

STRATEGI DALAM MELAKUKAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* GARUDA INDONESIA

Farhansyah

Universitas Pelita Harapan

farhan.wijayaaa@gmail.com

Abstrak

Keberlanjutan di lingkungan menjadi permasalahan utama bagi perkembangan bisnis dan juga bagi masyarakat. Karena, hal tersebut merupakan unsur timbal balik dalam perkembangan ekonomi. Salah satu hal yang dapat menciptakan keberlanjutan di lingkungan bisnis, ialah program tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang dijalankan oleh perusahaan untuk menciptakan keberlanjutan di lingkungan bisnis termasuk masyarakat. Tetapi, program tersebut seringkali tidak menghasilkan keberhasilan karena permasalahan yang dihadapi dalam implementasi program tersebut. Dalam tulisan ini, membahas mengenai perusahaan Garuda Indonesia yang menjalankan tanggung jawab sosial dalam bisnisnya dan menciptakan unsur keberlanjutan di masyarakat pada tahun 2020. Terdapat beberapa program tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh Garuda Indonesia yaitu, pertama, dalam aspek perekonomian menjalankan program Pinjaman dan Program Pembinaan Kemitraan UMKM di Indonesia. Kedua, aspek lingkungan yang menjalankan program pembersihan pantai di Bali (*Bali beach clean up* dan *Bali big eco weekend*) dan melakukan konservasi terhadap burung Jarak Bali. Ketiga, aspek lingkup pembinaan masyarakat melalui program di sektor pendidikan, pelatihan dan olahraga, kesehatan, prasarana umum termasuk tempat ibadah, dan bencana alam. Dalam tulisan ini, menggunakan pendekatan teori ilmu komunikasi yaitu, *social exchange theory*. Hingga, menghasilkan bahwa Garuda Indonesia merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang mementingkan unsur keberlanjutan bagi lingkungannya.

Kata Kunci: Keberlanjutan, Program Tanggung Jawab Sosial, Garuda Indonesia, Aspek Perekonomian, Aspek Lingkungan, Aspek Pembinaan Masyarakat, Teori Pertukaran Sosial.

Abstract

Sustainability in the environment is the main problem for business development and also for the community. Because this is a reciprocal element in economic development. One of the things that can create sustainability in the business environment, is the corporate social responsibility program run by the company to create sustainability in the business environment including the community. However, these programs often do not produce success because of the problems faced in the implementation of the program. This paper discusses the Garuda Indonesia company that carries out social responsibility in its business and creates an element of sustainability in society. There are several social responsibility programs run by Garuda Indonesia, namely, first, the economic aspect of running the Loan program and the MSME Partnership Development Program in Indonesia. Second, environmental aspects that run beach cleaning programs in Bali (Bali beach clean up and Bali big eco weekend) and conserve Balinese Jarak birds. Third, aspects of the scope of community development through programs in the education, training, sports, health, public infrastructure including places of worship, and natural disasters sectors. This paper uses the approach of communication science theory, namely, social exchange theory. Until resulting that Garuda Indonesia is one of the companies in Indonesia that attaches importance to the element of sustainability for its environment.

Keywords: Sustainability, Social Responsibility Program, Garuda Indonesia, Economic Aspects, Environmental Aspects, Community Development Aspects, Social Exchange Theory

PENDAHULUAN

Pembangunan perekonomian suatu negara juga memiliki pengaruh terhadap kehidupan masyarakat suatu negara. Karena, akan memberikan pengaruh melalui tingkat kesejahteraannya dari pekerjaan yang diperolehnya. Salah satu hal yang memberikan pengaruh terhadap pembangunan ekonomi suatu negara yaitu, keberadaan suatu perusahaan atau industri yang dapat mendorong perekonomian negara melalui pendapatannya dan aksi tanggung jawab sosialnya (Aulia et al, 2020). Karena, seluruh aktivitas perusahaan sangat mempengaruhi seluruh aspek dalam negara terutama tingkat kesejahteraan masyarakat, pendapatan negara, dan pendapatan individu.

Aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) seringkali disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya merupakan sebuah program untuk menciptakan hubungan baik dengan masyarakat di lingkungan operasional bisnis (Disemadi, 2020). Karena, pada

dasarnya untuk menjalankan sebuah bisnis tidak hanya dapat menguntungkan perusahaan secara pribadi, melainkan juga harus menguntungkan masyarakat di sekitarnya terutama yang berada di lingkungan operasional bisnis, karena merasakan dampak dari hasil aktivitas bisnis.

