

STRATEGI KOMUNIKASI PRUDENTIAL INDONESIA DALAM MENGOPTIMALKAN GCG MELALUI PROGRAM CSR

Refki Al Khafii¹; Nunik Hariyanti²

¹ Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia; refki2100030197@webmail.uad.ac.id¹

² Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia; nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id²

*Correspondence : ; refki2100030197@webmail.uad.ac.id

ABSTRAK

Salah satu bentuk komunikasi strategi yang efektif dalam memberikan citra yang baik pada perusahaan adalah dengan mengandalkan program-program sosial perusahaan yang berdampak positif bagi masyarakat, dengan itu masyarakat akan memberikan sebuah kesan positif juga pada perusahaan. *Corporate Sosial Responsibility* hal wajib dipenuhi bagi perusahaan. *CSR* juga akan membawa perusahaan mencapai *Good Corporate Governance* yang sempurna. Penelitian ini bertujuan menganalisis program *CSR* yang dilakukan Prudential Indonesia sebagai strategi komunikasi dalam mendorong perusahaan mencapai *GCG* yang sempurna. Jenis kajian yang digunakan yakni studi kepustakaan. Pendekatan yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Prudential Indonesia telah menerapkan strategi komunikasi yang baik melalui program *CSR* dan juga telah mencapai *GCG* yang sempurna sebagaimana diakomodir oleh Indonesia diwujudkan melalui Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas wajib memenuhi aspek program yang berdampak positif bagi masyarakat. Penerapan prinsip *GCG* melalui praktik *CSR* yang diterapkan oleh Prudential Indonesia sudah cukup baik dalam menerapkan prinsip *transparency, accountanbility, dan responsibility* yang dicirikan dengan adanya berbagai penghargaan-penghargaan serta kolaborasi bersama berbagai lembaga untuk menambahkan kapasitas perusahaan.

Kata kunci

Corporate Sosial Responsibility, Good Corporate Governance, Perseroan, Prudential.

ABSTRACT

One of the effective communication strategies to build a positive corporate image is through corporate social programs that have a positive impact on society. This will lead to a positive perception of the company by the community. Corporate Social Responsibility (CSR) is a mandatory aspect for companies to fulfill. CSR also helps companies achieve perfect Good Corporate Governance (GCG). This study aims to analyze the CSR programs implemented by Prudential Indonesia as a communication strategy to drive the company towards achieving perfect GCG. The type of study used is a literature review. The approach used is descriptive qualitative. The results of this study indicate that Prudential Indonesia has implemented a good communication strategy through its CSR programs and has also achieved perfect GCG as accommodated by Indonesia through Article 74 of Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies, which mandates the fulfillment of programs that have a positive impact on society. The application of GCG principles through CSR practices implemented by Prudential Indonesia has been quite good in applying the principles of transparency, accountability, and responsibility, as evidenced by various awards and collaborations with various institutions to enhance the company's capacity.

Keywords

Corporate Sosial Responsibility, Good Corporate Governance, Perseroan, Prudential.

Pendahuluan

Tulisan ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Prudential dalam mengoptimalkan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan tentunya menjadi hal yang sangat penting dan juga bersifat wajib bagi semua perusahaan yang telah diawasi dibawah naungan hukum. Pada umumnya masyarakat sosial memiliki *local wisdom* yang berbeda-beda pada setiap wilayah. Sehingga program-program *Corporate Social Responsibility* harus menyesuaikan dinamika kearifan setempat (Budiarti & Raharjo, 2014). Pada dasarnya eksistensi sebuah perusahaan yang sudah memiliki tanggung jawab sosial tersebut harus menerapkan paradigma bahwa mereka sebagai *agent of development* bagi masyarakat. Maka dari itu sangat krusial bagi sebuah perusahaan agar dapat mengetahui kondisi-kondisi kultur dan juga budaya masyarakat sekitar.

Sebagaimana telah tercantum pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas pada pasal 74 menyebutkan bahwa perusahaan wajib memenuhi segala aspek program-program yang berdampak baik bagi masyarakat sosial. Tentu regulasi tersebut didukung juga dengan berbagai hal yang telah di atur setelah Undang-undang sebelumnya lahir, seperti Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal terutama dalam Pasal 15 (b) dan juga Pasal 34. Adapun penguatan lainnya yakni Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup pada bagian menimbang butir a, b, c, d, e Pasal 1 butir 1, 2, 3, dan Pasal 3. Regulasi yang mengatur tentang CSR juga terlibat dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007; Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 yang berisi perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Dalam hal ini diharapkan komitmen sebuah perusahaan dalam menciptakan program-program yang mendukung terciptanya pembangunan yang berkelanjutan. (Hadi, 2021)

Jika dipandang secara rasional, tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu dari berbagai tanggungan lainnya yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan sehingga ada atau tidak nya Undang-undang yang mengatur, tanggung jawab sosial (CSR) tersebut harus tetap dilaksanakan dan ditujukan semata-mata hanya untuk berdampak positif bagi masyarakat, dan tidak hanya sebatas formalitas penggugur kewajiban Undang-undang. Prudential Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang juga menerapkan CSR. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang asuransi, Prudential Indonesia telah berdiri sejak tahun 1999 serta memiliki komitmen yang kuat guna mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Dengan adanya komitmen tersebut juga melatarbelakangi komitmennya untuk turut serta membangun Indonesia lewat program sosial yang dilakukan yakni pada bidang pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan masyarakat. Agar suatu usaha atau bisnis dapat tetap berdiri kokoh menurut (Karina & Setiadi, 2020) perusahaan tersebut harus memodifikasi kontrak sosialnya dengan cara memposisikan bisnis dalam bagian sistem sosial maupun sistem politik yang ada. Dan jika itu dapat dijalankan dengan konsisten dan responsive terhadap apa yang terjadi di masyarakat sosial, tentu kegiatan-kegiatan perusahaan akan jauh dapat diterima oleh masyarakat itu sendiri.

