

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PANDEMI COVID-19: STUDI LITERATUR DAN LAPORAN KEBERLANJUTAN

Putu Ambika Apsari Kesuma Putri¹ Auliya Urahman² Arum Prastiwi³

Article history:

Submitted: 18 Desember 2023

Revised: 4 Januari 2024

Accepted: 22 Januari 2024

Keywords:

CSR;

Pandemic Covid-19;

Literature Review;

Kata Kunci:

CSR;

Pandemi Covid-19;

Studi Literatur;

Koresponding:

Universitas Brawijaya,

Malang, Indonesia

Email:

kesumaambika@gmail.com

Abstract

This research aims to understand Corporate Social Responsibility (CSR) by companies before and during the pandemic. The research method uses a qualitative approach by analyzing literature studies. A total of 21 articles were explored, covering CSR during the Covid-19 pandemic in various countries from various continents. In addition, this research analyzes the sustainability reports of companies in Indonesia to compare CSR practices before and during the pandemic, with random selection of companies of various types. The results of the research state that the implementation of (CSR) by companies during the Covid-19 pandemic has increased. This research seeks to provide a comprehensive picture of CSR implementation by companies during the Covid-19 pandemic crisis, by comparing CSR activities before and during the pandemic. Recommendations for increasing the number of review articles were given based on the finding that the number of articles that had been reviewed was still relatively small.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami Corporate Social Responsibility (CSR) oleh perusahaan sebelum dan selama pandemi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis studi kepustakaan. Sebanyak 21 artikel dieksplorasi, mencakup CSR selama pandemi Covid-19 di berbagai negara dari berbagai benua. Selain itu, penelitian ini menganalisis laporan keberlanjutan perusahaan di Indonesia untuk membandingkan praktik CSR sebelum dan selama pandemi, dengan pemilihan acak perusahaan berbagai jenis. Hasil penelitian menyatakan bahwa pelaksanaan (CSR) oleh perusahaan selama pandemi Covid-19 mengalami kenaikan. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran komprehensif mengenai implementasi CSR oleh perusahaan selama krisis pandemi Covid-19, dengan membandingkan aktivitas CSR sebelum dan selama pandemi. Rekomendasi peningkatan jumlah artikel tinjauan diberikan berdasarkan temuan bahwa jumlah artikel yang telah ditinjau masih tergolong sedikit.

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia²

Email: aulyaurahman8@gmail.com²

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia³

Email: arum@ub.ac.id³

PENDAHULUAN

Coronavirus Disease 2019, atau COVID-19, pertama kali terdeteksi di kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, pada Desember 2019. SARS-CoV-2, sebuah jenis coronavirus baru, menjadi sumber dari virus tersebut. Meskipun asal usul virus masih dalam penyelidikan dan perdebatan, diperkirakan bahwa virus ini berasal dari hewan, kemungkinan kelelawar, dan kemudian menular ke manusia melalui pasar hewan di Wuhan. COVID-19 adalah penyakit yang memengaruhi sistem pernapasan, pencernaan, dan saraf. Kasus pertama dilaporkan melibatkan seorang individu berusia 55 tahun dari Wuhan, Tiongkok (Andreas & Nuryasman, 2022).