Negara Indonesia sebagai negara dengan pedoman hukum, juga mengatur keberadaan mengenai tanggung jawab sosial yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan dalam produk hukumnya. Hal tersebut termuat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Dalam bab V Pasal 74 menyebutkan bahwa, perseroan yang menjalankan aktivitas usahanya dalam bidang yang berhubungan dengan sumber daya alam, wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, sehingga tidak merugikan berbagai pihak (Disemadi et al, 2020). Selain itu, kewajiban pelaksanaan program tanggung jawab sosial bagi perusahaan juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial dan perseroan

terbatas, yang mengatur bahwa perusahaan wajib untuk menjalankan tanggung jawab sosial bagi lingkungannya (Disemadi, 2020).

PT Garuda Indonesia merupakan salah satu perusahaan maskapai penerbangan terbesar dari Indonesia, dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tentu memberikan dampak yang besar bagi pertumbuhan ekonomi negara. Tetapi, aktivitas tersebut tentu memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat di sekitar lingkungan bisnis. Hal tersebut ditangani oleh PT Garuda Indonesia melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial) melalui berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, dalam pembahasan selanjutnya akan melakukan analisis terhadap strategi-strategi yang sudah dilakukan oleh Garuda Indonesia dalam melaksanakan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan menggunakan teori dalam ilmu komunikasi.

PERMASALAHAN

Dengan permasalahan utama yaitu, meningkatkan literasi digital untuk UMKM di Indonesia pada situasi pandemi Covid-19 dalam menggunakan

media sosial. Maka melalui penyelenggaraan acara “Membara Dengan Universitas Pelita Harapan” yang bertujuan untuk memberikan solusi melalui acara tersebut dapat menjadi metode. Terdapat beberapa solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan utama melalui acara tersebut. Terdapat beberapa metode yang dilakukan yaitu:

1. Memberikan informasi strategi promosi melalui media sosial

Solusi ini, akan dijalankan menggunakan informasi yang dipublikasi pada akun media sosial acara “Membara Dengan Universitas Pelita Harapan”. Secara keseluruhan, konten publikasi mengenai *tips* and *trick* dalam menggunakan media sosial untuk bisnis pemula, cara menggunakan media sosial untuk meningkatkan engagement bisnis di media sosial sehingga memiliki citra yang baik terhadap konsumen, meningkatkan penjualan dan konsumen melalui media sosial.

2. Memberikan webinar atau talkshow mengenai penggunaan media sosial dalam bisnis

Dengan adanya tingkat literasi digital yang masih rendah di Indonesia terutama UMKM, maka

Dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*), setiap perusahaan atau pelaku bisnis tentu dihadapi oleh berbagai permasalahan utama yang menghambat implementasi program tersebut hingga berhasil. Dalam penerapannya, terdapat berbagai permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan program CSR secara jangka panjang yang meliputi: Pertama, permasalahan biaya untuk melakukan program tanggung jawab sosial bagi perusahaan yang dinilai relatif besar, hingga rencana tersebut terimplementasi dengan baik (Kusuma, 2020). Kedua, rancangan program tanggung jawab sosial yang kurang memadai oleh perusahaan terhadap masyarakat, sehingga program tersebut tidak signifikan untuk memberikan perubahan terhadap masyarakat di lingkungan operasional bisnis.

Ketiga, permasalahan sumber daya manusia dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial yang dinilai masih kurang memadai, sehingga program tanggung jawab sosial seringkali tidak terlaksana dengan baik. Keempat, penerimaan masyarakat di lingkungan bisnis

terhadap program tanggung jawab sosial yang sudah dirancang oleh perusahaan, seringkali mengalami penolakan karena tidak sesuai dengan keinginan masyarakat. Hal tersebut seringkali disebabkan kurangnya pendekatan negosiasi dan persuasif yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat di sekitar lingkungan bisnis, sehingga keinginan masyarakat tidak terwujud melalui program *Corporate Social Responsibility* (Halimah, 2016). Keempat permasalahan tersebut, menjadi masalah utama bagi perusahaan dalam melakukan perancangan hingga pada tahap implementasi program tanggung jawab sosialnya, sehingga pembahasan selanjutnya akan membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh PT Garuda Indonesia dalam melakukan pelaksanaan program tanggung jawab sosialnya dengan berbagai pendekatan.