Dengan menerapkan program-program CSR yang memiliki value tinggi di mata masyarakat, dalam hal ini adalah bagaimana program-program CSR perusahaan tersebut dapat berdampak positif pada jangka panjang. Tentunya secara otomatis berdampak baik juga bagi perusahaan dari segi citra dan finansial. Dalam sebuah praktik bisnis ada

dua unsur yang saling berkaitan satu sama lain dan tidak dapat untuk dipisahkan. Yakni penerapan *Corporate Sosial Responsibility* merupakan salah satu bentuk dari *Good Corporate Governance*. Kedua unsur ini memiliki kedudukan yang sama dalam sebuah perusahaan. Jika dilihat dari salah satu prinsip terciptanya suatu *GCG* adalah terdapatnya *responsibility* yakni bagaimana prinsip tersebut memiliki tanggung jawab secara sosial yang bersegmentasi kepada pihak *stakeholders*.

Sesuai dengan pedoman *Good Corporate Governance* terdapat tiga tujuan yang diharapkan tercapai melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dan akan dilakukan oleh perusahaan. Pertama, CSR dilaksanakan guna membantu perangsangan ekonomi di Indonesia serta bertujuan agar dapat secara berkelanjutan mensejahterakan kehidupan masyarakat Indonesia. Dalam proses pelaksanaan CSR agar dapat mencapai tujuan pertama Prudential Indonesia memiliki komitmen dengan melakukan pendalaman budaya dan masyarakat Indonesia. Kedua, Prudential, sebagai penyedia layanan asuransi dan keuangan terkemuka, percaya bahwa memiliki tanggung jawab untuk terus meningkatkan standar dan mempertahankan bakat Indonesia adalah tugas yang tepat. Ketiga, Prudential berkomitmen untuk mengajarkan pelanggan bagaimana mengelola dan mengatur keuangannya. Prudential berfokus pada pendidikan, anak-anak, dan bantuan dan pencegahan bencana, sesuai dengan ketiga hal tersebut. Sejak September 2012, Prudential telah menerapkan tema "*A Million Heart for A Millon Dreams*" untuk mencapai misi satu juta orang di Indonesia. Program CSR Prudential telah berlangsung selama dua tahun. Untuk mencapai hal ini, Prudential bekerja sama dengan berbagai yayasan dan lembaga seperti Mercy Corps, Dompot Dhuafa, Prestasi Junior Indonesia, Yayasan Onkologi Anak Indonesia (YOAI), dan Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC), dan Lembaga Pemasarakatan Anak (Lapas) Tangerang.

Sehingga jika didefinisikan secara umum merupakan suatu hubungan antara para manajemen dewan, inverstor saham, dan juga perusahaan dengan pemangku kepentingan lainnya (Dewi et al., 2021). *Good Corporate Governance* juga merupakan sebuah hubungan antara *stakeholder* pemangku kepentingan dalam hal ini merupakan pemegang saham dengan para dewan direksi serta dewan komisaris dalam kebersamaan tercapainya keberhasilan *goals* atau tujuan daripada perusahaan itu sendiri. (Olivia et al., 2023). Berdasarkan data di tahun 2022, untuk melakukan *community investment* sebagai salah satu bentuk pelaksanaan CSR. Prudential Indonesia yang berupa bantuan dengan bentuk pendampingan, bantuan dana serta pembangunan infrastruktur. Hingga telah menganggarkan sejumlah dana dengan nominal sebesar Rp 15,5 miliar. Pelaksanaan *community investment* tersebut terdiri dari 2 pilar yaitu pilar edukasi, pilar kesehatan serta pilar keselamatan dengan total penerima manfaat berasal dari kegiatan ini mencapai 196.322 orang.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara para *stakeholder* di Prudential Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat keberhasilan perusahaan untuk mencapai *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan untuk melakukan pelaksanaan CSR tersebut, sebelumnya Prudential Indonesia melakukan identifikasi pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan melakukan pelibatan yang bertujuan untuk memastikan hubungan yang baik dan pemenuhan kebutuhan mereka dapat berdampak baik agar terciptanya *Good Corporate Governance* (GCG). Kemudian identifikasi yang dilakukan ditentukan berdasarkan pengaruh hubungan serta dampak yang ditimbulkan oleh para *stakeholders* selama pelaksanaan CSR. Pelibatan pemangku kepentingan pada

pelaksanaan CSR di Prudential Indonesia tersebut meliputi : pemegang saham, karyawan, pemerintah, manajer investasi, tenaga pemasar, pemasok, nasabah dan masyarakat sipil.

Pada dasarnya konsep dari GCG ini akan berfokus kepada dua aspek, yang pertama adalah bagaimana perusahaan memperoleh informasi yang valid sehingga dari informasi valid tersebut menyatakan para pemegang saham merupakan suatu bagian yang bersifat krusial. Kedua, sosialisasi seluruh informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta para pemangku kepentingan secara transparansi, akurat dan juga aktual ini merupakan sebuah keharusan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan. (Daffa & Herwiyanti, 2023).

Dalam penerapan konsep *Good Corporate Governance* memiliki beberapa bagian, tergantung bagaimana sudut pandang yang diterapkan. Namun demikian ada beberapa patokan fundamental yang dapat dikaji. Pengelolaan perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat menerapkan lima prinsip dasar, yakni prinsip keterbukaan (*transparency*), prinsip akuntabilitas (*accountability*), prinsip kemandirian (*independency*) dan juga prinsip kesetaraan dan kewajaran (*fairness*). Semua prinsip yang telah di sebutkan tadi merupakan prinsip-prinsip fundamental yang bersifat sangat krusial, ini dikarenakan pada penerapan konsistensi dan efektifitas dalam mendongrak kualitas rekapitulasi laporan keuangan dan juga mampu meminimalisir adanya suatu penyimpangan dalam sebuah kegiatan usaha yang mungkin berpotensi mengakibatkan pada penyajian laporan keuangan tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya terjadi dilapangan. (Olivia et al., 2023)

