

# *Appcelerate* 2018 : Program CSR PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta

Zarra Nabilla Ramadhani ,Maman Suherman  
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia

zarranabillaa@gmail.com, mamansuherman.unisa@gmail.com

**Abstract**—In the midst of a global community that is increasingly concerned about environmental sustainability in the long run and upholds ethical values, Corporate Social Responsibility is an improvement for the company. Many companies have implemented CSR programs in the field of education to develop the potential of human resources. Social responsibility or Corporate Social Responsibility (CSR) is the company's efforts to improve relations with the community or the environment. PT. Aplikanusa Lintasarta implements CSR programs that are engaged in education, which in this program PT. Lintasarta has created a CSR program that connects the education industry, consisting of higher education with industry. Researchers are interested in choosing this research in Lintasarta's program, conducting research on technology development that can be developed for business activities. The purpose of this study was to study (1) How the CSR program was formed at PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta. (2) the strategy of PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta in developing the Appcelerate program. (3) the efforts of PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta prevents the Appcelerate program from becoming a business area. (4) The motives of PT. Aplikanusa Lintasarta chose startup as the company's CSR target. The research method used in this research is qualitative research and case study studies. Data collection is done through; in-depth interviews, documentation, and literature study Supporting theories in this study use stakeholder theory.

**Keywords**—*Corporate Social Responsibility Program, Community Empowerment, PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta.*

**Abstrak**— Di tengah masyarakat dunia yang semakin peduli terhadap keberlangsungan lingkungan dalam jangka Panjang dan menjunjung nilai-nilai etika, *Corporate Social Responsibility* menjadi keharusan bagi perusahaan. Telah banyak perusahaan yang menerapkan program CSR dalam bidang pendidikan ini untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan hubungan dengan masyarakat maupun dengan lingkungan. PT. Aplikanusa Lintasarta melaksanakan rogram CSR yang bergerak di bidang pendidikan, yang mana pada program ini PT. Lintasarta membuat program CSR yang menghubungkan industry pendidikan berupa perguaruan tinggi dengan isdustri. Peneliti tertarik untuk memilih penelitian ini pada programnya Lintasarta, melakukan pengembangan riset teknologi yang bisa dikembangkan untuk kegiatan bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Bagaimana proses terbentuknya program CSR pada PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta. (2)Strategi PT.

Aplikanusa Lintasarta Jakarta dalam mengembangkan program *Appcelerate*. (3) Upaya PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta mencegah program *Appcelerate* ini tidak menjadi bidang bisnis. (4) Motif PT. Aplikanusa Lintasarta memilih *startup* sebagai sasaran CSR perusahaan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui ; wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka Teori pendukung dalam penelitian ini menggunakan teori *stakeholder*.

**Kata Kunci**—*Program Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Masyarakat, PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta*

## I. PENDAHULUAN

Tanggung Jawab Sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan hubungan dengan masyarakat maupun dengan lingkungan. Sebagai akibat dari kehadiran perusahaan ditengah masyarakat maka seharusnya perusahaan memberikan manfaat bagi masyarakat di lingkungan sekitar. Ruang lingkup CSR bermula dari CSR terhadap karyawan, dilanjut dengan ruang lingkup *stakeholder* dan CSR masyarakat pada umumnya. Ruang lingkup CSR pada masyarakat merupakan tanggung jawab sosial yang diberikan kepada masyarakat.

*Corporate Social Responsibility* menjadi keharusan bagi perusahaan. Telah banyak perusahaan yang menerapkan program CSR dalam bidang Pendidikan ini untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia. Pendidikan adalah suatu kewajiban yang perlu dimiliki oleh masyarakat, maka perusahaan pun memiliki peran yang cukup penting dalam memenuhi syarat Pendidikan masyarakat. Pendidikan memberi manfaat yang sangat banyak bagi kehidupan seseorang, dengan memiliki pendidikan maka seseorang dapat meningkatkan potensinya.

Maka PT. Aplikanusa Lintasarta melakuka program *Corporate Social Responsibility* yaitu Lintasarta Appcelerate untuk pengembangan ekosistem *startup* di perguruan tinggi, sehingga program tersebut dapat mengembangkan sumber daya dan membantu bisnis startup yang dilakukan mahasiswa.