PEMBAHASAN

sebelum membahas mengenai tanggung jawab sosial lebih lanjut, maka perlu mengetahui pengertian dari tanggung jawab sosial atau disebut *Corporate Social Responsibility*, mayoritas dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan keuntungan terhadap

masyarakat yang berada di lingkungan operasional bisnis. Tanggung jawab sosial atau CSR menurut International Standard of Organization (ISO) 26000 yang mengatur mengenai *Guidance on Social Responsibility* memiliki definisi terhadap tanggung jawab sosial yaitu, merupakan tanggung jawab yang dijalankan oleh organisasi terhadap dampak-dampak dari hasil keputusan kegiatan bisnisnya kepada masyarakat dan lingkungannya dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan (Arsyad et al, 2017).

Kotler & Lee (2005) juga memberikan definisi mengenai tanggung jawab sosial atau CSR, merupakan sebuah komitmen yang dimiliki oleh perusahaan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam melakukan praktik bisnisnya dan memberikan kontribusi terhadap sumber daya perusahaan serta lingkungan perusahaan (Astri, 2012). Berdasarkan pengertian para ahli, maka tanggung jawab sosial dapat diartikan sebagai aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk menangani dampak-dampak dari aktivitas bisnisnya terhadap lingkungannya baik itu untuk lingkungan alam dan keberlanjutan kehidupan masyarakatnya.

Dalam melakukan kegiatan aktivitas tanggung jawab sosial, memiliki beberapa cakupan meliputi (Arsyad et al, 2017): pertama, *building human capital* yang memiliki keterkaitan dengan internal perusahaan dalam menciptakan sumber daya manusia. Kedua, *strengthening economies*, memberikan pemberdayaan ekonomi di masyarakat. Ketiga, *assessing social cohesion* yang berusaha untuk menjaga perdamaian dengan masyarakat di sekitar aktivitas bisnis. Keempat, *encouraging good governance* merupakan perusahaan melakukan tanggung jawab sosial didasarkan dengan *Good Corporate Governance*. Kelima, *protecting the environment* yang memberikan keharusan bagi perusahaan untuk tetap menjaga lingkungan di sekitar operasional bisnis. Kelima hal tersebut dalam cakupan tanggung jawab sosial harus diterapkan oleh perusahaan, terutama dalam mewujudkan aktivitas tanggung jawab sosial yang berhasil hingga diimplementasi di lingkup masyarakat.

Selain itu, dalam pembahasan lebih lanjut akan menggunakan teori pertukaran sosial atau *social exchange theory* digagas oleh George C. Homans yang melihat bahwa, seluruh peraturan dalam lingkungan sosial harus

berbanding dengan imbalan dengan investasi yang diberikan kepada masyarakat (Sari, 2018). Berdasarkan pengertian tersebut, maka teori pertukaran sosial melihat bahwa perlakuan yang dilakukan oleh suatu individu harus memiliki hasil yang sama terhadap individu lain dalam menjalin hubungan komunikasi (Cropanzano et al, 2012).

Homans dalam melihat teori pertukaran sosial juga memiliki asumsi dasar yaitu, melihat manusia memiliki sifat alamiah atau objek psikologis manusia. Homans melihat, sifat dasar dari manusia selalu ingin memperoleh kesenangannya dengan melakukan minimalisir terhadap kesusahan yang akan dihadapinya (Cropanzano et al, 2005). Dengan demikian, manusia dalam lingkungan sosialnya mengharapkan pertukaran yang setimpal dengan perbuatan yang dilakukannya, misalnya individu tersebut melakukan hal yang baik kepada masyarakat lainnya, maka individu tersebut juga seharusnya memperoleh perlakuan yang sama dari individu lain di lingkungan sosialnya (Mighfar, 2015).

Berdasarkan pengertian dan asumsi yang dimiliki oleh teori pertukaran sosial pada ilmu komunikasi, maka memiliki inti bahwa pertukaran

sosial di masyarakat seringkali terjadi dan harus memiliki unsur timbal balik satu dengan yang lainnya, karena hal tersebut memiliki hubungan antara perilaku dengan lingkungannya. Jika dalam lingkup perusahaan, maka hal ini harus dirasakan oleh masyarakat sekitar pada lingkungan perusahaan. Karena, perusahaan yang dijalankan oleh sekumpulan individu akan memberikan dampak terhadap lingkungan masyarakat yang berada di lingkungan operasional bisnisnya.

