan rintisan dan investasi dalam angka valuasi 1 miliar dolar, maka investor akan semakin tertarik untuk memberikan dana lebih kepada perusahaan-perusahaan rintisan tersebut. Kehadiran perusahaan *unicorn* mampu membawa dampak baik bagi pertumbuhan dan pemerataan perekonomian misalnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan sekaligus menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran secara signifikan. Untuk menunjang bisnis perusahaan dalam memperoleh citra positif, maka beberapa perusahaan *unicorn* ini melakukan praktik dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh kelima startup ini mendorong perusahaan untuk melakukan praktik-praktik dan kegiatan CSR. Namun belum semua perusahaan *unicorn* dapat mengimplementasikan praktik CSR. Kekuatan tekanan dari *stakeholder* dalam hal praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan berbanding lurus dengan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan. Dahulu perusahaan melakukan pengungkapan

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 252 - 258	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

tanggung jawab sosial perusahaan secara sukarela, namun sekarang pemerintah menyadari terkait manfaat pelaporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hal itu dibuktikan dengan disahkannya undang-undang yang mengatur pengungkapan tanggung jawab CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan kepedul

Implementasi CSR di perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Didalam prakteknya, penerapan CSR disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan CSR sangat beragam. Hal ini bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan (Asy'ari: 2009).

Beberapa perusahaan yang diberi gelar "*unicorn*" telah melaksanakan komitmen dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. PT Gojek Indonesia melaksanakan komitmen dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa beasiswa serta pelatihan *programmer* kepada masyarakat khususnya lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan). Hal ini dilakukan oleh pihak perusahaan untuk meningkatkan keterampilan serta pengetahuan mengenai teknis serta kognitif di bidang pemograman.

Tokopedia merupakan perusahaan yang memiliki bisnis Sebagai perusahaan teknologi Indonesia dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital, Tokopedia menanggapi beberapa masalah sosial dengan membuat program kerelawanan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program kerelawanan tersebut dilakukan dengan mengajak para Nakama (karyawan Tokopedia) untuk memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya dengan berbagi kepada komunitas yang membutuhkan, serta

menyalurkan aspirasi karyawan untuk berperan lebih aktif dalam lingkungan sosial.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Bukalapak yaitu dengan membentuk suatu komunitas internal perusahaan bernama Bukalapak Social Club (BSC). Kegiatan BSC dibagi menjadi dua sifat yaitu insidentil dan *people development*. Program insidentil dilakukan misalnya santunan anak yatim, kunjungan ke panti jompo, dan bantuan untuk korban bencana. Sedangkan untuk program *people development* yaitu melibatkan karyawan Bukalapak untuk turun ke lapangan yang menjadi lokasi kegiatan sosial serta melaksanakan pengajaran di sekolah-sekolah yang terletak di sekitar perusahaan.

Pada tahap awal, CSR diharapkan dapat membuat perusahaan terlihat baik di mata masyarakat. Tahap berikutnya, perusahaan dapat merasakan pertumbuhan seiring dengan peningkatan keuntungan dan penguatan *brand* di benak masyarakat. Pada akhirnya, terbentuklah citra positif tentang perusahaan tersebut. Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam mengkomunikasikan bentuk pertanggungjawaban kepada *stakeholders*. Untuk itu pelaporan CSR begitu strategis dalam menginisiasi *stakeholder* agar meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata (Rahmayanti, 2014).

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan meninjau pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh beberapa perusahaan yang diberi gelar "*unicorn*", khususnya bagaimana pengimplementasian program CSR oleh PT Go-Jek, PT Tokopedia, dan Bukalapak.

Perusahaan Unicorn di Indonesia

Istilah *Unicorn* diambil dari spesies kuda mitologi yang memiliki tanduk tunggal di kepala. *Unicorn*, dalam pemberian gelarnya pada suatu startup, merepresentasikan status si kuda dongeng itu sendiri: langka dan mustahil atau sulit dicapai. Istilah ini pertama kali diperkenalkan investor pendiri Cowboy Ventures, Aileen Lee, dalam artikelnya "Welcome to The Unicorn Club" yang terbit di Techcrunch tahun 2013 (Tirto, 2019).