Penerapan pada prinsip GCG di Indonesia sendiri itu sudah ada dan diterapkan sejak Indonesia menyetujui dan menandatangani *letter of intent* (LOI) dengan *internasional monetary fund* (IMF), yang dimana salah satu bagian terpentingnya adalah pencantuman jadwal perbaikan pengelolaan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia juga merupakan sebuah langkah awal dalam meningkatkan performa, kinerja perusahaan, serta reputasi yang kemudian nantinya akan dapat menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen dan juga meningkatkan kemajuan bisnis. (Zahrawani & Sholikhah, 2021)

Dalam sebuah penelitian yang dituliskan oleh (Rubianto, 2023) menyatakan bahwa tidak hanya pada perusahaan bank saja, melainkan industri asuransi juga sangat bergantung kepada faktor kredibilitas atau tingkat kepercayaan. Semakin berkembangnya inovasi dalam bidang asuransi terkhusus pialang asuransi untuk meningkatkan value perusahaan, maka sangat diperlukan pelaksanaan manajemen risiko dan juga *Good Corporate Governance* yang sempurna. Dan buruknya sebuah kualitas penerapan *Good Corporate Governance* pada banyak perusahaan akan berdampak pada krisis perekonomian di indonesia. (Olivia et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini hendak mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan oleh Prudential Indonesia dalam mengoptimalkan GCG melalui program CSR. Sebelumnya telah ada penelitian yang membahas topik yang serupa. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Fairuz, Ratu et al., 2019) yang berjudul "*Corporate Social Responsibility di PT. Prudential Life Assurance*". Penelitian ini juga membahas mengenai *corporate social responsibility* (CSR) di PT. Prudential Life Assurance." Namun, lebih berfokus pada menjelaskan program maupun kegiatan CSR yang telah dilakukan PT. Prudential Life Assurance di Bandung dan menemukan hasil penelitian bahwa pada kantor cabang PT. Prudential Life yang berada di Kota Bandung tidak memiliki

perbedaan pelaksanaan *CSR* dengan PT. Prudential Life Assurance di kantor pusat Jakarta. Sebab kantor cabang di Bandung tidak memiliki program *CSR* yang dilakukan secara rutin setiap bulan maupun tahun. Penelitian ini juga tidak membahas mengenai *CSR* yang dilakukan untuk mencapai *GCG* dan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan.

Sama halnya dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh (Raubet et al., 2023) dengan judul Penerapan Prinsip *Good Corporate Governance* (*GCG*) Pada PT. Taspen Indonesia (Persero). Pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai penerapan *GCG* pada perusahaan asuransi yaitu PT. Taspen Indonesia namun dengan menilik penerapan tersebut berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN nomor ER-09/MBU/2012 mengenai Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya peraturan tersebut PT. Taspen Indonesia (persero) dapat menerapkan prinsip *GCG* dengan baik dan telah menerapkan prinsip transparansi, akuntabilitas dan tanggung jawab. Namun, masih memiliki kendala yang menyebabkan praktik *GCG* kurang efektif yaitu karna *GCG* masih dipahami sebagai bentuk dari konsistensi perusahaan dengan peraturan serta ketentuan yang ada. Tidak dilihat sebagai suatu sistem yang dibutuhkan perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas kerja karyawan.

Signifikansi dari penelitian ini karena belum ada penelitian yang fokus melihat evaluasi efektivitas *CSR* yang dilakukan oleh Prudential Indonesia serta pengaruhnya terhadap *GCG*. Penelitian ini memiliki keterbaruan khususnya dalam ilmu komunikasi karena penelitian sebelumnya lebih banyak melakukan penelitian terkait pelaksanaan *CSR* pada Prudential Indonesia tidak membahas mengenai evaluasi *CSR* yang berdampak pada *GCG*. Sehingga, pertanyaan penelitian pada artikel ini yaitu *bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Prudential Indonesia dalam mengoptimalkan GCG melalui program CSR?* Maka dari itu, titik perbedaan pada penelitian ini berada pada objek kajian serta fokus kajian yang lebih mengarah mengkaji strategi komunikasi melalui program *CSR* sehingga melahirkan *GCG* yang sempurna pada objek kajian yakni salah satu perusahaan asuransi terbaik di Indonesia Prudential Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus untuk menganalisa strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh Prudential Indonesia dalam mengoptimalkan tercapainya *GCG* yang baik melalui program-program sosial *CSR* yang telah dilaksanakan. Sehingga objek penelitian yang digunakan yaitu Prudential Indonesia. Dalam melakukan penelitian untuk memperoleh data yang factual, kredibel dan actual penulis melakukan teknik pengumpulan data salah satunya yaitu melalui observasi dengan melakukan pengamatan terhadap program *CSR* yang dilakukan oleh Prudential Indonesia untuk mencapai *GCG* melalui dari situs website resmi yang dimiliki oleh pihak Prudential Indonesia, kemudian dianalisa dengan data kualitatif sebagai data primer.

Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka seperti tabel, catatan rapat, data analisis, foto-foto, dan lain-lain yang dapat menunjang data primer. Dalam hal ini, penulis mencari literatur yang memiliki keterkaitan dengan topik dan objek penelitian dalam bentuk tulisan, data, atau bentuk lainnya (Yusuf, 2014). Kemudian, setelah mengumpulkan data-data terkait topik penelitian, perlu dilakukan analisis data dan interpretasi data di mana data yang diperoleh bisa ditafsirkan menjadi suatu narasi

dari fenomena yang terjadi. Menurut Miles & Huberman, ia membagi kegiatan analisis data kualitatif (Abdussamad, 2021) sehingga dalam penelitian ini melalui proses triangulasi data yakni : reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan agar dapat mengetahui bagaimana evaluasi efektivitas *CSR* yang dilakukan oleh Prudential Indonesia serta pengaruhnya terhadap *GCG*.

