

ANALISIS KEMITRAAN PLAN INTERNATIONAL INDONESIA MENGUNAKAN STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS*

Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina

Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran

E-mail: fadhlizha19001@mail.unpad.ac.id

Nabila Nurul Akmalia

Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran

E-mail: nabila19037@mail.unpad.ac.id

Maulana Irfan

Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial, dan Pemberdayaan Masyarakat FISIP Universitas Padjadjaran

E-mail: maulana.irfan@unpad.ac.id

ABSTRAK

Yayasan Plan International Indonesia adalah organisasi nirlaba di bidang pembangunan dan kemanusiaan yang memajukan hak-hak anak dan kesetaraan bagi anak perempuan. Menurut laporan tahunan 2020, terdapat sepuluh mitra yang bekerja sama dengan Plan International Indonesia. Kemitraan merupakan sebuah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dengan memadukan sumber daya yang dimilikinya sehingga dapat menguntungkan kedua pihak. Kemitraan sendiri penting bagi organisasi atau perusahaan untuk memperoleh dukungan, kepercayaan, hingga kesetiaan (loyalitas) dari masyarakat. Metode penulisan yang akan digunakan dalam artikel ini adalah studi literatur. Tujuan dari penulisan artikel ini untuk menganalisis mengenai kemitraan yang dilakukan oleh Yayasan Plan International Indonesia dengan menggunakan salah satu strategi dalam administrasi pekerjaan sosial yakni *community relations*. Hasil analisis menghasilkan bahwa kemitraan yang dilaksanakan oleh Plan Indonesia dalam berbagai bentuk program maupun layanannya menggunakan strategi *community relations*.

Kata kunci: *community relations*, plan indonesia, kemitraan.

PENDAHULUAN

Lembaga atau organisasi non profit merupakan organisasi yang beroperasi dengan tujuan untuk kepentingan publik atau kolektif dengan tidak mencari keuntungan. Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan atau PSAK Nomor 45, diketahui bahwa organisasi nirlaba memperoleh sumber daya dari sumbangan para anggota dan para penyumbang lain yang tidak mengharapkan imbalan apapun dari organisasi tersebut. Sumber daya yang diperoleh dari sumbangan ini digunakan untuk biaya pengoperasian organisasi itu sendiri beserta program yang dilaksanakan untuk kembali lagi kepada tujuan awal yang

ada di organisasi nirlaba yakni dari masyarakat untuk masyarakat lagi.

Beberapa contoh dari organisasi nirlaba seperti sekolah, asosiasi profesi, lembaga kajian, organisasi kemanusiaan, dan lainnya. Contoh organisasi non profit yang ada di Indonesia yang berkecimpung di bidang pembangunan kemanusiaan, lebih tepatnya kesetaraan bagi perempuan dan hak-hak anak adalah Yayasan Plan International Indonesia. Plan International telah bekerja di Indonesia dari tahun 1969 dan resmi menjadi Yayasan Plan International Indonesia pada tahun 2017. Plan Indonesia memiliki empat program yakni kesehatan seksual dan reproduksi remaja, perlindungan dan tumbuh kembang anak, pemberdayaan ekonomi dan

kesempatan bekerja kaum muda, ketahanan masyarakat dan respons kemanusiaan. Selain melaksanakan program-program tersebut, Plan Indonesia aktif dalam melakukan kampanye yang memperjuangkan kesetaraan anak perempuan yakni kampanye *Girls Get Equal*. Kampanye *Girls Get Equal* merupakan kampanye internasional yang diinisiasi oleh Plan International dan diselenggarakan di berbagai negara. Kampanye ini mendorong anak perempuan dan kaum muda perempuan untuk membuat keputusan tentang hidup mereka dan membentuk dunia di sekitar mereka.