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 252 - 258	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

Unicorn mampu menarik modal asing ke dalam negeri dan membawa dampak positif dalam perekonomian Indonesia. Modal asing yang ditanamkan pada perusahaan rintisan (unicorn) di Indonesia tidak menjadi kekhawatiran bahwa kelak akan didominasi asing, karena arus modal asing di tahun-tahun awal beroperasinya perusahaan unicorn di Indonesia akan mampu menjadi salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi, selain bergantung pada APBN, investasi dalam negeri, dan pendapatan dari sisi ekspor. Selain itu, unicorn dapat membawa dampak multiplier bagi pertumbuhan dan pemerataan perekonomian seperti dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan sekaligus penyerapan tenaga kerja dalam jumlah masal, sehingga angka pengangguran akan berkurang secara signifikan. Kehadiran unicorn pun mampu mempercepat arus distribusi barang dan jasa dari produsen pada konsumen serta mampu memberdayakan masyarakat menuju kemandirian ekonomi (SwaOnline, 2019).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mencari informasi yang dalam mengenai implementasi program csr oleh perusahaan unicorn di Indonesia. Informasi yang mendalam mengenai program csr oleh perusahaan unicorn ini dilihat dari berbagai macam program yang diadakan dan dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai program csr yang dilakukan oleh Go-Jek, Tokopedia, dan Bukalapak.

PEMBAHASAN

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Carroll (1999) menyebutkan bahwa perusahaan CSR harus berusaha untuk mendapat keuntungan, mematuhi hukum, bertindak etis, dan menjadi warga perusahaan yang baik. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD: 2000) mendefinisikan bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi bersamaan

dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja beserta seluruh keluarganya serta komunitas setempat ataupun masyarakat luas. Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen sosial perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab untuk peduli atas kesejahteraan pihak internal maupun eksternal perusahaan seperti kesejahteraan masyarakat, kelestarian lingkungan, serta tenaga kerja perusahaan di dalam praktik bisnis perusahaan.

Di dalam implementasinya, menurut Wahyudi dan Azheri (2011, h.62), bentuk CSR dapat digolongkan ke dalam empat kategori. Pertama, pengelolaan lingkungan kerja secara baik. Kategori ini mencakup penyediaan lingkungan yang aman dan nyaman, sistem kompensasi yang layak, serta perhatian terhadap kesejahteraan karyawan dan keluarganya. Kedua, kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat (khususnya masyarakat lokal). Secara umum, kemitraan tersebut diwujudkan dalam program *community development* untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat jangka panjang. Melalui program ini, masyarakat diharapkan dapat menerima manfaat keberadaan perusahaan guna menopang kemandiriannya, bahkan ketika perusahaan sudah berhenti beroperasi sekalipun. Ketiga, penanganan kelestarian lingkungan.

Kegiatan ini dimulai dari lingkungan perusahaan sendiri, termasuk melakukan penghematan penggunaan listrik, air, kertas, hingga penanganan limbah akibat kegiatan perusahaan agar tidak mencemari lingkungan sekitar kantor, pabrik dan lahan sekitar. Keempat, investasi sosial. Kategori ini sering diartikan secara sempit sebagai "kegiatan amal perusahaan". Sesungguhnya, istilah tersebut merujuk pada tindakan perusahaan yang memberi dukungan finansial dan non-finansial terhadap kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh kelompok atau organisasi lain. Pada akhirnya, kegiatan tersebut akan menunjang bisnis perusahaan karena perusahaan dapat menuai citra positif (*corporate image*).

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 252 - 258	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

Aktivitas CSR dapat membentuk citra perusahaan apabila dilandasi oleh motif tulus untuk konsumen, namun apabila aktivitas CSR tidak berjalan efektif sebagaimana mestinya maka hal tersebut menjadi ambigu dan justru memperburuk citra perusahaan. Salah satu faktor yang memengaruhi penilaian tulus atau tidaknya tindakan CSR adalah manfaat dan penyebab kegiatan CSR tersebut dilaksanakan (Yoon, 2006). Oleh karena itu, aktivitas yang dipilih dalam implementasi kegiatan CSR harus lebih responsif dan sesuai dengan kondisi masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi.