Untuk lebih memahami penelitian, peneliti

memfokuskan pada program *Appcelerate* yang pada program ini berbentuk kompetisi bisnis, disini para pembisnis *startup* melakukan beberapa proses seperti *inkubasi* bisnis dengan para penggagas *startup* mendapat pendampingan bisnis, pengecekan produk serta mentoring.

Dalam masalah ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana proses terbentuknya program *Appcelerate*, lalu bagaimana *partner* menjaga agar *Appcelerate* tetap menjadi program CSR dan tidak menjadi komersil atau bidang bisnis dikarenakan sangat mudahnya dijadikan bidang bisnis, dan mengapa *startup* yang menjadi sasaran perusahaan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena peneliti menganggap keunikan dari penelitian ini yaitu *Appcelerate* merupakan program CSR dalam bentuk kompetisi rencana bisnis, yang berfokus pada inovasi produk berbasis aplikasi digital. Seperti aplikasi *mobile*, dengan produk yang orientasinya *business to business*. Yang pada prosesnya setiap produk perlu melalui inkubasi dimana inkubasi sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dimana harus ada suatu gagasan dari ilmu yang harus dikembangkan. Maka tidak hanya mengembangkan masalah bisnis atau komersil tapi perlu didorong pula oleh Pendidikan. Maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “ Bagaimana proses terbentuknya program CSR PT. Aplikanusa Lintasarta? Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok – pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses terbentuknya program CSR pada PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta
2. Untuk mengetahui strategi PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta dalam mengembangkan program *Appcelerate*
3. Untuk mengetahui upaya PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta mencegah program CSR *Appcelerate* ini tidak menjadi bidang bisnis
4. Untuk mengetahui motif PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta memilih *start-up* sebagai sasaran CSR perusahaan

## II. LANDASAN TEORI

Dengan adanya perubahan dalam bisnis, saat ini Lintasarta sudah transformasi menjadi perusahaan ICT. Salah satu perusahaan ICT total solutions yang memiliki beberapa program *corporate social responsibility* yaitu, Dana Kemanusiaan berupa bantuan kesehatan, bantuan pendidikan, bakti sosial dan lainnya. Dalam bukunya *Corporate Social Responsibility* Budi untung mengatakan *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung 2009).

Sementara *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah

komitmen bisnis yang memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, baik masyarakat setempat maupun umum, untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara-cara yang bermanfaat, baik bagi bisnis itu sendiri maupun pembangunan (Ariningsih 2009:24).

Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan sebuah perusahaan secara tidak langsung diharuskan mempunyai komitmen abadi untuk menjaga keseimbangan kepentingan. Baik kepentingan target pencapaian *profit* perusahaan, *stakeholder* ataupun pada tujuan kegiatan sosial yang hendak dicapai. Dalam Rusdianto (2014:2) perusahaan memiliki sikap yang didasarkan pada dua motif sekaligus dalam menjalankan CSR, yakni *altruisme* (mementingkan kepentingan orang lain) dan *self interest* (mementingkan kepentingan diri sendiri)

Dalam bukunya Yusuf Wibisono (2007:127) yang berjudul *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, tahap-tahap penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah: (1) Tahap Perencanaan (2) Tahap Implementasi (3) Tahap Evaluasi (4) Pelaporan. Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Elkington dalam Situmeang (2016:7) mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic property*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan perusahaan (*profit*), perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Hadi, 2011:47)

Piramida tanggung jawab sosial perusahaan dikembangkan Archie B. Carrol dalam Suharto (2007: 104-105) harus dipahami sebagai satu kesatuan. Tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines* yaitu “3P”. sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini : (a). *Profit*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *Profit* ini menjadi unsur terpenting dan menjadi tujuan utama setiap kegiatan usaha. (b). *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Mengingat dukungan

masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, keberlangsungan hidup, dan perkembangan institusi/Perusahaan.(c)*Plannnet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Hubungan perusahaan dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat pada perusahaan pula.