Setiap lembaga atau organisasi pasti membutuhkan biaya untuk menjalankan program-program yang ingin dilaksanakan oleh organisasi tersebut serta keberlanjutan organisasi agar terus dapat beroperasi dalam melayani tujuan dari organisasi. Lalu bagaimana cara organisasi nirlaba yang sama sekali tidak meraup keuntungan? Bagaimana cara organisasi nirlaba tetap berjalan? Pada umumnya, organisasi nirlaba mendapatkan sumber pendapatannya dari donatur (individu atau lembaga) dan hibah umum. Namun, tentu saja organisasi tidak dapat untuk selalu bergantung pada donatur (individu atau lembaga) dan hibah umum dalam menjalankan keberlanjutan organisasi serta operasionalnya. Organisasi nirlaba mendapatkan dan mengumpulkan dana dari berbagai cara termasuk donatur individu atau lembaga, sponsor dari perusahaan, pendanaan pemerintah, program, penjualan jasa pelayanan dan dagangan, hingga investasi (Mozos, Duarte, & Ruiz, 2016)

Selain dari berbagai metode-metode pengumpulan dana sebelumnya, organisasi nirlaba juga mampu melakukan kerja sama atau kemitraan dengan pihak lain dalam melaksanakan program-programnya. Menurut Balai Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat (BP-PAUD dan DIKMAS) Kalimantan Selatan di bukunya yang berjudul Bahan Ajar

Membangun Kemitraan (2018) menyatakan bahwa kemitraan merupakan bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk satu ikatan kerja sama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

Plan Indonesia sebagai sebuah lembaga pelayanan sosial dalam perjalanannya agar terus berkelanjutan (*sustainable*) tidak hanya mengandalkan bantuan atau donasi dari donatur, tetapi juga menjalin kerjasama berkolaborasi dengan perusahaan, organisasi, maupun lembaga-lembaga lain. Istilahnya adalah menjalin kemitraan yang dapat membawa manfaat bagi kedua belah pihak. Sampai saat ini, Plan Indonesia telah menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan yang menghasilkan beberapa program pula. Selanjutnya *community relations* merupakan sebuah upaya untuk menghubungkan dan membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan, organisasi, hingga lembaga dengan masyarakat yang bermanfaat bagi internal dan eksternal lembaga. Contoh beberapa manfaat yang didapat dari *community relations* ini adalah mengidentifikasi prakiraan negatif akan suatu kebijakan sebelum diputuskan dan dilaksanakan, membangun branding atau citra perusahaan dalam masyarakat, mengetahui sikap atau reaksi publik terhadap perusahaan atau lembaga, dan lainnya. Dengan demikian, tujuan pembuatan artikel ini ialah untuk menganalisis kemitraan Plan Indonesia dikaitkan dengan *community relations*, apakah kemitraan yang selama ini telah dijalankan oleh Plan Indonesia termasuk dalam strategi *community relations*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan penulis dalam menyusun artikel ini ialah menggunakan

metode studi kepustakaan. Pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah salah satu pendekatan strategi dalam administrasi pekerjaan sosial yakni *community relations*. Tujuan dari penggunaan pendekatan ini adalah untuk menganalisa hubungan antara kemitraan suatu organisasi dengan strategi *community relations* dalam mensukseskan program-programnya. Dalam penyusunan artikel ini, penulis menggunakan berbagai rujukan seperti artikel, jurnal, atau buku yang diakses secara elektronik. Tujuan dari penulisan artikel ini untuk memenuhi persyaratan mata kuliah Administrasi Pekerjaan Sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga Pelayanan Sosial Plan Indonesia

Lembaga Pelayanan Sosial atau dulunya dikenal dengan organisasi non-profit dalam UU No.6 Tahun 1974 terkait pokok-pokok kesejahteraan sosial pada pasal 1 menjelaskan organisasi sosial adalah sebuah perhimpunan sosial yang bukan berbadan hukum, namun berperan sebagai prasarana publik dalam menjalankan Usaha Kesejahteraan Sosial (Irfan et.al, 2021). Salah satu lembaga pelayanan sosial yang ada di Indonesia adalah Plan Indonesia.