Hasil dan Pembahasan

Program *CSR* Prudential Indonesia

PT. Prudential Life Assurance merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada jasa keuangan dan juga asuransi yang berasal dari negara Inggris yang telah memiliki pengalaman lebih dari 160 tahun jam terbang. Perusahaan ini lahir pertama kali pada tahun 1995 yang dimana mengkombinasikan antara pengalaman internasional pada bidang asuransi jiwa dan pengetahuan tata cara bisnis lokal. Di Indonesia sendiri Prudential masuk pada tahun 1999 yang dimana memiliki konsistensi agar dapat mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Sampai pada saat ini Prudential Indonesia sendiri telah memiliki 270 kantor cabang yang tersebar luas di penjuru pertiwi. Di beberapa Kota besar seperti Jakarta sebagai kantor pusat, kemudian kantor pemasaran lainnya berada di Surabaya, Medan, Denpasar, Bandung, Semarang, dan juga Batam. Serta sudah memiliki 181.000 jaringan tenaga pemasaran dengan telah melayani lebih dari 1.500.000 nasabah yang tersebar di Indonesia (Fairuz et al., 2018).

Sejak Prudential pertama kali hadir di Indonesia sebagai salah satu layanan asuransi di tahun 1999. Prudential Indonesia telah berhasil memimpin pasar dalam kategori produk inovatif. Selain daripada itu Prudential Indonesia juga telah menawarkan berbagai variasi produk serta layanan yang dibuat khusus untuk dapat memenuhi kebutuhan finansial para nasabah di Indonesia.

Dewi *Prudence* (Dewi Kebijaksanaan) menjadi kiblat bagi nama brand Prudential sendiri. Nama dewi tersebut adalah ciri khas dari Prudential dan memiliki korelasi yang sangat erat dengan Prudential sejak awal berdirinya. Sosok ini dipercaya dapat mewakili salah satu dari empat kebajikan utama serta mengandung makna perilaku yang bijaksana. Dewi *Prudence* sendiri sangat identik dengan tampilannya bersama panah, ular, dan juga cermin. Anak panah tersebut melambangkan kearifan sedangkan filosofi dari cermin adalah seseorang yang mampu melihat dirinya apa adanya. (Fairuz et al., 2018).

Menurut Rusdiyanto dalam bukunya mengemukakan bahwa pada penerapan prinsip *GCG*, suatu perusahaan memiliki pedoman umum tata Kelola Perusahaan yang baik telah ditetapkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Good Corporate*. Sehingga jika diuraikan penerapan Prinsip *Good Corporate Governance* (*GCG*) Pada PT. Prudential Indonesia dengan 3 konsep *GCG* sebagai berikut (Rusdiyanto, et.al, 2019) :

Keterbukaan (*Transparency*) Perusahaan diharapkan selalu memberikan laporan berkala seperti laporan keuangan internal, pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan dan mudah diakses oleh Pemangku Kepentingan sesuai peraturan perundang-undangan, standar, dan prinsip penyelenggaraan perusahaan yang berlaku, Keberhasilan Prudential Indonesia dalam prinsip ini dilakukan dengan mengumumkan hasil kinerja Perusahaan, laporan keuangan setiap tahunnya yang selalu di update setiap bulan dan laporan keberlanjutan (*CSR*) yaitu rincian program yang telah dilakukan. Sehingga laporan tersebut dapat di *download* oleh nasabah melalui *website* resmi Prudential Indonesia dan mencerminkan prinsip transparansi. Hal tersebut

semakin diperkuat dengan penghargaan yang diperoleh Prudential Indonesia dalam *Tren Asia ESG Award 2023* pada kategori perusahaan asuransi dengan predikat sustainability. Penghargaan ini diberikan untuk Perusahaan yang berkomitmen memprioritaskan transparansi untuk memberikan laporan yang jelas tentang upaya keberlanjutan mereka dan program CSR mereka yang sudah sesuai dengan prinsip GCG.

Akuntabilitas (Accountability) Tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan agar pengelolaan perusahaan terlaksana dengan baik, terukur dan selaras dengan kepentingan perusahaan dan karyawan yang memiliki kompetensi memadai sesuai dengan tugas, peran dan tanggung jawabnya dalam kegiatan perusahaan sehingga ditemukan perbaikan dan peningkatan di setiap aspek perusahaan. Sebagai bukti bahwa prinsip ini berhasil diterapkan, Hal ini ditunjukkan dengan Prudential Indonesia dari memperoleh penghargaan “*Best Companies to Work for in Asia 2023 – Indonesia Region*” dalam ajang HR Asia Award 2023. Penghargaan ini diberikan atas penilaian Prudential Indonesia oleh karyawannya dengan predikat perusahaan terbaik untuk bekerja, memiliki praktik sumber daya manusia (SDM) yang cakap, serta penerapan budaya perusahaan yang baik di Asia (Prudential,2023).

Pertanggungjawaban (Responsibility) Perusahaan harus menyadari bahwa keberadaan bisnis perusahaan tidak hanya bermanfaat bagi para pengguna jasa perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat di sekitar tempat kegiatan usaha. Manfaat yang dimaksud untuk masyarakat antara lain seperti penyediaan lapangan kerja serta program tanggungjawab sosial atau yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*.Terciptanya program-program Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan yang telah diterapkan oleh Prudential Indonesia juga ditunjukkan dengan perolehan penghargaan sebagai “*Best Award For Disaster Management Element*” dalam ajang Bisnis Indonesia Corporate Social Responsibility Award (BISRA) 2023. Adanya semangat tinggi dari Prudential Indonesia dalam melakukan CSR akan berkomitmen akan semakin fokus dalam pengembangan program CSR ke depannya. Hal ini dilakukan agar Prudential Indonesia dapat selalu mengedepankan integritasnya sesuai prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* yang diterapkan dalam perusahaanya.