Garuda Indonesia merupakan perusahaan maskapai terbesar di Indonesia yang digagas melalui perjanjian KMB (Konferensi Meja Bundar) pada tahun 1949 (Garuda, 2021). Penerbangan Garuda Indonesia hingga saat ini sudah menempuh lebih dari 60 destinasi dari di seluruh negara (Garuda, 2022). Dalam mengembangkan usahanya, Garuda Indonesia tentu juga melakukan tanggung jawab sosialnya untuk memberikan keuntungan bagi masyarakat di sekitar aktivitas bisnisnya atau lingkungan bisnis. Karena, hal tersebut juga mempengaruhi citra perusahaan pada lingkungan masyarakat dan seluruh dunia dalam melihat tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Garuda Indonesia.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya dan mengatasi permasalahan pada implementasi tanggung jawab sosial, Garuda Indonesia melakukan implementasi terhadap beberapa program utamanya yang disebut sebagai Garuda Indonesia Cares atau Garuda Indonesia Peduli melalui pemberdayaan terhadap masyarakat serta menjaga lingkungan yang menjadi bagian untuk memajukan perusahaan (Garuda, 2022). Dalam menjalankan program tanggung jawab sosialnya, Garuda Indonesia membagi dalam tiga aspek utama yaitu, perekonomian, lingkungan, dan pembinaan terhadap masyarakat.

Program Pertama, dalam aspek perekonomian Garuda Indonesia menjalankan program Pinjaman dan Program Pembinaan Kemitraan UMKM di Indonesia (Garuda, 2022). Program tersebut, membantu mitra UKM diseluruh Indonesia untuk memberikan



pinjaman modal dengan tujuan mendukung potensi yang berkembang dalam melakukan pengelolaan usaha

terhadap bisnis di Indonesia. Dalam menjalankan program ekonomi, Garuda Indonesia sudah berhasil melakukan pembinaan terhadap 4,985 mitra yang memperoleh bantuan dalam pembiayaan usaha, ketahanan pangan yang mencapai hingga 52,7% dari hasil program Garuda Indonesia Peduli Perekonomian, dan melakukan promosi terhadap produk UKM melalui katalog yang disebar dalam penerbangan atau seringkali disebut sebagai Sales on Board Garuda Indonesia (Garuda, 2022).

Gambar 1.1 Program Pinjaman dan Program Pembinaan Kemitraan UMKM Sebagai Program Tanggung Jawab Sosial Garuda Indonesia

(Garuda, 2022).

Dalam program lingkup ekonomi melalui program pinjaman dan program pembinaan kemitraan UMKM, Garuda Indonesia berhasil membawa perubahan yang signifikan terhadap perkembangan usaha di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat hingga akhir tahun 2018, petani dan pelaku UKM memiliki porsi ketahanan pangan yang besar mencapai 52,7 persen (Garuda, 2022). Program Kedua, lingkup lingkungan yang memiliki berbagai program untuk memberikan keberlanjutan bagi lingkungan dan masyarakat terhadap perkembangan bisnis Garuda Indonesia,

terdapat beberapa program meliputi: pertama, melakukan pembersihan pantai di Bali (*Bali beach clean up* dan *Bali big eco weekend*) (Garuda, 2022). Dalam program *Bali Beach Clean Up* melalui program tersebut Garuda Indonesia memiliki usaha untuk mengembalikan Bali sebagai wajah bagi pariwisata di Indonesia dan memberikan sumbangan terhadap dua mesin untuk pembersih pantai dari sampah (Garuda, 2022).



Gambar 1.2 Program Pembersihan Pantai Bali (Bali Beach Clean Up dan Bali Big Eco Weekend Sebagai Program Tanggung Jawab Sosial Garuda Indonesia
(Garuda, 2022).

Selain itu, melalui program *Bali Big Eco Weekend*, Garuda Indonesia bersama dengan komunitas lokal di Indonesia melakukan partisipasi untuk membersihkan sampah yang berada di pantai pusat wisata Bali (Kita, Jimbaran, Seminyak, Legian, Kedonganan) (Garuda, 2022). Dalam hal ini, Garuda Indonesia juga memberikan 100 bibit

pohon jenis kelapa dan camplung sebagai upaya dalam melakukan penghijauan di lingkungan pantai kawasan Bali. Kedua, Garuda Indonesia melakukan konservasi terhadap burung jenis Jarak Bali melalui kerja sama dengan Bali Safari dan Marine Park di Bali (Garuda, 2022). Program tersebut sudah menghasilkan 15 ekor dari burung Jarak Bali yang akan dilepaskan ke alam liar untuk menjaga kelestariannya, Garuda Indonesia juga memberikan pembelajaran terhadap komunitas lingkungan di Bali dalam menjaga konservasi Jarak Bali (Garuda, 2022).

