

## Implementasi Program CSR Dalam Non-Governmental Organization Melalui Ngo Go Digital

**Syahda Adi Ratna<sup>1\*</sup>, Imron Rosyidi<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung  
\*Email : [syahda181122@gmail.com](mailto:syahda181122@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji implementasi program CSR oleh PT. Cloud Hosting Indonesia melalui program NGO Go Digital. Metode studi kasus dengan wawancara mendalam digunakan berdasarkan landasan konseptual Implementasi CSR oleh Yusuf Wibisono. Hasil penelitian menunjukkan Tahap *Awareness Building* melibatkan identifikasi kebutuhan dan kepentingan, membangun kesadaran dari pemangku kepentingan terhadap digitalisasi NGO di Indonesia serta melalui prinsip dasar CSR *Triple bottom line*; Tahap pelaksanaan mencakup pengelolaan sumber daya, verifikasi penerima manfaat, pengembangan *website*, pemberian layanan digital, waktu pelaksanaan serta tantangan teknis; Pada tahap pelaporan, fokus pada frekuensi dan fleksibilitas pelaporan, transparansi dan manajemen isu; Tahap Evaluasi mencakup strategi adaptasi, efek positif pada kapasitas NGO, serta mekanisme pemantauan dan penilaian program juga pendekatan IDCloudHost pada peningkatan *brand awareness* melalui program CSR.

**Kata Kunci :** Implementasi; *Corporate Social Responsibility*; NGO

### ABSTRACT

*This research examines the implementation of CSR programs by PT Cloud Hosting Indonesia through the NGO Go Digital program. A case study method with in-depth interviews was used based on the conceptual foundation of CSR Implementation by Yusuf Wibisono. The results of the study indicate that the Awareness Building Stage involves identifying needs and interests, building awareness from stakeholders towards the digitalization of NGOs in Indonesia as well as through the basic principles of the Triple bottom line CSR; The implementation stage includes resource management, beneficiary verification, website development, digital service delivery, implementation time and technical challenges; At the reporting stage, focus on frequency and flexibility of reporting, transparency, and issue management; The Evaluation stage includes adaptation strategies, positive effects on NGO capacity, and program monitoring and assessment mechanisms as well as IDCloudHost's approach to increasing brand awareness through CSR programs.*

**Keywords :** Implementation; *Corporate Social Responsibility*; NGO

## PENDAHULUAN

Pentingnya peran CSR dalam mendukung perkembangan bisnis modern, terutama dalam industri teknologi informasi yang berkembang pesat. IDCLOUDHOST, sebagai penyedia layanan *web hosting* yang telah beroperasi sejak tahun 2015, berhasil meraih posisi sebagai salah satu penyedia layanan terkemuka di Indonesia. Keberhasilan ini tercermin dalam berbagai indikator kualitas layanan seperti *uptime*, *load time*, fitur, dan harga, yang dinilai positif oleh berbagai pihak. Namun, lebih dari sekadar keberhasilan bisnis, IDCLOUDHOST juga menunjukkan komitmen yang kuat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan melalui implementasi program CSR yang telah berlangsung sejak tahun 2016.

Program NGO Go Digital, yang diinisiasi oleh IDCLOUDHOST, dirancang untuk memberikan dukungan kepada organisasi non-pemerintah (NGO) dalam memanfaatkan teknologi digital guna mencapai tujuan sosial mereka. Program ini mencakup penyediaan berbagai layanan teknologi yang ditawarkan oleh IDCLOUDHOST. Melalui program ini, NGO didukung untuk membangun identitas digital yang kuat, memastikan ketersediaan informasi yang konsisten. Efektivitas program ini tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan operasional NGO, tetapi juga pada perkembangan ekosistem digital di Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa CSR menjadi bagian integral dari strategi perusahaan dalam mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Zebua tahun 2019 menyoroti implementasi CSR oleh Starbucks Indonesia melalui program "Pinkvoice." Penelitian ini menunjukkan bagaimana CSR dapat berfungsi sebagai alat strategis untuk membangun citra positif perusahaan melalui kolaborasi dengan organisasi *non-profit* dan partisipasi dalam kegiatan sosial.

Penelitian lain oleh Sidik mengkaji implementasi CSR oleh PT. Pertamina EP Asset 3 Subang Field tahun 2016, Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan *Social mapping* menjadi demikian awal dari tahapan implementasi. Pemetaan sosial adalah langkah awal untuk memahami kondisi sosial suatu wilayah dan berkaitan dengan potensinya. Proses implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada program ini melibatkan beberapa tahap, termasuk pemetaan sosial, *Forum Group Discussion*, penentuan program CSR, penyuluhan rencana kerja dan strategi, serta implementasi dan evaluasi.

Kemudian penelitian oleh Pilaradiwangsa tahun 2016 dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya mengkaji penerapan CSR oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk di Malang dan menemukan bahwa bank tersebut

mematuhi prinsip *Triple Bottom Line (profit, people, planet)*. Meskipun Bank BRI melakukan tugasnya dengan baik, aspek komunitas dan budaya dalam kegiatan CSR belum diterapkan secara efektif. Temuan ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam pengelolaan CSR untuk mencapai keseimbangan yang lebih baik antara *profit*, tanggung jawab sosial, dan lingkungan.

Selanjutnya penelitian oleh Kurniawan dkk. Tahun 2015 dalam Diponegoro *Journal Of Social And Political Science* menganalisis Program Kemitraan Bank Jateng pada SPT Bubakan dan mengidentifikasi tiga fase penting dalam CSR: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kendala utama yang ditemukan adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan CSR. Temuan ini menyoroti perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk mengoptimalkan pelaksanaan program kemitraan CSR.

Lalu penelitian oleh Halimah dan Pradana tahun 2016 dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya mengevaluasi implementasi CSR di PT Otsuka Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, mengungkapkan masalah dalam pelaksanaan CSR dan cara mengatasinya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan dalam implementasi, ada upaya untuk memperbaiki melalui penyesuaian program dan pemecahan masalah di tingkat komunitas, meningkatkan efektivitas CSR perusahaan.