Tabel 1.1 Uraian Biaya Community Investment Prudential Indonesia periode tahun 2020-2022

Uraian	Satuan	Periode pelaporan		
		2022	2021	2020
Biaya Community Investment (CSR)	Miliaran Rupiah	13.077	14.130	15.000
Jumlah Penerima Manfaat Langsung	Orang	196.322	50.360	105.166

Sumber : (Prudential, 2022)

Berdasarkan tabel tersebut biaya investasi Prudential Indonesia dari Laporan Keberlanjutan Prudential Indonesia tahun 2022 untuk menjalankan program-program CSR nya dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Pada tahun 2022 total dana yang dikeluarkan paling sedikit dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Namun jumlah penerima manfaat langsung justru semakin meningkat. Diketahui bahwa program CSR yang dilakukan oleh prudential Indonesia dinamakan sebagai *community investment*, program CSR tersebut dilakukan secara berkelanjutan untuk meneruskan langkah-

langkah yang telah diterapkan Prudential Indonesia pada yaitu berkontribusi pada komunitas sekitar untuk mewujudkan kualitas hidup yang lebih baik. Berdasarkan penerapan prinsip *GCG* pada program-program CSR yang dilakukan Prudential Indonesia dapat diklasifikasikan efektivitas dari program-program CSR yang dilakukan berdasarkan 3 bidang, sebagai berikut :

Pendidikan

Prudential memandang bahwa literasi manajemen keuangan sangat penting untuk dikuasai oleh masyarakat awam. Sehingga Prudential Indonesia memfokuskan salah satu program *CSR* nya yakni berkomitmen untuk dapat meningkatkan literasi keuangan bagi perempuan terkhusus pada anak-anak, serta masyarakat berpenghasilan rendah. Dana investasi yang dikeluarkan oleh Prudential Indonesia dalam program *CSR* ini setidaknya sebesar US\$ 10 juta. Program ini juga termasuk dalam mendukung program literasi keuangan pemerintah dan juga Otoritas Jasa Keuangan. Dalam program pilar Pendidikan ini terbagi menjadi beberapa subprogram lagi yang berfokus pada masing-masing segmentasi dan orientasi.

(*Literasi Keuangan Untuk Perempuan*). Program ini berfokus pada segmentasi kaum perempuan. Dimana perempuan-perempuan Indonesia dibekali dengan pengetahuan mengenai literasi keuangan agar mampu keuangan keluarga atau bahkan mampu mengelola usaha kecil mereka. Program ini sudah berjalan kurang lebih 15 tahun yang dimulai pada tahun 2009. Efektivitas dari program *CSR* ini dibuktikan karena telah memberikan pelatihan literasi keuangan yang sudah mencakup lebih dari 28.000 perempuan yang tersebar di 27 Kota di Indonesia. Dalam pelaksanaan program *CSR* untuk mendukung prinsip transparansi pihak Prudential berkerjasama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak, serta juga berkolaborasi dengan Otoritas Jasa Keuangan (*OJK*) dalam melaksanakan berbagai seminar tentang literasi keuangan.

(*Sosialisasi Keuangan Syariah*). Dalam program satu ini Prudential Indonesia mencoba untuk dapat ikut berkontribusi dalam meningkatkan persentase perekonomian syariah di Indonesia. Dengan mengadakan seminar-seminar terkait dengan asuransi syariah. Prudential Indonesia juga turut meluncurkan berbagai produk yang berbasis syariah serta konsisten dalam mensosialisasikan literasi keuangan syariah kepada masyarakat. Program sosialisasi syariah ini sudah dimulai sejak tahun 2014 yang dilaksanakan bersama Masyarakat Ekonomi Syariah (*MES*). Hingga sekarang ini seminar-seminar tersebut telah diadakan di 35 Kota yang telah menjangkau 9.350 orang dari berbagai kalangan seperti, mahasiswa, karyawan, ibu rumah tangga, dan juga menjangkau para pelaku usaha kecil menengah.

(*Cha-Ching Goes To School*). Tidak hanya kalangan orang dewasa saja yang mendapatkan edukasi mengenai bagaimana mengelola keuangan dalam hidup. Prudential Indonesia juga telah konsisten dalam memberikan pengetahuan literasi keuangan pada anak-anak yang berusia 7-12 tahun. Program ini sudah dimulai sejak tahun 2015 yang berfokus pada 20 sekolah dasar pertama yang berada di wilayah Jabodetabek. Agar tidak terkesan berat dan membosankan Prudential menerapkan metode pembelajaran yang interaktif dan juga menyenangkan bagi anak-anak usia dini. *Cha-Ching Goes To School* sudah mengajak lebih dari 1.200 siswa untuk dapat belajar mengenai konsep-konsep dalam mengelola keuangan dasar. Yakni dengan Memperoleh (*Earn*), Menyimpan (*Save*), Membelanjakan (*Spend*), dan juga Menyumbangkan (*Donate*).

Kesehatan Dan Keamanan

Prudential Indonesia ikut berkontribusi serta peduli dalam menjaga kesehatan dan keamanan masyarakat Indonesia melalui program-program sosial yang terencana dan terstruktur. Sama halnya dengan pilar program yang pertama, yang dimana memiliki beberapa subprogram dalam mengkategorikan segmentasi dan orientasi program Kesehatan Dan Keamanan. Diantara lain:

(Safe Steps). *Safe Steps* ini dikelola dan dikembangkan oleh *Prudence Foundation* yang berada dibawah naungan Prudential Corporation Asia. Ini merupakan serangkaian program yang memberikan informasi layanan masyarakat, informasi tersebut dimaksudkan agar dapat meningkatkan kesadaran serta memberikan informasi yang mampu dipahami mengenai masalah yang mungkin dapat mengancam kehidupan seseorang. Informasi serta pelatihan yang diberikan oleh *Safe Steps* diharapkan mampu membekali masyarakat dalam penolongan yang bersifat mendasar agar tidak menimbulkan risiko yang berpotensi berbahaya.