Plan Indonesia merupakan sebuah organisasi di bidang pengembangan masyarakat dan kemanusiaan yang memiliki fokus pada pemenuhan hak-hak anak dan kesetaraan bagi anak maupun kaum muda perempuan. Sejak 2 September 1969, organisasi internasional ini telah bekerja dengan Indonesia dan pada 15 Juni 2017 silam disahkan menjadi Yayasan Plan International Indonesia oleh Kemenkumham. Tujuan pendirian yayasan ini di Indonesia ialah berusaha untuk menjangkau lebih banyak anak di Indonesia dan mampu mewujudkan dampak pembangunan berkelanjutan yang meluas. Dari tujuan tersebut, Plan Indonesia memfokuskan berbagai aktivitas atau programnya pada

empat kategori, yaitu Kesehatan dan Agensi Remaja, Ketangguhan dan Kemanusiaan, Ketenagakerjaan dan Kewirausahaan Kaum Muda, dan Perlindungan serta Tumbuh Kembang Anak. Selain itu, selama pandemi Covid-19 ini Plan Indonesia turut menanggapi bencana tersebut dengan menyesuaikan program maupun layanannya untuk menanggapi berbagai kebutuhan yang diperlukan masyarakat Indonesia. Adapun program atau layanannya meliputi promosi dan penyediaan sarana air bersih dan sanitasi, meningkatkan jumlah tenaga pengajar selama proses pembelajaran jarak jauh, dan penyesuaian program pemberdayaan ekonomi bagi kaum muda perempuan dalam menanggapi dampak ekonomi maupun sosial dari pandemi Covid-19.

Strategi Kemitraan Lembaga Pelayanan Sosial

Kemitraan atau *partnership* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti hubungan, jalinan, maupun kerjasama. Sedangkan mitra berarti teman, sekutu, rekan, dan kawan. Kemitraan bagi lembaga pelayanan sosial sebagai sebuah strategi bisnis dilaksanakan oleh dua pihak atau lebih dalam kurun waktu tertentu guna mencapai keuntungan secara bersama yang berprinsip pada saling membutuhkan dan membesarkan. Menurut Irfan et.al, (2021) dan Ershanty (2020), terdapat beberapa kegunaan dari kemitraan bagi perusahaan maupun lembaga, yaitu a) Peningkatan produktivitas dalam perusahaan atau lembaga, b) Membantu pencapaian tujuan lembaga, c) Menekan kemungkinan resiko yang timbul dengan cara membagi resiko tersebut dengan pihak lain, dan d) Memiliki dampak sosial secara luas. Agar proses kemitraan ini dapat berjalan baik dan bermanfaat bagi banyak pihak, perlu adanya pemahaman tentang konsep dasar kemitraan yang disampaikan oleh Irfan dkk (2021) yakni 1) Setara, maksudnya pihak yang bermitra perlu mendapat kepercayaan,

kesetaraan, dihormati, dihargai, dan diberi pengakuan terkait nilai atau kemampuan yang dimilikinya; 2) Terbuka, artinya tiap perjanjian yang dilakukan antara lembaga atau perusahaan dengan mitra dilakukan secara jujur, yakin, terbuka, tidak menutupi, dan komitmen; dan 3) Menguntungkan kedua belah pihak, dalam hal ini tiap perusahaan yang melakukan kerjasamanya harus saling menguntungkan dan memberikan manfaat bagi tiap pihak dari kemitraan yang telah mereka lakukan.