Meskipun terdapat berbagai penelitian yang telah mengeksplorasi implementasi CSR dalam berbagai konteks, penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena fokusnya pada perusahaan teknologi, khususnya pada program NGO Go Digital yang dijalankan oleh IDCloudHost. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana kolaborasi dengan mitra strategis dapat memperkuat dampak sosial dari program tersebut. Selain itu, penelitian ini akan menelaah bagaimana IDCloudHost mengintegrasikan nilai-nilai etis dalam kebijakan dan praktik bisnisnya, serta bagaimana perusahaan ini mengevaluasi efektivitas program CSR yang telah diimplementasikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, fokus penelitian terbagi menjadi 4 yakni (1) Bagaimana PT. Cloud Hosting Indonesia membangun kesadaran (*awareness*) dalam program CSR NGO Go Digital? (2) Bagaimana proses pelaksanaan program CSR NGO Go Digital oleh PT. Cloud Hosting Indonesia? (3) Bagaimana mekanisme pelaporan yang diterapkan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia untuk menyampaikan kegiatan program CSR NGO Go Digital? (4) Bagaimana proses evaluasi program CSR NGO Go Digital yang diimplementasikan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia?

Lokasi penelitian bertempat di Jl. Raya Bojonggenteng No.2, Bojong Genteng, Kec. Bojong Genteng, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43353. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode studi kasus dengan paradigma konstruktivistik serta pendekatan kualitatif.

Menurut Satori dkk, (2011: 23) menyebutkan dalam pendekatan kualitatif, peneliti diberikan kebebasan untuk mendalami suatu fenomena tanpa harus digeneralisasikan. Melalui studi kasus yang dilakukan pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai implementasi CSR, khususnya dalam konteks mendukung organisasi *non-profit* melalui pemanfaatan teknologi, yang dapat menjadi referensi penting dalam perkembangan CSR di berbagai sektor.

## LANDASAN TEORITIS

CSR bukan hanya mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, tetapi juga melibatkan aspek hukum, ruang lingkup tanggung jawab, prinsip-prinsip dasar, manfaat, serta fungsi *Public Relations* dalam pelaksanaannya. CSR merupakan konsep di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya. Konsep ini melibatkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui kebijakan bisnis yang bertanggung jawab dan memiliki keterlibatan aktif dari sumber daya perusahaan. Mardikanto (2018:92) mendefinisikan CSR sebagai integrasi sukarela tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam operasional bisnis perusahaan, dengan tujuan mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Hal ini mencakup bukan hanya aspek finansial tetapi juga penciptaan nilai jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan. CSR juga melibatkan pemahaman hak-hak berbagai pihak yang terlibat, yang menjadi kunci dalam memastikan perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab dan membangun hubungan yang kuat dengan *stakeholder*.

Dasar hukum CSR di Indonesia diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012) adalah dua landasan hukum utama. UUPT, khususnya Pasal 74, menetapkan kewajiban perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dengan fokus pada sektor yang berkaitan dengan sumber daya alam. Peraturan ini mengatur kewajiban pelaporan, perhitungan biaya, dan sanksi bagi perusahaan yang tidak mematuhi ketentuan. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 menambahkan aspek seperti pelaporan CSR, sanksi bagi

pelanggaran, dan kemungkinan penghargaan bagi perusahaan yang berkomitmen pada CSR.

Ruang lingkup CSR dibagi menjadi beberapa kategori untuk mencakup berbagai tanggung jawab sosial perusahaan. Mukti (2010) membagi ruang lingkup CSR menjadi arti sempit dan luas. Dalam arti sempit, CSR melibatkan tanggung jawab terhadap karyawan, pemangku kepentingan eksternal, dan masyarakat umum. CSR dalam arti luas mencakup tanggung jawab terhadap lingkungan, hak asasi manusia, dan anti-korupsi. Panduan ISO 26000 juga menawarkan kerangka kerja untuk CSR dengan tujuh subjek inti, termasuk tata kelola organisasi, hak asasi manusia, praktik kerja, lingkungan, praktik operasi yang adil, masalah konsumen, dan pemberdayaan masyarakat.

Prinsip CSR, seperti yang dijelaskan oleh Elkington (1997) melalui *Triple Bottom Lines* (3P) melibatkan tiga komponen utama: *Profit*, *People*, dan *Planet*. *Profit* mengacu pada keuntungan ekonomi, *People* pada tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan *stakeholder*, dan *Planet* pada perlindungan lingkungan. Selain itu, prinsip-prinsip lain seperti *Sustainability* (keberlanjutan), *Accountability* (kepatuhan) dan *Transparency* (transparansi) juga penting dalam pelaksanaan CSR. Prinsip-prinsip ini membantu perusahaan dalam membangun program CSR yang efektif dan berkelanjutan, serta meningkatkan reputasi dan hubungan dengan *stakeholder*.

Pelaksanaan CSR membawa berbagai manfaat bagi perusahaan, termasuk pengurangan risiko reputasi, perlindungan terhadap dampak negatif krisis, peningkatan keterlibatan dan kebanggaan karyawan, serta penguatan hubungan dengan *stakeholder*. Susanto (2009:13-15) menunjukkan bahwa CSR juga dapat meningkatkan citra perusahaan, mendongkrak penjualan, dan memberikan insentif pajak. CSR bukan hanya kewajiban moral tetapi juga strategi bisnis yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan koneksi dengan berbagai pihak.

*Public Relations* (PR) berperan penting dalam implementasi CSR melalui berbagai proses, termasuk *Finding facts*, *Planning*, *Communication*, dan *Evaluation*. PR membantu dalam mengumpulkan data, merencanakan program CSR, mengkomunikasikan kegiatan kepada publik, dan mengevaluasi hasil untuk memastikan tujuan tercapai. Fungsi PR memastikan bahwa program CSR dikelola dengan baik dan berkomunikasi secara efektif dengan *stakeholder* menggunakan berbagai media komunikasi, sehingga meningkatkan citra perusahaan dan keberhasilan CSR.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah langkah konkret yang diambil perusahaan untuk memberikan kontribusi positif pada masyarakat dan lingkungan. Menurut Mardikanto (2014:127), implementasi CSR merupakan

wujud komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas kehidupan. Wibisono (2007:121-124) mengidentifikasi empat tahapan dalam implementasi CSR: perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan.