Program Corporate Social Responsibility pada dasarnya bertujuan untuk menjadi jaminan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi dunia usaha. Diharapkan bentuk tanggung jawab perusahaan ini benar-benar bermanfaat untuk pemangku kepentingan (masyarakat sekitar, buruh/pekerja, pemerintah/pajak, pemerintah setempat/pertumbuhan ekonomi daerah, pengusaha). *Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)* merumuskan tujuan yang dapat dijadikan pedoman dalam penerapan CSR, diantaranya adalah (Azheri. 2011 : 50): (1) Memberikan kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembagunan yang berkelanjutan. (2) Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen di negara tempat perusahaan melakukan kegiatan produksi.(3)Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerjasama yang erat dengan komunitas lokal. Selain mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan. (4)Mendorong pembentukan human capital, khususnya melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan perusahaan (5)Mencegah diri perusahaan untuk tidak mencari atau menerima pebebasan diluar dari yang diberikan secara hukum terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perberuhan, perpajakan, intensif finansial dan isu-isu lainnya.(6)Mendorong dan mengimplementasikan Good Coporate Governmance (GCG) serta mempraktikkan tata kelola perusahaan yang sehat. (7)Memperluas mitra Bisnis, termasuk para pemasok dan sub-kontraktor, untuk mengimplementasikan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.(8)Mengembangkan dan mengimplementasikan praktik-praktik sistem menejemen yang mengatur perusahaan secara mandiri untuk menumbuhkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi.

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Wibisono (2013: 384-387) menguraikan beberapa manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya : (1)Bagi Perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan kegiatan CSR. Pertama, keberadaan korporasi dapat tumbuh dan mendapatkan citra perusahaan yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan

memperoleh akses terhadap modal (capital) lebih mudah. Ketiga, dapat mempertahankan sumber daya manusia (human resouces) yang berkualitas. Keempat, perusahaan bisa meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (critical decision making) dan memudahkan pengelolaan manajemen risiko (risk management).(2) Bagi masyarakat, kegiatan Pratik CSR yang baik akan memberikan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja yang baik, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja yang professional. (3)Bagi lingkungan, CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan pada sumber daya alam, menjaga kualitas kehidupan lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan perusahaan justru terlibat mempengaruhi lingkungannya(4) Bagi negara, praktik kegiatan CSR dapat mencegah apa yang disebut “corporate misconduct” atau malpraktik bisnis seperti kasus penyuapan pada aparat negara yang memicu tingginya kejahatan korupsi. Selain itu, negara akan menerima pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan dan transparan.

Sehubung dengan karakteristik program CSR, Philip Kotler dalam situmeang (2016: 39) menyebutkan bahwa ada enm program CSR yang mungkin untuk dijalankan sebuah perusahaan : (1) *Corporate Philanthropy* : pemberian sumbangan sebagai amal (*charity*). Dalam program ini sering kali pemberian dalam bentuk uang tunai, donasi dan bentuk barang. (2) *Couse Promotions*; pengalokasian dana perusahaan dalam bentuk barang dan sumberdaya lain dalam rangka meningkatkan kesadaran tentang masalah sosial atau sukarelawan (3) *Cause-related Marketing*; komitmen perusahaan dalam mendonasikan sebagian pendapatannya untuk hal yang berkaitan dengan penjualan produk.

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2011:59-60) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:(1) *Sustainability*; bagaimana perusahaan melakukan aktivitas yang berkelanjutan di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan perhitungan bagaimana kemampuan generasi masa depan. (2) *Accountability*; merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. (3)*Transparency*; prinsip yang penting bagi pihak eksternal, yang bersinggungan dengan pelapor aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Hal yang sangat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggung jawaban dampak dari lingkungan

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan bahwa.

#### A. Proses Terbentuknya Program CSR PT.Aplikanusa

### *Lintasarta Jakarta*

Pada kegiatan CSR perusahaan Lintasarta ini, perusahaan memilih program CSR yang membantu di bidang pendidikan. Dengan adanya program CSR membantu pemerintah untuk mengembangkan sumber daya manusia. Setiap perusahaan yang menerapkan program CSR mempunyai tahapan dalam implementasinya. Dalam penelitian ini berfokus untuk mengetahui perspektif *stakeholder* dalam implementasi program CSR dengan melihat tahapan-tahapan CSR yang dilakukan perusahaan. Pada implementasi program CSR, *stakeholder* yang terkait sangat penting untuk dilibatkan. Program CSR yang berjalan tidak hanya dilihat oleh *stakeholder* internal seperti perusahaan saja, tetapi persepsi menurut para *stakeholder* eksternal sangat dibutuhkan karena program CSR tidak hanya semata-mata milik perusahaan saja.