Program Ketiga, lingkup pembinaan masyarakat dengan tujuan memberikan kepedulian untuk membantu kondisi dan melakukan pembinaan terhadap masyarakat dengan sektor pendidikan, pelatihan, dan olahraga, kesehatan, prasarana umum serta ibadah, dan bencana alam (Garuda, 2022). Terdapat beberapa program dari lingkup pembinaan masyarakat yang dijalankan oleh Garuda Indonesia meliputi: program profesi airline business yang bekerjasama dengan Garuda Indonesia *Training Center* melalui pelatihan bagi lulusan SMA/SMK yang memiliki prestasi, memberikan program magang bagi penyandang *down syndrome* di Garuda Indonesia, dan melakukan kerjasama

dengan Tempo serta GE (*General Electric*) melalui pelatihan kompetisi bagi mahasiswa (Garuda, 2022).



Gambar 1.3 Progam Pembinaan Masyarakat Sebagai Program Tanggung Jawab Sosial Garuda Indonesia

(Garuda, 2022).

Dalam pembinaan masyarakat, Garuda mayoritas memberikan pelatihan-pelatihan yang berhubungan dengan lingkup tersebut terutama terhadap individu yang mengalami disabilitas. Jika dilakukan analisis dengan menggunakan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) dalam ilmu komunikasi, maka Garuda Indonesia dalam menjalankan operasional bisnisnya tidak hanya mencari keuntungan secara pribadi, melainkan juga memberikan unsur timbal balik kepada masyarakat yang berada di lingkungan operasional bisnis. Selain itu, sesuai dengan Visi dan Misi Garuda Indonesia yaitu, menjadi perusahaan yang menawarkan layanan berkualitas kepada masyarakat berdasarkan keramahan Indonesia, hal tersebut sudah

dicapai dengan baik, terutama melalui layanan CSR yang diberikan kepada masyarakat.

Masyarakat yang berada di lingkungan bisnis Garuda Indonesia, tidak hanya merasakan dari perkembangan bisnis yang menguntungkan perekonomian negara, tetapi masyarakat juga merasakan keuntungan dari pelatihan dan pemberdayaan yang berasal dari program-program tanggung jawab sosial Garuda Indonesia. Oleh karena itu, Garuda Indonesia mampu untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam penerapan program tanggung jawab sosial yang seharusnya terjadi, karena unsur timbal balik di masyarakat juga dirasakan dalam lingkungan bisnis.

KESIMPULAN

Dalam menjalankan perkembangan bisnis, tidak hanya mementingkan unsur perolehan profit bagi perusahaan, tetapi perusahaan juga harus mengembangkan kebutuhan sosial di lingkungan operasional bisnisnya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 (Erawaty, 2022). Salah satunya dengan menjalankan tanggung jawab sosial yang berdampak bagi masyarakat. Tetapi, dalam menjalankan program tersebut tentu tidak terlepas dari berbagai hambatan yang

dihadapi oleh perusahaan, dan hal tersebut harus ditangani oleh perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang berkelanjutan.

Dalam menjalankan program tanggung jawab sosialnya, Garuda Indonesia memiliki tiga lingkup utama dengan program yang berbeda-beda, meliputi: pertama, aspek perekonomian Garuda Indonesia menjalankan program Pinjaman dan Program Pembinaan Kemitraan UMKM di Indonesia. Program tersebut, membantu mitra UKM diseluruh Indonesia untuk memberikan pinjaman modal dengan tujuan mendukung potensi yang berkembang dalam melakukan pengelolaan usaha terhadap bisnis di Indonesia. Kedua, lingkup lingkungan yang memiliki berbagai program untuk memberikan keberlanjutan bagi lingkungan dan masyarakat terhadap perkembangan bisnis Garuda Indonesia, terdapat beberapa program meliputi: pertama, melakukan pembersihan pantai di bali (Bali *beach clean up* dan Bali *big eco weekend*).