Tahap perencanaan CSR memastikan program berjalan sesuai tujuan. Perencanaan dimulai dengan meningkatkan kesadaran dan komitmen manajemen terhadap CSR. Selanjutnya, perusahaan melakukan *assessment* untuk memetakan kondisi dan menentukan prioritas, serta membangun struktur yang tepat untuk CSR. Hasil dari *assessment* ini digunakan untuk menyusun manual atau pedoman implementasi CSR. Dalam tahap pelaksanaan, program CSR disosialisasikan kepada masyarakat dan *stakeholder*, diikuti dengan pembentukan tim pelaksana yang kompeten. Pelaksanaan program dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan efektivitas, serta memerlukan koordinasi yang baik dan penggunaan sumber daya yang efektif.

Evaluasi program CSR adalah langkah penting untuk memastikan program bekerja dengan baik. Proses evaluasi meliputi penetapan tujuan evaluasi yang jelas, pemilihan metode yang sesuai, pengumpulan data, analisis data untuk menilai efektivitas, serta penyusunan laporan evaluasi. Hasil evaluasi digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan program. Tahap pelaporan berupa *sustainability report* yang mencakup profil perusahaan, strategi CSR, pendekatan manajemen, dan implementasi. Wibisono (2007:121-124) menekankan bahwa pelaporan CSR berfungsi untuk transparansi dan akuntabilitas, serta membantu dalam pengambilan keputusan dan membangun kepercayaan publik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT Cloud Hosting Indonesia, atau IDCloudHost, merupakan penyedia layanan *cloud* lokal terkemuka di Indonesia dengan pusat data berkualitas tinggi. Perusahaan ini didirikan pada 14 April 2015, dengan *domain* pertama kali diaktifkan pada tanggal tersebut. Visi IDCloudHost yaitu menjadi penyedia layanan web terbesar, terlengkap, dan terpercaya di Indonesia, dengan fokus pada nilai sosial dan dukungan terhadap ekosistem digital nasional. Misinya adalah menyediakan *platform* digital satu atap yang menawarkan akses cepat, teknologi terkini, dan mitra bisnis yang sesuai untuk pengembangan bisnis klien. Sejak berdirinya, perusahaan ini telah mencatat berbagai pencapaian signifikan, termasuk peluncuran program CSR Beasiswa, penghargaan "*Cloud Journey of the Year*" pada tahun 2017, serta akreditasi sebagai Registrar oleh PANDI. Pertumbuhan pengguna yang pesat, mencapai lebih dari 350.000 pada periode 2022-2023, serta ekspansi layanan ke wilayah Singapura, menegaskan komitmen IDCloudHost terhadap inovasi dan kualitas layanan hosting yang andal.

Peneliti memperoleh data dan informasi terkait implementasi CSR

(*Corporate Social Responsibility*) pada NGO melalui program NGO Go Digital dengan melibatkan beberapa informan melalui wawancara mendalam. Mengacu pada pendapat Sugiyono (2013:219-224) tentang pemilihan jumlah informan, peneliti memilih empat informan yang dianggap memiliki pemahaman mendalam tentang objek penelitian. Informan yang dipilih meliputi D. Athri Kasih (*Marketing Supervisor*), yang memberikan informasi mendalam terkait perkembangan dan pelaksanaan program CSR NGO Go Digital; Muhammad Mufid Luthfi, *Chief Marketing Officer* (CMO), yang memberikan pandangan strategis dan holistik mengenai implementasi program CSR; Nadya Eka Putri, *Program dan Event Specialist*, yang menjelaskan pelaksanaan program, perencanaan acara, dan koordinasi dengan NGO; serta Alfina Balqis, *Front End Developer*, yang memberikan informasi teknis tentang pengembangan dan pemeliharaan platform digital untuk NGO. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang disesuaikan dengan tugas dan peran masing-masing informan dalam implementasi program CSR NGO Go Digital PT. Cloud Hosting Indonesia.

Hasil penelitian diperoleh melalui dua teknik pengumpulan data yaitu, observasi partisipatorif pasif dan wawancara mendalam. Penelitian ini memiliki empat fokus penelitian implementasi CSR meliputi *Awareness Building*, pelaksanaan, pelaporan, dan evaluasi yang akan menjelaskan implementasi CSR pada program NGO GO Digital oleh IDCloudHost. Berikut penjelasan aspek dalam implementasi CSR:

### **Tahap *Awareness Building* Program CSR NGO Go Digital**

*Awareness Building* merupakan bagian penting dari perencanaan sebuah program CSR. *Awareness Building* merupakan tahap awal dari Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada program CSR NGO Go Digital oleh IDCloudHost. *Awareness Building* berfungsi sebagai fondasi utama untuk pelaksanaan suatu program. *Awareness Building* bertujuan untuk membangun kesadaran manajemen dan semua pihak terkait mengenai pentingnya CSR serta manfaat yang dapat diperoleh. Melalui CSR mereka dapat memberikan dukungan yang diperlukan baik dari segi sumber daya maupun kebijakan pelaksanaan. Tahap ini juga memainkan peran krusial dalam membangun dukungan internal dan eksternal untuk kelancaran implementasi program.

Langkah pertama dalam *Awareness Building* pada program NGO Go Digital yaitu mengidentifikasi kebutuhan dan kepentingan dalam mendukung transformasi digital bagi NGO di Indonesia. Seperti yang dijelaskan oleh Rangkuti (2009:57), sebuah program CSR yang baik harus memperhatikan kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar, yang selaras dengan pendekatan IDCloudHost. Fokus mereka tidak hanya pada keuntungan perusahaan, tetapi

juga pada dampak sosial yang positif bagi organisasi nirlaba di Indonesia. Identifikasi yang dilakukan IDCloudHost menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR bukan hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari dampak sosial yang dihasilkannya. Dengan mendesain program yang sesuai dengan kebutuhan spesifik NGO, IDCloudHost memastikan bahwa dukungan yang diberikan bersifat tepat sasaran dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan memperkuat kapasitas NGO dalam menjalankan misinya serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mendukung transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Hery (2016:66) juga menekankan bahwa CSR dapat menjadi alat untuk meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam konteks program NGO Go Digital oleh IDCloudHost, upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat citra positif perusahaan di mata publik tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi keberlanjutan dan pengembangan organisasi nirlaba. IDCloudHost mengambil langkah-langkah konkret untuk mendukung transformasi digital NGO di Indonesia, yang memungkinkan organisasi-organisasi ini meningkatkan efektivitas operasional mereka dan memperluas dampak sosial mereka. Dengan demikian, IDCloudHost bukan hanya memenuhi tanggung jawab sosial mereka, tetapi juga memperkuat reputasi dan citra mereka sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap keberlanjutan dan pengembangan sosial.