Pada prosesnya Lintasarta membentuk program ini dengan menggunakan tahap-tahap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yaitu ; (a) Tahap Perencanaan Perencanaan ialah penetapan atau pemilihan tujuan-tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, program, proyek, metode, sistem (cara), anggaran dan standar (tolak ukur) yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan. Pada tahap perencanaan, perusahaan atau korporasi harus memiliki pedoman sebagai acuan untuk menjalankan kegiatan CSR seperti mempunyai visi, misi dan kebijakan untuk program CSR. Perusahaan melakukan kegiatan CSR lebih didasarkan pada motif dan niat perusahaan sehingga pada praktiknya lebih didasarkan pada pertimbangan sejauh mana praktik kegiatan CSR memberikan manfaat pada operasional perusahaan. (b) Tahap Implementasi Pada tahap implementasi adalah pelaksanaan program yang telah di rencanakan. Implementasi suatu program ini melihat bagaimana suatu program berjalan sesuai perencanaan. Dalam implementasi program CSR ini melihat bagaimana dalam tahapan ini program CSR berjalan. Pada implementasinya program CSR ini lebih mementingkan *stakeholder* nya dan tidak lagi hanya memikirkan profit perusahaan semata. Kegiatan CSR terhadap *stakeholder* nya adalah untuk memberikan manfaat dalam bidang apapun yang perusahaan lakukan. (c) Tahap Evaluasi Setelah program CSR diimplementasikan, langkah berikutnya adalah tahapan evaluasi. Tahap evaluasi ini sangat perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana program CSR ini berjalan. Pada tahapan ini dapat melihat bagaimana program CSR ini dapat memberi manfaat bagi para *startupper* yaitu sebagai *stakeholder* utama didalam kegiatan ini. Tahapan evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan memberikan *report* kepada management untuk melihat bagaimana kendala-kendala yang terjadi dalam pelaksanaan program. (d) Tahap pelaporan pada tahap pelaporan ini adalah tahap terakhir yang dilakukan di tahapan program CSR. Dalam menjalankan program CSR, perusahaan harus membuat laporan terkait program CSR. Hal ini digunakan sebagai

bahan evaluasi, juga menjadi alat komunikasi dengan *stakeholder* – *stakeholder* nya. (Visser, 2007:389). Pelaporan ini dapat mengevaluasi pelaksanaan program yang sudah berjalan sehingga dapat dilihat bagaimana program tersebut berjalan. Pada program CSR yang Lintasarta lakukan, pelaporan program Appcelerate ini dibentuk dari perusahaan. Lintasarta membuat pelaporan untuk dilaporkan kepada para management dan BOD perusahaan.

### *B. Strategi PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta dalam mengembangkan program Appcelerate*

Strategi perusahaan Lintasarta dalam pengembangan program *appcelerate* ini, dengan mempunyai strategi (a) University/City Selection penentuan universitas dan kota dimana Appcelerate akan diluncurkan (b) Kick-Off Seminar pemberian tema/masalah yang perlu dipecahkan dari industri oleh Industri expert & Lintasarta (c) Call for Proposal ,Tahap pengumpulan proposal yang berisi solusi dan product versi alpha/beta oleh para startup. (d) Pitching ,tahap presentasi proposal dari startup yang terpilih. Akan dipilih 10 startups dari masing-masing universitas. (e) Boothcamp tahap boothcamp merupakan tahapan pengenalan team, team building, dan presentasi program. (f) Incubation, tahap inkubasi bisnis startup agar secara produk maupun bisnis dapat lebih matang dengan dibimbing oleh mentor-mentor baik dari Lintasarta maupun dari Industri experts. (g) Final Competition, tahap kompetisi final akan dilakukan di masing-masing universitas. Dipilih tiga pemenang dari masing-masing universitas. (h) Demo Day, para pemenang dari masing-masing universitas akan melakukan presentasi produk dan bisnis mereka di Jakarta dan bersaing satu sama lain. Akan dipilih 3 pemenang utama dari masing-masing wilayah. Menurut Hadi (2010:146) terdapat 2 pola strategi yang dijadikan acuan pada implementasi CSR dilihat dari sudut pandang ketelibatan manajemen perusahaan, yakni *self Managing Strategy*, dan *outsourcing*. Maka pada strategi pengembangan program *appcelerate* sudah mencakup dua pola strategi yang menjadi acuan untuk mengimplementasikan program CSR.