(Cancer Awareness). Seperti nama program *CSR* nya, yakni kepedulian Prudential bagi orang-orang terkhusus kepada kalangan anak-anak penderita kanker untuk dapat perhatian lebih dari pihak Prudential. Program ini sudah berjalan sejak tahun 2003 yang berfokus pada penyaluran bantuan berupa pengobatan dan juga ruangan yang memadai dirumah sakit saat perawatan berlangsung. Prudential Indonesia telah memberikan 7 mesin *Apheresis* yang telah diterima oleh 7 rumah sakit di Indonesia. Rumah sakit yang telah menerima mesin *Apheresis* tersebut adalah *RSUD dr. Soetomo*, *RS Universitas Hasanuddin*, *RS Hasan Sadikin*, *RS dr.Sardjito* dan *RS Sanglah* sejak tahun 2011. Hingga saat ini sudah lebih dari 7000 anak dengan penderita kanker telah menggunakan mesin tersebut dalam masa pengobatannya. Prudential juga berkomitmen dalam membangun fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti, area tunggu, ruangan konsultasi, bangsal, serta fasilitas lainnya yang dikhususkan bagi para remaja yang mengidap penyakit kanker. Serta dalam program ini Prudential Indonesia juga telah bekerjasama dengan pihak Pembinaan Anak Cacat (*YPAC*) untuk dapat menyalurkan dukungan kepada anak-anak dengan penderita cacat (*Disabilitas*).

(Bantuan Kemanusiaan). Tidak hanya program *CSR* yang bersifat terstruktur melainkan Prudential Indonesia juga melakukan dukungan kepada korban bencana alam yang pernah terjadi di Indonesia. Sampai saat ini Prudential Indonesia telah ikut berkontribusi dalam program kemanusiaan bencana alam gempa bumi yang ada di Lombok, Palu, Aceh di tahun 2016, gempa bumi di Padang dengan mendirikan sebuah masjid yang rusak akibat gempa, gunung meletus di Sinabung dan gunung Kelud.

Pemberdayaan Indonesia Timur

Sejak pada tanggal 13 Agustus 2018, Prudential Indonesia memperkenalkan program baru yang disebut "Pemberdayaan Indonesia Timur", yang berfokus pada pemberdayaan Indonesia Timur serta bidang pendidikan, filantropi, kesehatan dan keselamatan. Program ini merupakan bagian dari inisiatif investasi komunitas yang bertujuan untuk menawarkan solusi atas masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia Timur. Dalam program ini Prudential Indonesia berupaya dalam meningkatkan tingkat keterpurukan daerah bagian Indonesia Timur dengan fokus pada kewirausahaan sebagai program unggulan dengan melihat langsung ke lapangan untuk memastikan wilayah dan radius mana saja yang menjadi target prioritas penerima manfaat selama tiga tahun kedepan. Program ini juga didukung oleh Kementerian

Perencanaan Pembangunan Nasional Indonesia, Menteri Agraria dan Tata Ruang Indonesia serta rekan-rekan media dan blogger.

Program ini dilatarbelakangi adanya data dari Badan Pusat Statistik (BPS) terakhir per Maret 2018, sekitar 27,74% penduduk Papua masih berada dalam kategori kemiskinan, dan sekitar 63.770 orang di antara mereka menganggur (Keadaan Kemiskinan di Provinsi Papua Maret, 2018). Bahkan, data yang dikumpulkan oleh lembaga survei Indeks Pembangunan Manusia HDI (Human Development Index) oleh BPS menunjukkan bahwa Papua memiliki indeks HDI paling rendah di Indonesia, dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia Timur, pengetahuan tentang manajemen keuangan lebih rendah ("Keadaan Kemiskinan Di Provinsi Papua Maret 2018," 2018).

Program yang didalamnya memiliki orientasi utama yakni pengembangan masyarakat sosial, merupakan salah satu inti daripada tataran yang ada pada praktis CSR. Konsep praktis pada CSR adalah bagaimana sebuah perusahaan ataupun instansi dapat mengajak masyarakat untuk bisa ikut dalam berkembang, dan bukan hanya sekedar menerima bantuan saja. Konsep ini dengan kata lain adalah *Community Development* untuk dapat mengajak dan merangkul seluruh masyarakat agar dapat berkolaborasi dan ikut serta dalam pengembangan dan pembangunan masyarakat sosial. Sehingga diharapkan dengan adanya program serta ajakan dalam pengembangan masyarakat, maka masyarakat akan mandiri dan lebih mudah mengelola apa yang sudah dan akan diberikan oleh perusahaan ataupun instansi agar dapat berdampak positif kedepannya bagi mereka sendiri. (Fairuz et al., 2018)

Strategi dalam konsep komunikasi CSR yang merupakan tujuan untuk pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai salah satu bentuk dan cara dalam mengkomunikasikan pesan berupa kegiatan-kegiatan sosial masyarakat, ekonomi, serta lingkungan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan terhadap masyarakat sekitar maupun *stakeholders*. Hal ini diharapkan mampu memberikan dampak positif dari mengaplikasikan media yang digunakan untuk pemberdayaan masyarakat itu sendiri. Hal ini yang membawa bentuk strategi komunikasi menjadi salah satu bagian yang penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat mengelola berbagai macam bentuk kegiatan CSR. (Saleh & Sihite, 2020)

Jika dianalisis berdasarkan dari hasil laporan program-program CSR yang di rilis oleh *website* resmi Prudential Indonesia. Maka Prudential Indonesia bisa dikatakan telah melakukan strategi-strategi komunikasi yang bisa dikatakan sempurna. Dapat dilihat dari tiga fokus atau tiga pilar utama Prudential Indonesia dalam melakukan program CSR nya yang dimana berlandaskan atas problematika sosial yang di hadapi oleh sebagian masyarakat Indonesia. Tidak hanya itu Prudential Indonesia juga melaksanakan program-program nya dengan memanfaatkan berbagai pihak seperti bekerjasama dengan Kementrian terkait, instansi yang berkaitan, dan komunitas-komunitas yang memiliki visi misi yang sama.

Salah satu program CSR yaitu tentang literasi keuangan untuk perempuan. Prudential Indonesia telah melakukan taktik yang baik dalam memikirkan urgensi dari setiap segmentasi yang ada, terkhusus pada kaum perempuan dimana dibekali dengan pelatihan dan seminar bagaimana mangament keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu penelitian yang di susun oleh (Setyoningrum & Nindita, 2020) menyatakan bahwa perempuan memiliki kemampuan dalam membuat perencanaan keuangan dalam keluarga. Ini dikarenakan adanya *stereotype* yang menyatakan bahwa perempuan lebih mampu mengatur keuangan dibandingkan dengan laki-laki.