Kemitraan dan kolaborasi merupakan sebuah kepentingan dalam organisasi nirlaba. Dilansir dari *website* Project Child, terdapat lima temuan tentang pentingnya kemitraan dalam organisasi nirlaba yakni:

- a. Menghemat biaya
- b. Memperkuat program
- c. Efisiensi dan efektivitas organisasi, efisien disini lembaga atau perusahaan dapat mencapai misinya dengan lebih cepat dan juga efektif dalam pencapaian tujuan
- d. Meningkatkan layanan, dengan kemitraan lembaga mendapat sebuah peluang baru dari mitranya guna peningkatan layanan lembaga dan terciptanya akses pada fasilitas atau sumber daya baru
- e. Melatih keterampilan kepemimpinan, proses kemitraan menjadi wadah utama dalam peningkatan kapasitas dalam eksplorasi tentang skill kepemimpinan baru. Ketika eksekutif atau anggota dari organisasi berbeda saling berkolaborasi maka dapat terjadi berbagai pengumpulan keahlian, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan secara kooperatif. Hal tersebut dapat diserap menjadi pengetahuan baru untuk memajukan misi dan membawa organisasi pada arah yang lebih baik.

Strategi *Community Relation*

Dalam pelaksanaan administrasi pekerjaan sosial, seorang administrator harus menyadari pentingnya hubungan dengan masyarakat baik itu untuk agensi serta layanannya sendiri dan untuk masyarakat secara keseluruhan (Skidmore, 1995). Seorang administrator pekerja sosial yang berkompeten harus berusaha mendapatkan hubungan masyarakat yang baik dan efektif dengan masyarakat maupun staf pekerja sosial yang merupakan ahli hubungan masyarakat atau humas agar tujuan tersampaikan dengan benar dan tidak ada miskomunikasi dalam penyampaiannya.

Community relations sendiri merupakan sebuah bentuk implementasi dari program tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* sebuah perusahaan. CSR merupakan suatu penghubung atau *linkage* antara perusahaan dan stakeholder (Putra, 2014). CSR dikatakan sebagai suatu bentuk penyeimbang dalam konteks sosial serta juga merupakan bentuk sarana promosi kontemporer (Putra, 2014).

Community relations merupakan salah satu bagian dari public relations apabila dilihat dari jenis publiknya (Lattimore & et al, 2010 dalam Putra, 2014). *Community relations* sebagai salah satu bentuk implementasi dari public relations yang terdiri dari partisipasi institusi yang terencana, aktif, dan terus menerus dalam komunitas untuk memelihara serta melakukan perbaikan terhadap lingkungannya untuk keuntungan dan kebaikan komunitas serta institusi itu sendiri (Lattimore & et al, 2010 dalam Putra, 2014). Komunitas merupakan sasaran dari public relations yang dituju yakni *community relations*.

Istilah *Community relations* atau hubungan dengan komunitas merupakan salah satu bentuk implementasi dari hubungan masyarakat atau *public relations*. Menurut Moore (dalam Devita dan

Sumartono, 2010) *community relations* adalah hubungan antara sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, pemerintah yang sama, dan mempunyai kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun temurun dan mempunyai tujuan yang sama. Sedangkan menurut Doorley & Gracia (dalam Putra, 2014) *community relations* merupakan suatu bentuk pengembangan strategis atas suatu hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan komunitas dimana tujuan jangka panjangnya adalah untuk membangun reputasi dan juga kepercayaan komunitas terhadap perusahaan.

Analisis Strategi Kemitraan Plan Indonesia

Menurut laporan tahunan tahun 2020 Yayasan Plan International Indonesia, terdapat sepuluh kemitraan yang menjalin kolaborasi bersama dalam membangun dan memajukan hak-hak anak perempuan dan perempuan. Beberapa perusahaan, organisasi, hingga pemerintah regional yang menjalin kemitraan dengan Plan Indonesia adalah PT Sarana Multi Infrastruktur (PT SMI), The Body Shop Indonesia, Astrazeneca, Accenture, JP Morgan, Uni Eropa, US Department of Labor, Department of Foreign Affairs and Trade Australia, Biscayne Hospitality, dan Kementerian Luar Negeri Belanda.

Sebagai sebuah strategi untuk membangun reputasi dan kepercayaan komunitas terhadap perusahaan, *community relations* merupakan strategi yang pas untuk menjalin kemitraan dua belah pihak. Lebih tepatnya pihak perusahaan dan publik. Hal ini dapat disetujui karena menurut Skidmore (1995), seorang administrator pekerjaan sosial yang kompeten memanfaatkan berbagai cara untuk menginterpretasikan agen mereka kepada publik dan menjangkau anggota masyarakat.