### *C. Upaya PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta mencegah program CSR Appcelerate ini tidak menjadi bidang bisnis*

Pada program *appcelerate* ini, melihat bahwa perusahaan dalam menjalankan program ini harus komitmen karena program ini harus berkelanjutan dan memberikan manfaat kepada *stakeholdernya* yang menerima. Dalam upayanya perusahaan melakukan upaya-upaya seperti membuat kontrak, memberikan fasilitas bagi para peserta, seminar, mentoring, serta diskusi para mahasiswa untuk memberikan pembekalan ilmu mengenai bidang bisnis. Dengan demikian maka para *startup* sudah cukup untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh peserta sehingga menghindari program CSR ini menjadi bidang bisnis. Perusahaan berupaya sedemikian rupa tidak

hanya memberikan dana CSR saja namun perusahaan ikut andil pada saat dilapangan, untuk menghindari menjadi bidang bisnis.

Model CSR dipilih dan digunakan oleh perusahaan dengan memperlihatkan isu sosial yang berhubungan dekat dengan perusahaan. sehubungan dengan karakteristik program CSR menurut Phipip Kotler menyebutkan bahwa ada program CSR yang mungkin untuk dijalankan sebuah

Apccelerate tersebut memberikan pelatihan, inkubasi, dan akselerasi kepada mahasiswa untuk membuat *startup* digital karena dapat mengembangkan potensi mahasiswa dan menggali sumber daya untuk membantu ekosistem startup dalam program tersebut. Pemilihan *startup* sebagai

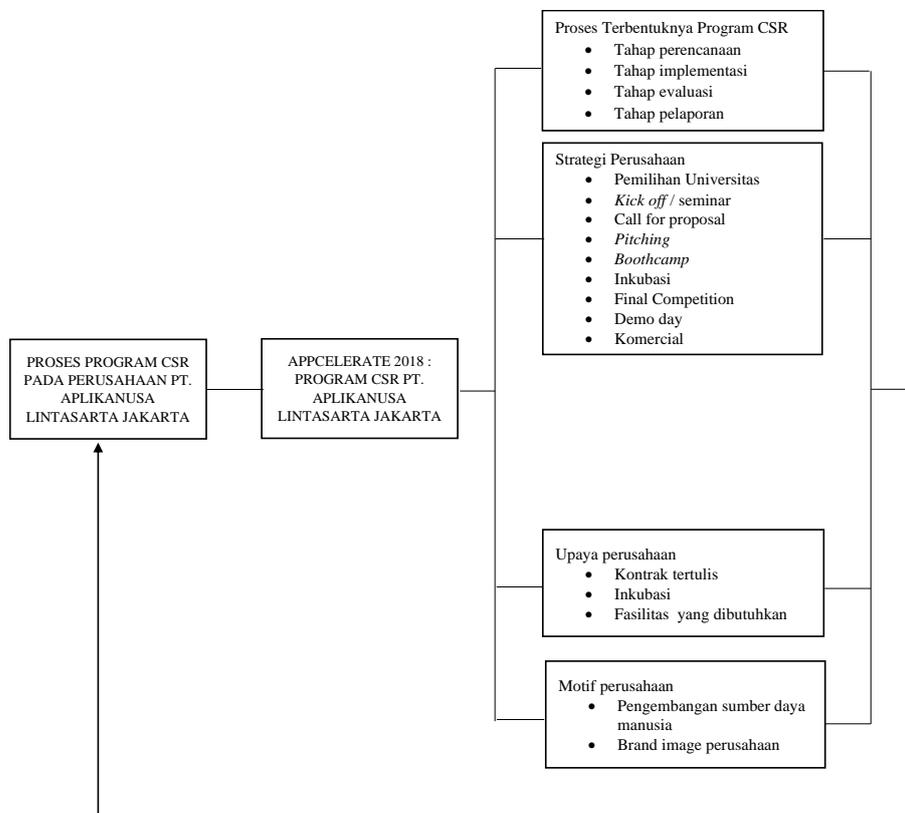
Dalam karakteristiknya program ini termasuk dalam *cause promotions* dan *cause related marketing*. Pengalokasian dana perusahaan dalam bentuk barang dan sumberdaya lain untuk meningkatkan kesadaran tentang masalah sosial dimana para startup dengan program ini

perusahaan yaitu ; *corporate philanthropy, cause promotions, cause-related marketing*. Pada program ini Lintasarta sesuai dengan karakteristik *cause promotions* dimana pengalokasian dana perusahaan dalam bentuk barang dan sumberdaya lain dalam rangka meningkatkan kesadaran tentang masalah sosial atau sukarelawan.