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan COVID-19 sebagai pandemi pada 11 Maret 2020. WHO mengklasifikasikan COVID-19 sebagai pandemi global karena penyebarannya telah mencapai 188 negara, termasuk Indonesia yang diumumkan oleh Presiden Joko Widodo pada 2 Maret 2020 setelah munculnya dua kasus awal yang kemudian menyebar dengan cepat. Pandemi COVID-19 telah membawa perubahan signifikan dalam pola kerja, mengharuskan penyesuaian. Menurut Iswahyudi (2021), munculnya COVID-19 menyebabkan dampak negatif pada aktivitas ekonomi. Dalam menanggapi situasi dan informasi terus berkembang mengenai penyebaran COVID-19, pemerintah mengambil berbagai kebijakan, termasuk kebijakan bekerja dari rumah untuk karyawan. Pandemi global COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah mengubah berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan bisnis. Dampak yang dihasilkan tidak hanya dirasakan oleh individu dan komunitas, tetapi juga oleh perusahaan-perusahaan di berbagai sektor. Di tengah tantangan dan ketidakpastian yang diakibatkan oleh COVID-19, banyak perusahaan mulai menyadari pentingnya peran mereka dalam memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) atau Corporate Social Obligation menjadi semakin relevan selama pandemi ini. Kewajiban CSR perusahaan sendiri telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dasar hukum CSR sendiri tersebar dalam beberapa peraturan, misalnya dalam Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012). Perusahaan menghadapi tekanan tidak hanya untuk menjaga kelangsungan operasional, tetapi juga memberikan dukungan konkret kepada masyarakat yang terdampak. Krisis kesehatan dan ekonomi yang dihasilkan oleh Coronavirus menciptakan peluang bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial. Berdasarkan studi dan analisis terbaru, penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif terlibat dalam kegiatan CSR selama pandemi cenderung mendapatkan dukungan lebih besar dari konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan memberikan nilai tambah. Banyak perusahaan di berbagai sektor telah mengintegrasikan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam operasional mereka. Beberapa perusahaan yang terkenal dengan pelaksanaan CSR pada masa pandemi Covid-19 yang menjangkau penelitian beberapa negara dari berbagai benua. Termasuk di dalamnya benua Amerika, Eropa, Asia, dan Eurasia.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah kerangka kerja teoritis yang menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan berusaha mempertahankan dukungan dan pengakuan sosial, politik, dan ekonomi dari pemangku kepentingan atau stakeholder dengan cara memperoleh legitimasi untuk tindakan mereka. Teori yang dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) mengatakan bahwa perusahaan perlu berkontribusi secara positif kepada masyarakat dan lingkungannya dengan tujuan memperoleh pengakuan dari masyarakat.

Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk lebih transparan mengenai aktivitas CSR mereka. Termasuk dengan pengungkapannya. Hal ini juga melibatkan kampanye komunikasi untuk mengedukasi masyarakat tentang komitmen perusahaan dalam upaya CSR organisasi dan dampak positifnya. Dalam melakukan upaya tersebut, perusahaan mungkin menghadapi krisis reputasi sehingga perusahaan perlu merespon masalah tersebut.

Teori legitimasi sendiri mendukung ide untuk melakukan perubahan dan penyesuaian program CSR agar tetap relevan bagi masyarakat. Hal ini dilakukan perusahaan untuk menjaga kepercayaan

dari masyarakat. Apabila terjadi hambatan maka perlu adanya pengambilan tindakan untuk memulihkan legitimasi yang terancam.

Pandemi COVID-19

Pandemi didefinisikan sebagai wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas. Telah terjadi banyak sekali pandemic yang tercatat dalam Sejarah. Seperti flu asia pada tahun 1957 hingga 1958 dari Tiongkok dan Epidemii Ebola pada tahun 2014-2016 di Afrika Barat.

Pandemi COVID-19 ditetapkan sebagai pandemi yang telah melanda hampir semua negara di dunia. Penyakit COVID-19 disebabkan virus corona yang telah menimbulkan korban sebanyak hampir 70 juta orang meninggal dunia di seluruh dunia. Bahkan COVID-19 bermutasi dengan cepat dan hingga saat ini terdapat 4 mutasi. Di antaranya varian Alfa, Beta, Delta, dan Omicron. Indonesia adalah negara berkembang dan terpadat keempat di dunia, dengan demikian diperkirakan akan sangat menderita dan dalam periode waktu yang lebih lama (Putri, 2020).