*Awareness Building* juga melibatkan usaha untuk membangun kesadaran melalui dukungan terhadap program digitalisasi NGO di Indonesia. Digitalisasi tidak hanya berarti kehadiran *online*, tetapi juga mencakup peningkatan efektivitas operasional NGO, seperti yang diungkapkan oleh Eisenmann (2008:45). Inovasi digital dapat menjadi pendorong utama bagi organisasi untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam konteks ini, IDCloudHost melalui program NGO Go Digital membantu NGO meningkatkan kehadiran *online* mereka sekaligus memperkuat kemampuan operasional.

Pentingnya CSR bukan hanya terletak pada upaya untuk memenuhi tanggung jawab moral dan etika, tetapi juga pada kemampuan untuk menciptakan nilai yang signifikan bagi semua pemangku kepentingan. Kotler dan Lee (2005:87) menekankan bahwa CSR yang efektif harus berfokus pada menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat. Program NGO Go Digital oleh IDCloudHost dirancang untuk memberikan dukungan nyata kepada NGO dengan tujuan memperluas dampak sosial mereka melalui adopsi teknologi digital. Melalui program ini, IDCloudHost tidak hanya membantu NGO dalam meningkatkan kapasitas operasional mereka tetapi juga memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak penerima manfaat dan

memperkuat dampak sosial yang dihasilkan.

Tahap berikutnya dalam *Awareness Building* adalah penerapan prinsip dasar CSR, yakni *Triple Bottom Line* (TBL), dalam program NGO Go Digital. Menurut Elkington (1997:73), menjelaskan bahwa kerangka kerja TBL mendorong organisasi untuk fokus pada masalah sosial dan lingkungan selain kinerja ekonomi, sehingga menciptakan masyarakat yang lebih berkelanjutan dan adil. Pendekatan TBL ini memungkinkan organisasi untuk mengukur kesuksesan mereka tidak hanya berdasarkan dasar keuangan tetapi juga oleh dampak sosial dan lingkungan mereka. Hal ini termasuk pemahaman terhadap nilai perusahaan, visi, misi, dan nilai-nilai yang ingin diwujudkan melalui program CSR, seperti yang disampaikan oleh Savitz dan Weber (2006:12). Melalui prinsip TBL, IDCloudHost memastikan bahwa program NGO Go Digital memberikan kontribusi yang berkelanjutan, mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara keseluruhan. Dengan mendukung digitalisasi NGO di Indonesia melalui penyediaan infrastruktur digital, IDCloudHost meningkatkan visibilitas dan transparansi NGO, memperkuat kapasitas mereka untuk memperoleh donasi dan pendanaan, serta memperluas dampak sosial yang dihasilkan. Inisiatif ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk berperan aktif dalam memajukan sektor nirlaba melalui peningkatan kapasitas teknologi.

### **Tahap Pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital**

Pelaksanaan program CSR NGO Go Digital merupakan aspek penting yang melibatkan interaksi antara NGO Go Digital dan komunitas yang dilayani, memungkinkan berbagai aktivitas untuk disampaikan secara efektif. Implementasi ini menjadi kunci dalam mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi yang digunakan, memastikan bahwa program CSR berjalan dengan efisien dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan.

Pengelolaan sumber daya merupakan salah satu aspek penting dalam pelaksanaan program ini. IDCloudHost memastikan bahwa semua aspek dikelola dengan efisiensi dan efektivitas maksimal. Florencia dkk (2016:90) menekankan bahwa konsistensi dan kerja sama dengan para pihak terkait adalah kunci keberhasilan program yang dilakukan secara bertahap, agar dapat dilaksanakan secara optimal dan berkelanjutan. Berdasarkan pernyataan diatas, ditemukan relevansi terkait aspek pengelolaan sumber daya oleh IDCloudHost dalam pelaksanaan program CSR NGO Go Digital, karena menyoroti pentingnya konsistensi dan kerja sama dengan pihak terkait untuk memastikan program berjalan secara optimal dan berkelanjutan. IDCloudHost menunjukkan penerapan prinsip-prinsip ini melalui pengelolaan sumber daya yang efisien baik di dalam maupun luar perusahaan. Proses ini mencakup perencanaan, penganggaran, dan evaluasi yang matang.

Penerapan prinsip ini oleh IDCloudHost tercermin dalam pengelolaan sumber daya yang mencakup perencanaan, penganggaran, dan evaluasi yang matang. Pengelolaan sumber daya manusia juga menjadi perhatian utama, di mana Fauzi dan Manao (2023:67) menyatakan bahwa sumber daya manusia adalah aset penting yang harus dikelola dengan baik agar karyawan merasa nyaman di tempat kerja, sehingga memengaruhi semangat kerja dan kebijakan yang diterapkan. IDCloudHost memastikan lingkungan kerja yang kondusif dan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkembang, dengan menciptakan lingkungan kerja yang terstruktur melalui penggunaan SOP dan sistem antrian tugas yang jelas.

Validasi dan pengembangan *website* adalah proses krusial dalam program NGO Go Digital. Mathis dan Jackson (2000:21) menjelaskan bahwa seleksi merupakan proses memilih individu atau entitas yang memiliki kualifikasi yang diperlukan. IDCloudHost memastikan bahwa hanya NGO dengan kualifikasi yang tepat yang dapat mengikuti program ini, melalui proses seleksi dan verifikasi yang cermat, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dalam Pusparani (2015), bahwa verifikasi data membantu memperjelas tafsiran dari hasil penelitian. Setelah seleksi, IDCloudHost mengembangkan *website* untuk NGO terpilih, memberikan informasi lengkap terkait akses dan penggunaan *website*, serta melakukan *monitoring* dan evaluasi untuk memastikan penggunaan yang efektif dan berkelanjutan.