Dengan adanya kemitraan dan kolaborasi yang terjalin antara Plan Indonesia sebagai

lembaga utama dan sepuluh mitra lainnya sebagai organisasi mitra mampu menciptakan program-program yang tersalurkan dengan baik. Contoh program yang terlaksana dengan baik adalah antara Plan Indonesia dan PT Sarana Multi Infrastruktur (PT SMI) dalam merespon krisis gempa bumi di Lombok, Nusa Tenggara Barat pada tahun 2018 lalu. Kerusakan yang dialami oleh gempa bumi itu meninggalkan ribuan anak tanpa akses ke pendidikan dan ruang aman untuk belajar. Plan Indonesia merupakan salah satu organisasi pertama dalam merespon krisis tersebut serta memprioritaskan pendidikan dan psikososial anak-anak yang terkena dampak oleh gempa bumi tersebut. Plan Indonesia beserta PT SMI bekerja sama dalam menyediakan akses pendidikan darurat dengan memfasilitasi enam sekolah darurat di Lombok Utara dan Lombok Barat dan pendistribusian perlengkapan sekolah kepada 2.400 anak.

Contoh lain dari kemitraan yang terjalin adalah antara Plan Indonesia dengan Department of Foreign Affairs and Trade Australia atau Departemen Luar Negeri dan Perdagangan Australia dalam meningkatkan kualitas akses dan partisipasi masyarakat terhadap kebersihan dan sanitasi serta mempromosikan partisipasi aktif perempuan serta penyandang disabilitas dalam proyek Water for Women. Proyek ini berhasil menjangkau 198.663 orang hingga tahun 2020.

Kemitraan yang terjalin lainnya antara Plan Indonesia dengan Uni Eropa dalam implementasi proyek Mata Kail. Upaya dari proyek ini adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kesempatan kerja bagi kaum muda yang terpinggirkan, khususnya kaum muda perempuan, di sektor pengolahan di Indonesia lewat pemberdayaan UKM dan UMKM di sektor perikanan.

Jika dilihat dan ditinjau kembali, terdapat suatu pola dari kemitraan ini yakni adanya pelayanan untuk publik yang berasaskan misi sosial melalui penyampaian program yang diselenggarakan. Menurut Chen & Graddy (2010), organisasi nirlaba membentuk kemitraan berdasarkan dua bentuk motivasi yang luas yakni motivasi untuk mendapatkan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan program dan untuk mencapai tujuan organisasi. Seperti contoh yang sudah diberikan, Plan Indonesia memiliki tujuan organisasi yakni pemenuhan hak-hak anak dan kesetaraan bagi anak maupun kaum muda perempuan. Untuk merealisasikan tujuan tersebut, kolaborasi serta kemitraan dengan organisasi mitra lainnya membantu untuk merealisasikan tujuan atau misi dari lembaga utama yakni Plan Indonesia.

Dilansir dari website Project Child, kemitraan juga membantu untuk memperluas program organisasi dengan membangun program baru atau menggabungkan program yang ada dan membuatnya lebih kuat. Kedua organisasi yang bekerja sama dapat memperluas kapasitasnya untuk dikembangkan bersama dan memberikan nilai lebih dari setiap program yang telah dijalankan.