Secara keseluruhan, jelas bahwa COVID-19 mewakili pandemi global yang terjadi mengganggu aktivitas ekonomi dan menimbulkan risiko besar terhadap kesejahteraan umum. Itu telah meningkatkan penderitaan manusia, terganggunya perekonomian, menyebabkan hilangnya nyawa miliaran orang di seluruh dunia, dan berdampak signifikan terhadap kesehatan, perekonomian, lingkungan hidup, dan bidang sosial. (Freze et al, 2023). Oleh karena itu, krisis kontemporer ini memaksa organisasi untuk mendefinisikan ulang banyak aspek operasi dan tanggung jawab sosial mereka. Mengambil langkah mundur dan merancang model bisnis yang lebih bijaksana dan inovatif bahwa bantuan untuk membendung dan menangani wabah virus dapat memberikan hasil yang lebih berkelanjutan (Babińska, 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan analisis studi kepustakaan (literature review). Total 21 artikel yang ditinjau yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR pada masa pandemi Covid-19 yang menjangkau penelitian beberapa negara dari berbagai benua. Termasuk di dalamnya benua Amerika, Eropa, Asia, dan Eurasia. Selain meninjau artikel, peneliti juga menganalisis laporan tahunan dan laporan keberlanjutan dari perusahaan di Indonesia untuk memberikan perbandingan CSR yang dilakukan perusahaan sebelum dan selama pandemi. Analisis ini dilakukan dengan memilih perusahaan yang berbeda jenis secara acak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tinjauan literatur yang telah peneliti lakukan menghasilkan beberapa pembahasan terkait CSR yang dilakukan pada masa pandemic Covid-19. Artikel yang telah berhasil ditinjau memiliki cakupan yang cukup luas untuk memberikan bukti teoritis terkait CSR di beberapa benua di dunia. Teori stakeholder adalah teori yang paling sering digunakan dalam artikel tersebut. Teori stakeholder mengidentifikasi dan mengakui peran penting dari berbagai pemangku kepentingan dalam sebuah organisasi. Teori ini menyoroti pentingnya pemenuhan kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan bagi kelanjutan perusahaan. Teori ini memandang bahwa organisasi sebagai sebuah entitas harus mempertimbangkan dan membangun interaksi dengan beragam pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, pemegang saham perusahaan, komunitas lokal, juga pemerintah. Transparansi pelaporan aktivitas perusahaan akan menjadi komponen kunci dari praktik CSR yang efektif. Hal ini berdampak positif pada reputasi entitas dan memperkuat hubungan dengan para stakeholder serta membantu perusahaan untuk mempertahankan dukungan jangka panjang

Penelitian terdahulu lebih cenderung membahas terkait komponen, implementasi, pengkomunikasian serta dampak pelaksanaan CSR perusahaan pada pandemi Covid-19. Berdasarkan penelitian oleh Chuah et al (2022) terdapat beberapa komponen terpenting dari pelaksanaan CSR oleh perusahaan di Amerika. Filantropi adalah komponen terpenting dalam penilaian pelanggan dari CSR. Diikuti oleh lingkungan, ekonomi, dan etika dari komponen CSR. Hal ini juga sejalan dengan

penelitian lainnya yang menyebutkan bahwa program CSR pada masa pandemi COVID-19 kebanyakan bersifat filantropi (Tarigan et al, 2023). Komponen kegiatan CSR akan sukses dengan mengadopsi pendekatan Triple Bottom Line yaitu mencakup planet, people, profit yang menggambarkan tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonominya. (Wijonarko & Astuti, 2022).

Hasil dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa perusahaan tetap menjalankan CSR dengan baik pada masa pandemi. Kegiatan CSR oleh PT. Pertamina telah berjalan dengan baik dan berperan aktif dalam membentuk persepsi positif dari masyarakat (Lestari & Suryatimur, 2023). Pertamina Sungai Pakning juga memenuhi kewajiban perusahaannya dengan sukses pada masa pandemi (Damaiyanti, 2022). PT Grab Indonesia turut serta menjalankan CSR dengan menyelenggarakan vaksinasi Covid-19 bersama dengan pemerintah (Damayanti & Dewi, 2021). Perusahaan besar yang telah meraih predikat Unicorn mempunyai peran yang signifikan dalam membantu penanganan Covid-19 di masa pandemi (Prabowo, 2020). CSR oleh perusahaan juga diberikan kepada karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut. Perusahaan di Belgia menilai bahwa langkah-langkah yang diambil di bidang perlindungan pekerja pada masa pandemi sebagai CSR sudah cukup, meskipun masih bisa ditingkatkan lagi. (Kacprzak, 2021). Fathonah (2022) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa terhitung ada 16 perusahaan dari sampel penelitiannya yang sudah melakukan tindakan nyata kepada karyawan dan komunitas lainnya.