Perusahaan *Unicorn* memang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap masyarakat luas. Terdapat beberapa perusahaan *unicorn* yang menjalankan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan juga perusahaan yang melakukan kegiatan CSRnya kepada internal perusahaan seperti karyawan.

Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada internal perusahaan yaitu Gerakan sosial Bukalapak Social Club (BSC) yaitu kelompok nonstructural yang terdapat dalam manajemen perusahaan yang dimana difokuskan terhadap partisipasi karyawan secara sukarela dalam kegiatan sosial atau dapat dikatakan sebagai kegiatan volunteering. Melalui kegiatan yang dilakukan oleh BSC, karyawan terbukti memiliki motivasi yang sangat baik sebagai manusia mapu karyawan profesional di Bukalapak. Selain itu, CEO Bukalapak yaitu Bapak Ahmad Zak juga seringkali ikut terjun dalam pelaksanaan program ini, dan juga tidak menjaga jarak dengan karyawan yang sedang melakukan program sosial. Dengan adanya hubungan seperti ini, maka pengaruh terhadap kualitas komunikasi sosial dalam internal perusahaan menjadi sangat baik. Pada aktifitasnya segala hasil dokumentasi program sosial Bukalapak disebarluaskan di lingkungan internal perusahaan melalui media seperti telegram dan telepon pintar. Dengan begitu karyawan yang terlibat secara sukarela didalam program sosial yang sudah dilakukan mendapat rasa senang karena dapat berkontribusi secara sosial kepada masyarakat. Terlebih lagi tidak

banyak karyawan yang rela menggunakan waktu cutinya untuk melakukan program voluntirnya seperti ini. Dampak positif yang dirasakan juga besar dari kegiatan BSC ini, disatu sisi karyawan juga memanfaatkan kegiatan BSC ini untuk melepas penat dalam bekerja, sehingga waktu yang tersedia dapat digunakan untuk hal yang lebih positif.

Perusahaan selanjutnya yang menjalankan program CSRnya yaitu Gojek. Berawal dari visi untuk membawa dampak sosial dan membantu kehidupan sehari-hari menjadi jauh lebih mudah, Gojek mencoba menemukan bakat terbaik dalam pemrograman. Gojek berkolaborasi dengan Hacktiv8 Indonesia untuk menghadirkan Go-Scholar Tech, gagasan tersebut tercipta karena adanya kegiatan program CSR merupakan salah satu kegiatan yang melibatkan langsung public perusahaan. Implementasi CSR yang dilakukan oleh PT Gojek Indonesia bergantung kepada visi, misi, budaya, lingkungan dan profil resiko, serta kondisi operasional perusahaan. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. meskipun tidak terdapat standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik dalam pelaksanaan CSR, namun kerangka kerja atau *framework* yang luas dalam pengimplementasian CSR masih dapat dirumuskan, yang didasarkan pada pengalaman dan juga pengetahuan dalam bidang seperti manajemen dan lingkungan. PT Gojek Indonesia dalam tahap implementasi melakukan langkah:

- Melakukan sosialisasi kegiatan atau program yang telah direncanakan oleh perusahaan
- Menentukan penanggungjawab program dari perusahaan
- Menentukan lokasi dari kegiatan yang ingin dilaksanakan
- Melakukan pelaksanaan sesuai dengan prosedur pelaksanaan sebagai patokan.

Program ini merupakan salah satu strategi Pendidikan dan pengembangan SDM yang mengintegrasikan lulusan SMK dengan berbagai

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 252 - 258	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

latar belakang ilmu dari bangku sekolah dengan pengalaman kerja yang produktif (*work-based learning* atau *work-integrated learning*) agar mereka dapat menemukan dan mengalami sendiri apa yang disebut dunia kerja.

PENUTUP

Seperti yang telah dijelaskan oleh penulis di atas, maka dapat kita lihat dan simpulkan bahwa perusahaan-perusahaan unicorn di Indonesia sudah mempunyai dan menerapkan program CSR. Sebagai contoh bahwa perusahaan bukalapak memiliki program CSR yang bernama Gerakan Sosial Bukalapak Social Club (GSBSC), selanjutnya Gojek dengan programnya yang bernama Go-Scholar Tech. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam proses nya perusahaan di atas telah menerapkan program CSR.