Pelaksanaan dalam program CSR NGO Go Digital selanjutnya yaitu dukungan layanan digital dan kolaborasi untuk digitalisasi NGO yang dilakukan IDCloudHost. Penggunaan konten digital sebagai alat keterlibatan pelanggan menjadi semakin penting. Asakdiyah, Hakiki dan Karunia (2023:18) Konten yang relevan, informatif dan menarik dapat membentuk persepsi pelanggan terhadap merek. Era saat ini di mana konsumen memiliki akses terhadap berbagai informasi, menyajikan konten yang bermakna adalah cara untuk menonjol dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Konten digital yang relevan dan menarik sangat penting untuk meningkatkan keterlibatan dan persepsi pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut dapat diperoleh relevansi dengan aspek pelaksanaan CSR pada program NGO Go Digital yaitu pentingnya konten digital yang bermakna dalam membentuk persepsi dan keterlibatan pelanggan. Dukungan yang komprehensif dan kolaborasi strategis, IDCloudHost membantu NGO untuk meningkatkan kapasitas digital mereka dan mencapai keberlanjutan operasional yang lebih baik.

Dukungan serta kolaborasi lainnya untuk digitalisasi NGO pada program ini sejalan dengan penjelasan pada sebuah artikel yang termuat di codepolitan.com menyebutkan bahwa NGO yang terverifikasi dan memenuhi syarat bisa mendapatkan produk bantuan dari Google for *Nonprofit*, yaitu Google

*Apps*, *Youtube for Nonprofit*, dan hibah 10.000 USD untuk beriklan di Google *Adwords*. Alat-alat ini dapat membantu organisasi nonprofits menemukan donor dan sukarelawan baru, bekerja lebih efisien, dan pendukung untuk mengambil Tindakan, semuanya GRATIS. Fitur yang didapatkan adalah seperti Free access to Google Apps, Google Ad Grants, dan Premium access to YouTube. Setiap Anggota akan mendapatkan email seperti [nama@namaorganisasi.or.id](mailto:nama@namaorganisasi.or.id) serta Domain gratis berlaku selama 1 tahun dan hosting selama 6 bulan.

Berdasarkan uraian tersebut, Google for Nonprofit menyediakan akses gratis ke Google *Apps*, *YouTube for Nonprofit*, dan Google *Ad Grants* senilai USD 10.000 untuk beriklan di Google *Adwords*. Fitur-fitur ini membantu NGO menemukan donor dan sukarelawan baru, bekerja lebih efisien, serta mendukung aksi pendukung mereka secara gratis. Sebaliknya, IDCloudHost memberikan dukungan dalam bentuk domain dan hosting gratis selama satu tahun, serta jasa pembuatan *website* untuk NGO yang terdaftar dalam program CSR NGO Go Digital. Mereka juga menyediakan email dengan nama domain khusus dan bekerja sama dengan Google, Kitabisa.com, dan Adobe untuk memperluas cakupan dukungan yang diberikan.

IDCloudHost menawarkan layanan pembuatan *website* pada tahap awal dan melimpahkan tanggung jawab pengelolaan kepada NGO terkait setelah *website* selesai dibuat, memastikan bahwa *website* memenuhi standar teknis dan kualitas yang diperlukan. Layanan gratis yang diberikan oleh IDCloudHost termasuk domain selama satu tahun dan *hosting* selama enam bulan, sementara Google for *Nonprofit* memberikan layanan gratis berkelanjutan seperti Google *Apps* dan *YouTube for Nonprofit*. Pendekatan IDCloudHost yang melibatkan berbagai mitra strategis ini tidak hanya memberikan dukungan teknis tetapi juga dalam hal edukasi dan pembiayaan, memperluas bantuan yang dapat diterima oleh NGO dan membantu mereka meningkatkan kapasitas serta keberlanjutan operasional mereka secara signifikan. Program ini dirancang secara eksklusif untuk NGO yang terdaftar dalam program CSR NGO Go Digital, menunjukkan komitmen IDCloudHost untuk memberdayakan NGO dan mendukung keberlanjutan operasional mereka melalui pemanfaatan sumber daya internal dan eksternal secara strategis.

Aspek pelaksanaan selanjutnya dalam program CSR NGO Go Digital yaitu estimasi waktu dan tantangan teknis dalam pelaksanaan program CSR NGO Go Digital. Pentingnya membangun hubungan yang berkelanjutan dengan NGO, mencerminkan komitmen IDCloudHost dalam mendukung operasional NGO melalui program yang berkelanjutan. Widjaja & Yeremia (2008) Program CSR tidak hanya tentang memberikan sumbangan, tetapi juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat. Proses ini

membutuhkan waktu dan komitmen yang kuat dari perusahaan untuk memastikan bahwa program CSR efektif dan berkelanjutan. Konteks pelaksanaan program NGO Go Digital, hal ini relevan karena program tersebut dirancang untuk berkelanjutan, memungkinkan NGO mendaftar kapan saja dan menerima dukungan terus menerus.

Pentingnya kesiapan perusahaan dalam menghadapi tantangan teknis seperti infrastruktur, teknologi, dan sumber daya manusia untuk memastikan keberhasilan program CSR. Leisinger (2007) Tantangan teknis dalam pelaksanaan CSR dapat berupa masalah infrastruktur, teknologi, dan sumber daya manusia. Perusahaan harus siap menghadapi dan menyelesaikan masalah-masalah ini untuk memastikan keberhasilan program CSR. pelaksanaan program NGO Go Digital, tantangan teknis yang dihadapi meliputi masalah layanan domain dan kelengkapan konten yang disediakan oleh NGO. IDCLOUDHOST harus menangani kendala ini untuk menjaga kelancaran proses dan efektivitas program, mencerminkan pentingnya kesiapan teknis yang diungkapkan oleh Leisinger. Komitmen untuk mengatasi masalah teknis ini tercermin dalam estimasi waktu penyelesaian yang ditetapkan dan upaya koordinasi yang dilakukan oleh tim internal IDCLOUDHOST.