**D. Motif PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta memilih para startup sebagai sasaran CSR perusahaan**

sasaran perusahaan merupakan suatu strategi dari perusahaan juga agar inovasi-inovasi yang dibuat dan dikembangkan merupakan inovasi baru yang dibuat oleh para *startup*.

bisa membuat inovasi baru tentang berbagai teknologi. Komitmen perusahaan dalam mendonasikan Sebagian pendapatannya untuk hal berkaitan program *appccelerate* mempunyai komitmen dengan para *stakeholder* akan program yang Lintasarta buat.



**Gambar 1.** Model pada pelaksanaan program CSR *appccelerate* PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta

Sumber : Olahan Peneliti

**IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil wawancara studi kepustakaan dan observasi yang dilakukan mengenai program

CSR "*appccelerate*" PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta dengan menggunakan metode studi kasus, maka terdapat beberapa point yang dapat disimpulkan dari penelitian yang dilakukan.

Dari hasil analisis dan pembahasan, penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Program *Appcelerate* dalam prosesnya membentuk program CSR dengan menerapkan tahap-tahap *corporate social responsibility*, yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, tahap evaluasi dan tahap pelaporan. Pada tahap Implementasi perusahaan lebih mementingkan *stakeholdernya* dan tidak lagi memikirkan profit perusahaan semata. Pada tahap ini perusahaan pun terjun langsung ke lapangan untuk melihat perkembangan program *Appcelerate* untuk menjadi bahan evaluasi perusahaan. Tahap evaluasi program CSR dilakukan setelah program diimplementasikan. Pada tahap evaluasi dilakukan selama program sedang berjalan dilakukan di 2 bulan pertama dan 2 bulan berikutnya yang dilakukan secara bertahap dan diakhir program . Tahap pelaporan, dalam melaksanakan program CSR, perusahaan penting membuat laporan terkait kegiatan CSR.
2. Program *appcelerate* merupakan program yang menarik. Karena pada program ini perusahaan memiliki strategi agar program ini berjalan, seperti pemilihan universitas yang sesuai dengan sasaran perusahaan, *kickoff-seminar*, penyerahan proposal dari para *startup*, *pitching*, *boothcamp*, inkubasi, final competition, demo day, dan pada tahap terakhir komersial dengan Lintasarta ataupun pelanggan-pelanggan dari Lintasarta. Pada saat masa inkubasi para peserta diberikan mentoring dan pelatihan yang disampaikan oleh para ekspertnya, termasuk dari perusahaan Lintasarta dan dari perguruan tinggi. Pada program *appcelerate* perusahaan menerapkan pola startegi yang menjadi acuan pada implementasi CSR yaitu, *self managing strategy* dan *outsourcing*, Lintasarta bermitra dengan perguruan tinggi dan juga terjun langsung ke lapangan untuk program *appcelerate*.
3. Pada program *appcelerate* perusahaan berupaya sedemikian rupa tidak hanya memberikan dana CSR saja namun perusahaan ikut andil pada saat dilapangan, untuk menghindari menjadi bidang bisnis. Dalam upayanya perusahaan melakukan upaya-upaya seperti membuat kontrak, memberikan fasilitas bagi para peserta, seminar, mentoring, serta diskusi para mahasiswa untuk memberikan pembekalan ilmu mengenai bidang bisnis. Dengan demikian maka para *startup* sudah cukup untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh peserta sehingga menghindari program CSR ini menjadi bidang bisnis.
4. *appcelerate* merupakan program CSR yang menghasilkan program CSR yang menarik. Karena dalam programnya dibuat dalam bentuk kompetisi di bidang teknologi bagi para *startup*. Program *appcelerate* dibentuk oleh perusahaan Lintasarta

yang bermitra dengan perguruan tinggi ITB. Sasaran dari program ini merupakan para *startup* atau mahasiswa ITB. Appcelerate memberikan pelatihan, inkubasi, dan akselerasi kepada mahasiswa untuk membuat *startup* digital karena dapat mengembangkan potensi mahasiswa dan menggali sumber daya untuk membantu ekosistem startup dalam program tersebut.