Hal ini juga membawa Prudential Indonesia mendapatkan penghargaan *Best Award For Disaster Management Element BISRA 2023*. Di kutip dari (Nurdifa, 2023) *finansial.bisnis.com* penghargaan tersebut dimenangkan Prudential Indonesia atas program CSR yang dijalankan. Beberapa di antaranya menyalurkan bantuan untuk program bencana alam gempa bumi di Cianjur dan program Desa maju Prudential.

Penerapan Good Corporate Governance

Salah satu yang menjadi hak dan kewajiban pada perusahaan adalah pengelolaan internal dan eksternal dengan baik. Dengan kata lain *Good Corporate Governance* ini merupakan sebuah perangkat yang mengatur tentang hubungan bagi pemegang saham perusahaan, pengelola perusahaan, pihak kreditor, karyawan, dan juga pemerintah. Sebagaimana penelitian yang dituliskan oleh (Dewianawati, 2020) menyatakan bahwa GCG memiliki pengaruh positif terhadap Performance Financial Perusahaan. Faktor lain yang menjadi sebuah pertimbangan nilai GCG adalah *Leverage* yaitu sebuah rasio yang digunakan sebagai alat ukur sejauh mana aset perusahaan tersebut dibiayai dengan hutang, atau dengan kata lain besar kecilnya hutang yang harus ditanggung perusahaan dalam rangka pemenuhan aset. (Dewi et al., 2021).

Jika tata kelola perusahaan dikelola dengan baik ini akan berguna dalam rangka mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan yang sehat serta berkelanjutan, terkhusus pada bagaimana perkembangan industri keuangan nasional secara umum. Prudential Indonesia sendiri merupakan Perseroan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan, yang pada visi-misinya konsisten untuk dapat ikut membangun serta menyempurnakan strukturnya sebagai salah satu bagian dari sebuah penerapan prinsip tata kelola yang sempurna bagi perusahaan sesuai dengan ketentuan regulasi yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Evaluasi yang lebih mendalam tentang bagaimana setiap kegiatan Program CSR Prudential mempengaruhi indikator GCG (*Good Corporate Governance*) seperti transparansi, akuntabilitas, atau kepatuhan dapat dilihat sebagai berikut:

Transparansi : Program CSR Prudential Indonesia mempengaruhi indikator transparansi. Ada beberapa langkah yang dilakukan Prudential Indonesia untuk menrapkan transparansi yaitu kode etik profesi kepada seluruh karyawan, kebijakan Investasi untuk meminimalisir risiko serta mengoptimalkan keuntungan investasi, menghindari berbagai potensi konflik kepentingan serta Anti Suap Dan Korupsi. Prudential telah memiliki sistem pengendali internal yang efektif dalam mengidentifikasi hal-hal yang dapat mengganggu transparansi perusahaan yakni dengan membentuk tim unit kerja khusus Anti-Fraud, menerapkan prosedur *Speak-out* atau *Whistle blower* serta menandatangani dokumen deklarasi Anti-Fraud. Hal tersebut dilakukan guna mencapai tata kelola perusahaan yang baik dengan menjaga hubungan baik antara manajemen dan karyawan untuk memastikan nasabah merasa aman terhadap pihak manajemen Prudential.

Akuntabilitas : berdasarkan prinsip akuntabilitas yang telah dijalani oleh Prudential Indonesia agar pengelolaan perusahaan terlaksana dengan baik dan akuntabel cara Prudential Indonesia melakukan prinsip tersebut yaitu dengan melakukan rapat dengan para pemangku kepentingan diantaranya rapat-rapat yang rutin diadakan oleh Prudential Indonesia yaitu rapat pemegang saham, Dewan Komisaris, Direksi, dan Komite Penunjang Direksi. Setidaknya hingga tahun 2022 perusahaan telah mengadakan rapat sebanyak 15 kali rapat Dewan Komisaris. Direksi yang bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas pengaturan dan pelaksanaan usaha di Prudential Indonesia yang

sejalan dengan rencana dan strategi perusahaan dan tahun 2022 Perseroan ini telah melaksanakan rapat sebanyak 21 kali rapat Direksi. Adapun Komite Penunjang Direksi yakni bertugas dalam membantu Direksi, terdapat 4 bentuk komite yaitu Komite Investasi, Komite Strategi Produk & Inisiatif, Komite Risiko, dan Komite Pengarah Digital & Informasi Dan Teknologi. Dan per tahun 2022 telah melakukan rapat sebanyak 11 kali pertemuan. Dalam GCG, akuntabilitas memungkinkan perusahaan untuk memiliki reputasi yang lebih baik, dengan melakukan rapat secara rutin merupakan upaya Prudential Indonesia agar senantiasa akuntabel dalam melaksanakan

Pertanggungjawaban : Jika dilihat dari hasil penjabaran tata kelola yang diterapkan oleh pihak Prudential Indonesia. Prudential Indonesia telah memenuhi prinsip pertanggungjawaban yang ada pada prinsip GCG. Yakni dengan keterbukaan informasi bagi internal perusahaan dan juga khalayak umum agar dapat memantau serta melihat penata kelolaan struktur dengan baik. Bertanggungjawab atas internal perusahaan sebagaimana telah tercantum pada laporan GCG bagian tata kelola, dimana Prudential telah bertanggungjawab untuk dapat menyempurnakan hierarki perusahaan sesuai dengan tupoksi pada bidang masing-masing. Tanggungjawab terhadap eksternal atau sosial dimana telah mengelola dan menerapkan program-program CSR agar dapat berdampak positif jangka panjang di kalangan masyarakat umum.