Aspek pelaksanaan selanjutnya dalam program CSR NGO Go Digital yaitu estimasi waktu dan tantangan teknis dalam pelaksanaan program CSR NGO Go Digital. Rosilawati (2023) dalam *website* jabarprov.go.id tentang kegiatan *Corporate Social Responsibility* menyebutkan Seleksi penerimaan pada program CSR harus dilakukan dengan saksama dan transparan untuk memastikan bahwa penerimaan tersebut sesuai dengan tujuan dan misi perusahaan. IDCLOUDHOST menerapkan kriteria seleksi yang ketat untuk memastikan bahwa NGO yang menerima bantuan adalah yang benar-benar membutuhkan dan siap untuk mengelola bantuan tersebut. Transparansi dalam proses seleksi juga memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat memahami alasan di balik pemilihan NGO yang menerima bantuan, sehingga meningkatkan akuntabilitas dan kepercayaan terhadap program tersebut.

Penetapan prioritas dalam program CSR didasarkan pada beberapa hal. Sumardjo dkk (2014:13) Perusahaan harus menetapkan prioritas untuk program CSR berdasarkan hasil pemetaan sosial, kebutuhan, dan potensi sumber daya. IDCLOUDHOST menerapkan konsep ini dengan memprioritaskan NGO yang belum memiliki *website* sebelumnya. Hal ini memastikan bahwa sumber daya yang dimiliki oleh IDCLOUDHOST digunakan untuk memberikan dampak yang maksimal dan tepat sasaran. Memprioritaskan NGO yang belum terhubung secara online menunjukkan bahwa IDCLOUDHOST berfokus pada peningkatan inklusivitas digital dan memberikan akses kepada NGO yang paling membutuhkan dukungan digital, sesuai dengan hasil pemetaan sosial dan

kebutuhan yang ada.

IDCloudHost menekankan pentingnya seleksi dan kriteria penerimaan yang ketat untuk memastikan bahwa bantuan yang diberikan tepat sasaran dan efektif. Kriteria ini mencerminkan tujuan utama program yaitu memperluas akses digital bagi NGO yang belum terhubung secara online. Seleksi ini menunjukkan komitmen IDCloudHost dalam mendorong inklusivitas digital dan memastikan bantuan diberikan kepada organisasi yang paling membutuhkan. Pendekatan ini memungkinkan program memberikan dampak yang lebih signifikan dan merata serta mendorong keberlanjutan operasional NGO melalui platform digital.

### **Tahap Pelaporan program CSR NGO Go Digital**

Pelaporan merupakan elemen kunci dalam proses implementasi CSR dan sangat penting bagi keberhasilan program. Dalam konteks program NGO Go Digital, pelaporan menjadi aspek ketiga yang dijalankan oleh IDCloudHost. Pelaporan ini dirancang untuk merekam dan meninjau proses pelaksanaan yang telah dilakukan, memastikan transparansi, akuntabilitas, serta menyediakan basis untuk perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

Pelaporan dalam program NGO Go Digital mencakup seluruh kegiatan yang telah dilakukan, beserta hasil-hasil yang dicapai. Menurut Siagian (2003:35), pelaporan adalah catatan yang memberikan informasi tentang kegiatan tertentu dan hasilnya, yang disampaikan kepada pihak yang berwenang atau yang berkepentingan dengan kegiatan tersebut. Berdasarkan pernyataan ini, pelaporan dalam program NGO Go Digital bertujuan untuk memberikan informasi yang transparan dan akurat kepada pihak internal perusahaan serta pemangku kepentingan lainnya. IDCloudHost memastikan bahwa informasi mengenai perkembangan dan dampak dari program CSR didokumentasikan dengan baik, memungkinkan semua pihak yang terlibat untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan terpercaya.

Pelaporan yang dilakukan oleh IDCloudHost terbagi menjadi triwulan dan bulanan, di mana masing-masing laporan mencakup aspek-aspek penting dari kegiatan CSR yang perlu dicatat dalam laporan tahunan perusahaan. Mulyani dkk (2018:230) menegaskan bahwa pengungkapan CSR adalah pelaksanaan perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR yang tercantum dalam laporan tahunannya. Pandangan ini sejalan dengan pelaksanaan pelaporan dalam program CSR NGO Go Digital, yang menjadi komponen esensial untuk pemantauan dan evaluasi keberhasilan program. Laporan triwulan dan bulanan memiliki peran yang saling melengkapi; laporan triwulan memberikan pandangan makro mengenai pencapaian kuantitatif, sedangkan laporan bulanan menawarkan analisis mendalam tentang proses dan kendala yang dihadapi.

Penggunaan kedua laporan ini memungkinkan tim program untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pelaksanaan CSR, serta untuk menilai apakah target yang telah ditetapkan tercapai.

Pendekatan pelaporan dalam program CSR NGO Go Digital terdapat fleksibilitas dalam prosesnya. Saragih (2024:64) menjelaskan bahwa fleksibilitas adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan perusahaan. Hal ini relevan dengan pelaporan yang dilakukan secara *ad-hoc* untuk menangani isu-isu krusial selama implementasi program NGO Go Digital. Pendekatan ini memungkinkan tim program untuk beradaptasi dengan situasi yang dinamis, tanpa terikat oleh jadwal pelaporan yang kaku. Chase (1984:38-68) menekankan bahwa respon dinamis membantu pengambilan keputusan yang sesuai dengan kepentingan publik. Dalam program ini, pelaporan tidak hanya berfungsi untuk pemantauan progres tetapi juga sebagai alat untuk membuat keputusan strategis berdasarkan informasi terbaru yang diperoleh melalui pertemuan ad-hoc.

Selain itu, manajemen isu merupakan langkah antisipatif yang penting untuk menjaga keberlangsungan program. Dougall (2008) menyatakan bahwa manajemen isu dilakukan untuk mencegah isu menjadi krisis. Dalam konteks ini, pendekatan tim program yang fleksibel dalam pelaporan dan pelaksanaan pertemuan ad-hoc menunjukkan bahwa mereka telah mengantisipasi potensi masalah yang bisa mengganggu pelaksanaan program. Hal ini juga sejalan dengan pandangan Ledingham (2003:141) yang menyatakan bahwa manajemen isu bertujuan untuk menciptakan hubungan yang menimbulkan mutual understanding dan benefit. Dengan melaksanakan roadshow dan evaluasi internal, tim program berupaya membangun hubungan baik dengan NGO dan meningkatkan partisipasi mereka dalam program.