## V. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan berkaitan dengan program *appcelerate* program CSR perusahaan PT. Aplikanusa Lintasarta Jakarta. Maka peneliti mencoba untuk memberikan beberapa saran seperti berikut :

### A. Saran Teoritis

1. Saran untuk peneliti dan pengembangan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung diharapkan dapat lebih menggali dan membahas sudut pandang lain mengenai program *appcelerate* ini yang juga memberikan informasi mengenai program *appcelerate* ataupun program CSR lainnya. Pembahasan mengenai CSR sangat perlu disosialisasikan agar program CSR dari suatu perusahaan tidak asing lagi di telinga masyarakat dan menjadi pemacu bagi perusahaan untuk membuat program CSR yang lebih beragam dan menarik.
2. Pembahasan mengenai *startup* pada program CSR juga merupakan suatu objek yang unik untuk diteliti para peneliti selnjutnya. Agar para *startup* bisa semakin berkembang dalam dunia bisnis, sehingga para *startup* akan disadari keberadaannya oleh para masyarakat maupun pemerintah.
3. Bagi mahasiswa yang memiliki minat yang besar untuk melakukan penelitian ini, diharapkan dapat melakukan penelitian tersebut dan juga disesuaikan.

### B. Saran Praktis

1. Dalam pelaksanaan program *appcelerate* dari segi waktu para peserta *startup* masih ada saja yang belum mempunyai tanggung jawab lebih dikarenakan mereka yang masih mahasiswa, sehingga menjadi suatu kendala pada program *appcelerate*.
2. Sebagai sebuah program CSR diharapkan Lintasarta bisa meluaskan wilayah kategori peserta bagi kompetisi ini, melihat pada zaman sekarang semakin banyak para pemuda yang mempunyai inovasi-inovasi yang menarik yang tidak hanya di kampus ITB saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relation: Pendekatan Praktis untuk Menjadi Komunikator, Orator, Presenter dan Juru Kampanye yang Handal*. Bandung: Widya Padjajaran.
- [2] Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Ariningsih, Endah Pri. 2009. *Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada Pembentukan Brand Equity*.
- [4] Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [5] Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- [6] Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [7] Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [8] Estaswara. 2008. *Think IMC!: Efektivitas Komunikasi untuk Meningkatkan Loyalitas Merek dan Laba Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- [9] Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [10] Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [11] Kotler, P., & N. Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Willey&Sons, Inc.
- [12] Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- [13] Lindawati, Ang Swat Lin dan Puspita, Marsella Eka. 2015. "Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Volume 6, Nomor 1, April 2015, Hlm. 157-174.
- [14] Mardikanto, Totok 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Moleong, Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [16] Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [17] Nawawi, H. 2005. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- [18] Rosmawaty. 2014. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- [19] Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications: A Framework for PR Practitioners*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [20] Ruslan, Rosady. 2007. *Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [21] Situmeang, Ilona Vicenovie Oisina. 2016. *Corporate Social Responsibility; Dipandang dari Perspektif Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- [22] Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [23] Suharto, Edi. 2007. *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- [24] Susanto, Y.K., dan Tarigan, J. 2013. "Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Profitabilitas Perusahaan." *Jurnal Business Accounting Review*, Vol. 1.
- [25] Tunggul, Amin Widjaja. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Malang: Bayu Media.
- [26] Untung, Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- [27] Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- [28] Visser, W. 2007. *The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organizations*. England: John Wiley & Sons Ltd.
- [29] Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia.
- [30] Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus (Desain & Metode)*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [31] Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Penerbit LPPM Unisba.
- [32] er Lain:cnnindonesia.com. (2016). Riset Ditemukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah. Diakses pada 6 September 2019 pukul 17.00 dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah?>
- [33] beritasatu.com. (2018). Jumlah Startup di Indonesia Terbanyak Keempat di Dunia. Diakses pada 9 September 2019 pukul 15.00 dari <https://www.beritasatu.com/iptek/478120-jumlah-startup-di-indonesia-terbanyak-keempat-di-dunia.html>.
- [34] itb.appcelerate.id. (2018). Diakses pada 6 September 2019 pukul 14.00 dari <http://itb.appcelerate.id/2018>.