Selain itu, kemitraan juga memiliki manfaat seperti meningkatkan kesadaran merek sebuah organisasi. Kemitraan juga dapat dijadikan sebagai strategi promosi untuk menjangkau jaringan atau mitra yang lebih luas. Seperti penggunaan media sosial, situs web, atau upaya pemasaran secara tradisional *mouth to mouth* menjadi strategi branding yang permanen. Menurut Skidmore (1995), penggunaan media seperti televisi, radio, brosur surat kabar, dan buku dapat menjangkau anggota masyarakat yang lebih luas. Media sosial pun dapat dijadikan sebagai strategi promosi untuk menjangkau khalayak umum yang lebih luas serta optimalisasi penggunaan sumber daya organisasi. Hal ini dibuktikan dari penemuan

studi kualitatif oleh Given, Forcier & Rathi pada tahun 2013 tentang penggunaan media sosial oleh organisasi nirlaba sebagai strategi promosi dan pemasaran program yakni:

- fungsi penting dari media sosial untuk menjangkau klien dan donor di masyarakat,
- pentingnya penyeimbangan duplikasi informasi diberbagai platform dengan strategi media yang unik, dan
- penting bagi organisasi untuk memiliki strategi komunikasi yang diartikulasikan secara formal untuk implementasi maksimal dari media sosial. Oleh karena itu, media sosial memiliki peran dalam membantu menyebarluaskan dan menjangkau jaringan serta mitra yang lebih luas.

KESIMPULAN

Yayasan Plan Indonesia merupakan salah satu lembaga pelayanan sosial di Indonesia. Plan Indonesia memiliki tujuan untuk memajukan hak-hak anak dan kesetaraan bagi anak perempuan. Pemenuhan tujuan tersebut dapat direalisasikan dengan bermitra dengan organisasi lainnya. Hasil analisis menunjukkan kemitraan yang dilakukan oleh Plan Indonesia berupa berbagai program maupun layanannya dilakukan dengan menggunakan strategi *community relations*. Strategi tersebut dengan bantuan penggunaan media sosial sebagai optimalisasi sumber daya organisasi juga membantu dalam menyebarluaskan serta menjangkau jaringan mitra yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Balai Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat (BP-PAUD dan DIKMAS). (2018). Bahan Ajar Membangun Kemitraan. Kalimantan Selatan.
- Chen, Bin., & Graddy, Elizabeth A. (2010). *The effectiveness of nonprofit lead-organization networks for social service*

- delivery*. , 20(4), 405–422. doi:10.1002/nml.20002
- Devita, D., & Sumartono, S. (2010). Hubungan Manfaat Kegiatan Community Relations Dengan Citra Perusahaan Pt. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Pada Masyarakat Kragilan Serang Banten. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2011. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.45 Tentang Pelaporan Keuangan Entitas Nirlaba. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Irfan, Maulana., Rusyidi, Binahayati. & Lubis, Zulham Hamidan. (2021). Analisis Strategi Kemitraan Aksi Cepat Tanggap (Act) Terhadap Keberhasilan Program. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(2), 199-209. doi: 10.24198/jkrk.v3i2.35153
- Kinasih, Sekar Ningtyas. (2019). The Importance of Partnership and Collaboration in Non-profit Sector - Project Child. Retrieved 15 December 2021, from <https://projectchild.ngo/blog/2019/08/29/the-importance-of-partnership-and-collaboration-in-non-profit-sector/>
- Putra, Yudistira Pratama. 2014. Program Csr Sebagai Penerapan Community Relations: Studi Kasus “Living With Hiv” Oleh Salah Satu Bank Internasional Yang Memiliki Cabang Pusat Di Indonesia. Skripsi Thesis, Universitas Airlangga. Diakses Dari http://journal.unair.ac.id/filerPDF/comm_d2face04eafull.pdf
- Sacristán López de los Mozos, I., Rodríguez Duarte, A. & Rodríguez Ruiz, Ó. Resource Dependence In Non-profit Organizations: Is It Harder To Fundraise If You Diversify Your Revenue Structure?. *Voluntas* 27, 2641–2665 (2016). <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9738-8>
- Tentang Kami – Yayasan Plan International Indonesia. Diakses pada 15 December 2021, dari <https://plan-international.or.id/id/tentang-plan/#profil>
- The Fiscal Year 2020 Annual Report (July 2019 – June 2020) – Yayasan Plan International Indonesia. (2021). Diakses pada 18 December 2021, dari <https://plan-international.or.id/id/the-fiscal-year-2020-annual-report-july-2019-june-2020/>