Secara keseluruhan, pelaporan dalam program CSR NGO Go Digital dilakukan dengan pendekatan fleksibel dan adaptif, mencakup evaluasi berbasis kebutuhan dan pertemuan ad-hoc untuk menangani isu-isu penting. Fleksibilitas ini memungkinkan tim program untuk fokus pada pemecahan masalah dan menjaga kelancaran pelaksanaan program, sekaligus menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan para pemangku kepentingan.

Aspek terakhir dari pelaporan dalam program NGO Go Digital mencakup strategi pengelolaan permintaan dan transparansi pelaporan. IDCLOUDHOST menyadari pentingnya mempertahankan kapasitas yang sesuai untuk menangani permintaan yang masuk, sambil tetap menjaga keterbukaan informasi. Menurut artikel di *website* Mekari.com, mempublikasikan laporan CSR adalah salah satu cara bagi perusahaan untuk memberitahukan kemajuan program CSR mereka. Transparansi dalam pelaporan CSR berperan signifikan dalam membangun kepercayaan dan reputasi perusahaan, memungkinkan

stakeholders untuk memahami pengaruh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Publikasi laporan CSR oleh IDCloudHost bukan hanya sekedar memenuhi kewajiban pelaporan, tetapi juga merupakan alat strategis untuk komunikasi dan manajemen reputasi. Strategi IDCloudHost dalam mengelola permintaan CSR dengan mengurangi promosi di media sosial, namun tetap menyediakan informasi melalui *website* mereka, adalah langkah strategis untuk menjaga keseimbangan beban kerja tim internal dan menghindari *overload*. Ini memastikan bahwa IDCloudHost dapat merespons permintaan secara efisien sekaligus tetap transparan mengenai program CSR mereka kepada pemangku kepentingan yang relevan.

Selain itu, GRI, sebuah organisasi internasional yang menyediakan standar untuk pelaporan keberlanjutan, menekankan bahwa transparansi adalah nilai inti yang mendasari semua aspek pelaporan GRI. Dalam hal ini, pelaporan tahunan dalam bentuk infografis yang dilakukan oleh IDCloudHost merupakan contoh konkret dari komitmen mereka terhadap transparansi. Pengurangan promosi di media sosial dan fokus pada publikasi informasi melalui *website* menunjukkan dedikasi IDCloudHost untuk menjaga keseimbangan operasional sekaligus menyediakan informasi yang jelas dan akurat bagi pemangku kepentingan. Pelaporan tahunan dalam bentuk infografis ini memudahkan masyarakat untuk memahami pencapaian program CSR, termasuk statistik penting seperti jumlah pendaftar beasiswa dan jumlah *website* sekolah yang telah dibuat. Dengan cara ini, IDCloudHost tidak hanya menjaga efisiensi operasional tetapi juga membangun kepercayaan dan reputasi melalui transparansi, sesuai dengan nilai-nilai yang dianjurkan.

## **Tahap Evaluasi program CSR NGO Go Digital**

Evaluasi merupakan komponen penting dalam konsep Implementasi CSR yang diterapkan dalam program NGO Go Digital. Tujuan utama dari evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa program yang telah dilaksanakan tidak hanya sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan, tetapi juga memberikan manfaat maksimal bagi semua pihak yang terlibat. Evaluasi ini memberikan jaminan bahwa program dapat berjalan dengan efektif dan efisien, sekaligus memastikan pencapaian hasil yang diharapkan.

Implementasi program CSR NGO Go Digital sangat bergantung pada prinsip-prinsip manajemen strategis. Manajemen strategis, seperti yang dijelaskan oleh Hunger dan Wheelen (2003:11), melibatkan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai kinerja jangka panjang perusahaan. Dalam konteks program ini, pendekatan tersebut bertujuan untuk menjaga

stabilitas operasional dan memastikan bahwa program dapat berjalan tanpa hambatan signifikan. IDCloudHost, misalnya, menekankan pentingnya kelancaran program bagi penerima CSR dan mitra strategis. Selain itu, Sarwono dan Handayani (2021:138) menyoroti bahwa manajemen strategi mencakup proses penetapan tujuan organisasi, serta pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapainya. Di dalam program CSR ini, penetapan tujuan yang jelas dan strategi adaptif memungkinkan program untuk terus dievaluasi dan diperbaiki guna menghadapi berbagai tantangan, termasuk fluktuasi jumlah pendaftar. Dengan demikian, manajemen mampu mengembangkan kebijakan yang relevan dengan dinamika pasar dan mempertahankan keberlanjutan program.

Efek positif dari program CSR NGO Go Digital juga sangat signifikan terhadap kapasitas dan keterlibatan NGO yang terlibat. Seiring dengan peningkatan penggunaan internet global, Riyanto (2021) mencatat bahwa pengguna internet mencapai 4,66 miliar atau 60 persen dari populasi dunia pada Januari 2021 NGO yang mendapatkan akses ke teknologi *website* melalui program ini dapat meningkatkan visibilitas dan efektivitas mereka dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi ini, NGO dapat menampilkan aktivitas dan program mereka secara online, yang tidak hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas tetapi juga membangun kepercayaan dan kredibilitas di masyarakat.

Mekanisme pemantauan dan penilaian kelancaran program CSR NGO Go Digital juga menjadi aspek penting dalam keberhasilannya. Menurut Siagian (1970:107), pemantauan merupakan proses pengamatan terhadap pelaksanaan kegiatan organisasi untuk memastikan bahwa semua pekerjaan dilakukan sesuai rencana. IDCloudHost menerapkan mekanisme pemantauan yang ketat, termasuk pengawasan dokumentasi, pemantauan isu-isu yang muncul, dan penyelesaian masalah teknis. Pendekatan pengawasan ini selaras dengan definisi Handoko (1995:359) yang menekankan pentingnya pengawasan untuk menjamin pencapaian tujuan organisasi dan manajemen. Selain itu, Newman (1977) menegaskan bahwa pengawasan bertujuan memastikan pelaksanaan sesuai dengan rencana, dan hal ini tercermin dalam cara IDCloudHost mengidentifikasi serta menyelesaikan masalah melalui diskusi dan komunikasi terbuka. Proses pemantauan yang efektif memungkinkan IDCloudHost untuk menjaga konsistensi antara rencana dan pelaksanaan program, sehingga memastikan tercapainya tujuan strategis.