Ketiga, lingkup lingkungan yang memiliki berbagai program untuk memberikan keberlanjutan bagi lingkungan dan masyarakat terhadap perkembangan bisnis Garuda Indonesia, terdapat beberapa program meliputi:

pertama, melakukan pembersihan pantai di bali (Bali *beach clean up* dan Bali *big eco weekend*). Garuda Indonesia merupakan salah satu perusahaan maskapai terbesar di Indonesia yang menjalankan program tanggung jawab sosialnya melalui tiga lingkup utama yaitu, lingkup ekonomi, lingkup lingkungan, dan lingkup pemberdayaan masyarakat yang masing-masing memiliki program utama. Program tersebut, juga memiliki unsur timbal balik yang baik di masyarakat, dilihat dari peningkatan perekonomian dan ketahanan pangan pada tahun 2018 yang mencapai 52,7 persen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A., Sudarjati., Gemina, D. (2017). Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Strateginya Untuk Peningkatan Kepuasan Masyarakat Serta Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Agribisains*, 3 (1): 1-21.
- Astri, H. (2012). Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia. *Jurnal Aspirasi*, 3 (2): 151-165.
- Aulia, S. L., Dwijayani, C. F., & Rubiyanto. (2020). Analisis Implementasi Program Corporate

- Social Responsibility Edu Visit PT Garuda Maintenance Facility Aeroasia, Tbk. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5 (1): 1-14.
- Cropanzano. R., Mitchell, M. (2012). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31 (6): 874-900.
- Disemadi, H. S. (2020). Consumer Protection of Flight Services through Corporate Social Responsibility Implementation in Indonesia. *Journal of Private and Commercial Law*, 4 (1): 14-21.
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4 (1): 1-16.
- Erawaty. (2022). Persoalan Hukum Seputar Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Peseroan Dalam Perundang-Undangan Ekonomi Indonesia. retrieved 19 September 2022, from [https://ditjenpp.kemenkumham.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=847:persoalan-hukum-seputar-tanggung-jawab-sosial-dan-lingkungan-](https://ditjenpp.kemenkumham.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=847:persoalan-hukum-seputar-tanggung-jawab-sosial-dan-lingkungan-perseroan-dalam-perundang-undangan-ekonomi-indonesia&catid=102&Itemid=182)
- [perseroan-dalam-perundang-undangan-ekonomi-indonesia&catid=102&Itemid=182](https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/company-profile/about/index)
- Garuda. (2021). Tentang Garuda Indonesia. Retrieved 19 September 2022, from <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/company-profile/about/index>
- Garuda. (2022). Garuda Indonesia Peduli Perekonomian. Retrieved 19 September 2022, from <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/csr/garuda-indonesia-cares/economy/index>
- Garuda. (2022). Garuda Indonesia Peduli. Retrieved 19 September 2022, from <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/csr/garuda-indonesia-cares/index>
- Garuda. (2022). Pembinaan Masyarakat. Retrieved 19 September 2022, from <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/csr/garuda-indonesia-cares/community-development/index>
- Garuda. (2022). Profil Perusahaan. Retrieved 19 September 2022, from <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/company-profile/index>

- Garuda. (2022). Visi dan Misi Perusahaan. Retrieved 23 September 2022, from <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/company-profile/corporate-vision-mission/index>
- Halimah, M. (2016). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) Pada PT Otsuka Indonesia – Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4 (2): 1-8.
- Herman. (2018). Manfaat Corporate Social Responsibility oleh Stakeholder Primer dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau). *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 2 (2): 264-277.
- Kusuma, J. I. A. (2020). Problematika Masyarakat Paska Program Corporate Social Responsibility (Studi Paska Pelaksanaan Program CSR oleh PT. Pembangkitan Jawa Bali pada Tahun 2010-2012 di Kelurahan Jambangan dan Kelurahan Gayungan, Surabaya). *Perpustakaan Universitas Airlangga*.
- Marthin., Salinding, M. B., Akim, I. (2017). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1 (1): 111-132.
- Mighfar, S. (2015). Social Exchange Theory: Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial. *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 9 (2): 261-268.
- Retnaningsih, H. (2015). Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Aspirasi*, 6 (2): 177-188.
- Sari, W. P. (2018). Studi Pertukaran Sosial dan Peran Nilai Agama Dalam Menjaga Kerukunan Antar Kelompok Umat Beragama di Manado. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 11 (1): 96-105.