Daftar Pustaka

- Aini, D. N. (2007). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Penyelesaian Konflik di Indonesia. *Fisip UPN*, 1-14.
- Andriennawati, Bianca. 2018. *Makna Hari Pahlawan bagi Nakama Tokopedia dan Pemuda Nara Kreatif*. Melalui: <https://www.tokopedia.com/blog/social-hari-pahlawan-bagi-nakama-tokopedia/>. [29/11/19].
- Aprianthiny, Kadek. 2015. *IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI MODAL SOSIAL PADA PT. TIRTA MUMBUL JAYA ABADI, SINGARAJA BALI*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, Vol. 5(1).
- Aqiela, Lin., Santoso Tri Raharjo., & Risna Resnawaty. 2018. *Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) El-Corps*. *Social Work Jurnal*, Vol. 8(2), 211-218.
- Awuy, Vinta., Yosefa Sayekti., & Indah Purnamawati. 2016. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013)*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 18(1), 15-26.
- Christiawan, Rio. 2019. Unicorn, (Bukan) Sekedar Online-Online. Melalui: <https://swa.co.id/swa/my-article/unicorn-bukan-sekadar-online-online>. [29/11/19].
- Clinton, Bill. 2019. *Ketambahan Ovo, Ini Daftar 5 Startup "Unicorn" di Indonesia*. Melalui: <https://tekno.kompas.com/read/2019/10/07/20040027/ketambahan-ovo-ini-daftar-5-startup-unicorn-di-indonesia?page=all>. [30/11/19].
- CNN Indonesia. 2019. *Mengenal Istilah Unicorn dalam 'Dunia' Startup*. Melalui: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190218014809-185-370201/mengenal-istilah-unicorn-dalam-dunia-startup>. [20/11/19].
- Dewi, Ratri., & A. Rahman. 2016. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Aetra Air Jakarta*. *Jurnal Visi Komunikasi*, 15(2), 157-170. Melalui: jurnal.wima.ac.id. [20/11/19].
- Olivia, Helen., & Ayu Kusumawati. Tanpa tahun. *PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) "GO-SCHOLAR TECH" di PT GOJEK INDONESIA (Studi Kasus "Sekolah Programming Bagi Lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan)*. Melalui: [http://isip.usni.ac.id/jurnal/3.%20PROGRAM%20CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20\(CSR\).pdf](http://isip.usni.ac.id/jurnal/3.%20PROGRAM%20CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20(CSR).pdf). [20/11/19].
- Rahmayanti, Dian. 2014. *IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 6, No: 3	Hal: 252 - 258	Desember 2019
---	--	--------------	----------------	---------------

DALAM MEMBANGUN REPUTASI PERUSAHAAN. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(1).

Melalui: <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/387>. [20/11/19]

Widodo, R. M. (2014). Analisis Urgensi Implementasi Corporate Social Responsibility. *Iqtishadia* , 315-334.

Ramadhani, Yulaika. 2019. Mengenal Unicorn, Decacorn, dan Hectocorn dalam Startup. Melalui: <https://tirto.id/dhk9>. [30/11/19].

Sari, Enda., Andy Mulyana., & Alfit Alfitri. 2015. *IMPLEMENTASI PROGRAM CSR LINGKUNGAN PT. SEMEN BATURAJA (PERSERO) Tbk TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN OGAN KOMERING ULU SUMATERA SELATAN. Jurnal Ilmu Lingkungan*, 13(1). Melalui: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/imulingkungan/article/view/10545>

Siregar, C. N. (2007). Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi Edisi 12* , 285-288.

Sujanto, Raditia. 2017. *CSR INTERNAL MANAJEMEN BUKALAPAK SEBAGAI BENTUK INVESTASI SOSIAL DAN PENINGKATAN KUALITAS KOMUNIKASI SOSIAL INTERNAL PERUSAHAAN. Jurnal Komunikatif*, 6(2). Melalui: <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/1713/1582>. [20/11/19]

Supradinata, W. (2013). Analisis Efektivitas Corporate Social Responsibility Dalam Menyelesaikan Masalah Sosial Perusahaan . *Jurnal Mahasiswa Universitas Surabaya* , 1-13.

Widodo, R. M. (2014). Analisis Urgensi Implementasi Corporate Social Responsibility. *Iqtishadia Vol. 7* , 315-334.