Pendekatan IDCloudHost sangat relevan dengan konsep yang dikemukakan oleh Wibisono (2007:78), yang menyatakan bahwa manfaat dari CSR tidak selalu berkaitan langsung dengan keuntungan finansial, tetapi lebih kepada reputasi dan relasi strategis. Manajemen IDCloudHost memandang

program CSR ini sebagai cara untuk memperluas jangkauan merek dan memperkuat citra positif perusahaan di mata publik. Salah satu fokus utama dari program ini adalah meningkatkan visibilitas dan citra merek, sesuai dengan pandangan Ruslan (1994:66), yang menekankan bahwa citra organisasi yang baik akan memberikan banyak keuntungan. Artikel dan promosi yang dipublikasikan oleh NGO yang didukung oleh IDCloudHost membantu memperluas jangkauan merek dan menciptakan citra positif, yang pada akhirnya memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan. Secara keseluruhan, pendekatan ini berhasil mengintegrasikan tujuan sosial dengan strategi bisnis, menciptakan sinergi yang memperkuat profil perusahaan dan mendukung pencapaian target CSR.

## **PENUTUP**

Implementasi Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) melalui NGO Go Digital pada PT. Cloud Hosting Indonesia menunjukkan kesesuaian dengan konsep implementasi CSR yang diuraikan oleh Wibisono. Program ini dilaksanakan dengan pendekatan yang terstruktur dan berfokus pada empat tahapan kunci yang masing-masing berkontribusi pada keberhasilan keseluruhan inisiatif CSR.

Pertama, tahap *Awareness Building* menegaskan komitmen IDCloudHost dalam menciptakan ekosistem digital yang inklusif bagi organisasi non-pemerintah di Indonesia. Melalui inisiatif ini, perusahaan berhasil meningkatkan kapasitas teknis dan dampak sosial dari NGO yang terlibat, memberikan mereka akses ke sumber daya digital yang esensial untuk mendukung kegiatan mereka. Langkah ini tidak hanya memperkuat posisi IDCloudHost sebagai pelopor dalam industri *cloud hosting* tetapi juga menunjukkan tanggung jawab sosial yang kuat.

Pada tahap pelaksanaan, IDCloudHost menerapkan proses yang sistematis dan efisien. Proses ini mencakup pengelolaan sumber daya secara optimal, seleksi ketat terhadap penerima manfaat, serta penyediaan layanan *domain* dan *hosting* secara gratis. Keberhasilan tahap ini terletak pada kemampuannya untuk memastikan bahwa semua aspek operasional berjalan lancar dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Tahap pelaporan melibatkan penyusunan laporan triwulan dan bulanan yang terstruktur dan komprehensif. Upaya ini menunjukkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan akuntabilitas dalam mencapai target yang telah ditentukan. Pendekatan fleksibel yang diterapkan dalam menangani isu-isu yang muncul juga mencerminkan adaptabilitas perusahaan dalam menjaga kualitas program.

Di tahap evaluasi, fokus utama adalah pada keberlanjutan dan efektivitas operasional dari program CSR. IDCLOUDHOST melakukan pemantauan progres yang ketat dan mengimplementasikan strategi adaptif untuk meningkatkan relevansi program. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa program tidak hanya memenuhi tujuan jangka pendek tetapi juga memberikan dampak positif jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan bisnis.

Secara keseluruhan, implementasi program CSR NGO Go Digital oleh IDCLOUDHOST memperlihatkan bagaimana perusahaan dapat menjalankan program tanggung jawab sosial dengan efektif dan berdampak positif. Model ini menciptakan sinergi antara pencapaian tujuan sosial dan penguatan profil merek IDCLOUDHOST sebagai penyedia layanan *cloud hosting* yang peduli terhadap inisiatif sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah, D., & Satori, D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Asakdiyah, H., & Tunjungsari. (2023). *Kepuasan Pelanggan di Era Digital: Strategi untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Jangka Panjang*. Kota Padang, Sumatera Barat.
- Chase, W. H. (1984). *Issue Management: Origins of the Future*. U.S.A.: Issue Actions Publications Inc.
- Dougall, J., & Fiske, B. (2008). British dental journal, 205(5), 235-249.
- Fauzi, A., & Manao, M. (2023). Faktor kebijakan kedisiplinan sumber daya manusia, corporate social responsibility "CSR", peningkatan pemberdayaan sumber daya manusia dan tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan karyawan pada PT. SKM. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 67-80.
- Florencia, M. S., & Mahendra, I. W., & Arthana, I. W. (2016). Efektivitas program corporate social responsibility (CSR) bidang lingkungan hidup pada hotel bintang lima di kawasan pariwisata Ubud, Kabupaten Gianyar. *ECOTROPHIC*, 10(2).
- Handoko, H. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia* (Edisi 2). Yogyakarta: BPFE.
- Hery. (2016). *Mengenal dan Memahami Dasar-Dasar Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hunger, D., & Wheelen, T. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. *Journal of Public Relations Research*, 181-198.

- Mahwah dan London: Lawrence Erlbaum.
- Leisinger, K. M. (2007). Corporate philanthropy: The “top of the pyramid”. *Business and Society Review*, 112(3), 315-342.
- Mardikanto, T. (2018). *CSR Corporate Social Responsibility Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta.
- Marnelly, T. (2012). Corporate social responsibility: Tinjauan teori dan praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2).
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba.
- Mulyani, S., & dkk. (2018). *Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi di Sektor Publik: Panduan Praktis Analisis dan Perancangan Implementasi SLA di Sektor Publik*. Bandung: Unpad Press.
- Siagian, S. P. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 1, Cetakan 10). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumardjo, S., Firmansyah, F., & Dharmawan, D. (2014). Implementasi CSR melalui program pengembangan masyarakat: Inovasi pemberdayaan masyarakat PT. Pertamina EP. *Asset 3 Subang Field*. Bogor: CARE IPB Kampus IPB Baranangsiang.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia.
- Widjaja, G., & Yeremia, A. P. (2008). *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat.