Tentunya hal tersebut menerangkan bahwa Prudential Indonesia termasuk perusahaan yang sudah menerapkan prinsip GCG dan menyempurnakan strukturnya secara *sustainability* sebagaimana tertuang dalam transparansi atau laporan (*Self Assessment*) atas penerapan tata kelola perusahaan yang baik per 31 Desember 2022 lalu kemudian telah disampaikan langsung kepada pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada April 2023. Sebagaimana juga bisa kita simpulkan bahwa Kemandirian Prudential Indonesia dalam hal mengelola kebijakan dan prinsip perusahaan tanpa adanya campur aduk tangan dari pihak luar dalam mengambil keputusan serta merusak tatanan yang telah di kelola dengan baik. Kesetaraan dan kewajaran dalam memberikan kesempatan dan ruang yang sama tanpa ada perbandingan atau perbedaan dalam kesinambungan yang baik.

Dalam sintesis, setiap kegiatan Program CSR Prudential Indonesia mempengaruhi indikator GCG seperti transparansi, akuntabilitas, atau kepatuhan dengan cara meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, pengembangan sumber daya manusia yang lebih baik, pengelolaan lingkungan yang lebih baik, dan pengembangan masyarakat yang lebih baik. Dengan demikian, program CSR yang telah dijalankan oleh Prudential Indonesia telah mempromosikan praktik GCG yang lebih baik dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya GCG dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Kesimpulan

Sebagai kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat membangun citra merek dan mencapai tata kelola perusahaan yang baik (GCG) melalui strategi komunikasi yang efektif dalam program sosial (CSR). Studi kasus Prudential Indonesia menunjukkan bahwa program CSR yang didasarkan pada kebutuhan sosial yang mendalam dapat memperkuat prinsip-prinsip GCG, meningkatkan reputasi publik, dan menciptakan stabilitas finansial. Bagi perusahaan lain dalam industri yang serupa, langkah konkret yang dapat diambil termasuk penggunaan strategi komunikasi

terintegrasi dan berbasis data, transparansi dalam pelaporan *CSR* dan *GCG*, analisis kebutuhan sosial yang mendalam, keterlibatan karyawan, dan kemitraan strategis dengan pemerintah dan organisasi non-profit.

Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam generalisasi temuan karena fokus pada satu perusahaan dan jangka waktu pengamatan yang terbatas. Variabel eksternal yang tidak terukur juga dapat mempengaruhi hasil. Untuk mengatasi keterbatasan ini, penelitian masa depan harus melibatkan berbagai perusahaan dan industri, menggunakan metode analisis yang lebih kompleks, dan mengontrol variabel eksternal. Penelitian masa depan dapat mengeksplorasi dampak jangka panjang dari program *CSR* terhadap kinerja perusahaan, termasuk aspek finansial dan non-finansial. Selain itu, studi komparatif antara industri-industri yang berbeda dapat memberikan wawasan praktik terbaik yang dapat diadopsi lintas sektor. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat terus meningkatkan strategi *CSR* mereka, mencapai tata kelola perusahaan yang lebih baik, dan meningkatkan reputasi serta kinerja finansial di mata publik.

Referensi

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.). CV. Syakir Media Press.
- Keadaan Kemiskinan Di Provinsi Papua Maret 2018. (2018). In <https://papua.bps.go.id/>.
<https://papua.bps.go.id/pressrelease/2018/07/16/338/keadaan-kemiskinan-di-provinsi-papua-maret-2018.html>.
- Budiarti S, M., & Tri Raharjo, S. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan. *Share Social Work Journal*, 4(1), 13–29.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>
- Daffa, A. R., & Herwiyanti, E. (2023). Tinjauan Literatur Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Pada Badan Usaha Milik Negara Indonesia. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 217–230.
<https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.803>.
- Dewi, G. K., Yani, I. F., Kalbuana, N., & Tho, M. (2021). Pengaruh GCG, Leverage, Pengungkapan CSR terhadap Performance Financial pada Perbankan Syariah di Indonesia dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1740–1751.
<https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3600>.
- Dewianawati, dWI. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Value Of Company Melalui Performance Financial Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.25139/dev.v4i1.2205>.
- Fairuz, R. A., Faachira, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Corporate Social Responsibility di PT. Prudential Life Assurance. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jppm.v5i3.20087>.
- Hadi, Y. M. (2021). Aspek Hukum Pelaksanaan CSR Bagi Perusahaan Di Indonesia. *Universitas Islam Kalimantan MAB*, 15, 1.
- Karina, D. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37–49.
<https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>.
- Keadaan Kemiskinan Di Provinsi Papua Maret 2018. (2018). <https://papua.bps.go.id/>.
<https://papua.bps.go.id/pressrelease/2018/07/16/338/keadaan-kemiskinan-di-provinsi-papua-maret-2018.html>.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif* (F. Annisya & Sukarno, Eds.; pp. 3–4). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

- Nurdifa, A. R. (2023). Prudential Raih Best Award For Disaster Management Element BISRA 2023. *Bisnis.com*, 1.
- Olivia, H., Syarifah, N., Siregar, H., Araf, M. R., & Akhira, Z. (2023). Analisis Penerapan GCG menggunakan Data Time Series BCA dengan Otomasi NVIVO 12. *Jurnal Bisnis Net*, 6(2), 783-794. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.4058>
- Prudential. (2024). *Prudential Indonesia*. Prudential.co.id. <https://www.prudential.co.id/id/pulse/>
- Raubet, D. N., Idayanti, S., & Rahayu, K. (2023). Penerapan Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Pada PT. Taspen Indonesia (Persero). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(1), 109-126.
- Retno, R., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*, 1(1).
- Rubianto, A. (2023). Penerapan Manajemen Risiko dan Good Corporate Governance: Studi pada Perusahaan Pialang Asuransi PT Barron Pandu Abadi periode 2021 - 2022. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.52644/joeb.v12i5.518>
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>
- Setyoningrum, A. A. D., & Nindita, K. (2020). Perempuan, Pengelolaan Keuangan Dan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 12-20. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i2.484>
- Siffiana Alisa Jihan, Septiana Winda, H. K. F. (2020). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Gudang Garam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.46918/point.v2i1.507>
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan (Pertama)*. Kencana.
- Zahrawani, D. R., & Sholikhah, N. (2021). Analisis Penerapan Good Corporate Governance (GCG) dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Lembaga Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1799-1818. <https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3611>