Tidak hanya dari segi pelaksanaannya, perusahaan juga secara efektif dapat mengkomunikasikan kegiatan CSR yang telah dilakukan dengan baik. Hasil penelitian oleh Nurjanah menyatakan bahwa program CSR oleh Bank BRI telah dilaksanakan dan dikomunikasikan dengan baik Terdapat empat prinsip dalam pengungkapannya yaitu akuntabilitas, transparansi, tanggung jawab, dan inklusi (Nurjanah, 2021).

Pandemi Covid-19 merupakan peluang bagi perusahaan yang mengkomunikasikan CSR melalui media sosial. Media sosial adalah alat yang selama pandemi memungkinkan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan dan mengkomunikasikan isu-isu CSR dengan khalayak luas serta memudahkan untuk mengidentifikasi, menjangkau dan melibatkan para pemangku kepentingan (Mazza et al, 2022). Krisis Covid-19 mempercepat pengembangan CSR pasca pandemi dalam jangka panjang (Babińska, D (2020))

Pandemi Covid-19 bukanlah suatu hambatan yang besar bagi perusahaan untuk tetap menjalankan tanggungjawab sosialnya. Walaupun tidak dipungkiri hambatan tersebut tetap ada. Perusahaan yang masih terbilang muda seperti UKM cenderung menghadapi tantangan unik dalam melaksanakan CSR, seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya pengalaman dalam pengelolaan yang kompleks (Freze et al, 2023). Beberapa pemilik industri pariwisata di Bali juga mengalami hal yang sama. Sehingga diperlukan penyesuaian implementasi CSR di industri pariwisata Bali pada masa pandemi Covid-19 (Rajagukguk et al, 2022).

CSR yang dilakukan perusahaan pada masa pandemi Covid-19 juga memberikan dampak yang baik bagi perusahaan tersebut. Pendekatan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan. Pendekatan CSR dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang sama terhadap kecenderungan konsumen terhadap pembelian berkelanjutan produk (Vatãnescu, et al, 2021). Komponen tanggung jawab sosial ekonomi dan etika perusahaan berdampak pada citra perusahaan (Yilmazel & Karademir, 2022). Jadi, CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, harus selalu mendampingi masyarakat yang rentan terkena dampak Covid-19 membangun kesejahteraan bersama antara karyawan, keluarga dan masyarakat sekitar perusahaan (Diani, 2022).

Perbandingan Implementasi CSR di perusahaan Indonesia

Selain tinjauan literatur atas penelitian terdahulu, peneliti melakukan tinjauan terhadap laporan keberlanjutan oleh beberapa perusahaan yang memuat informasi terkait pelaksanaan CSR yang telah dilakukan selama periode tertentu. Durasi periode tersebut diharapkan dapat menggambarkan perbandingan perkembangan aktivitas CSR sebelum dan selama pandemic Covid-19 terjadi. Hal ini dilakukan peneliti demi memberikan gambaran yang lebih luas terkait pelaksanaan CSR oleh perusahaan di Indonesia pada masa krisis tersebut. Rincian penjelasan disajikan dalam tabel 3 pada lampiran.

Berdasarkan rincian perbandingan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dari berbagai jenis bidang, diketahui bahwa CSR pada masa pandemic Covid-19 mengalami peningkatan

terutama pada tahun 2020. Kegiatan CSR yang dilakukan lebih berfokus kepada dukungan terhadap kesehatan masyarakat yaitu sebagai pihak yang terdampak virus. Hal ini adalah pilihan yang tepat karena dukungan itulah yang paling dibutuhkan masyarakat pada masa pandemi. Namun, perusahaan juga tidak mengabaikan aspek CSR lainnya yang tetap harus dipenuhi seperti bidang lingkungan, pendidikan, dan ekonomi. Oleh karena itu, peneliti juga melakukan analisis terhadap pengungkapan CSR berdasarkan GRI Indeks. Periode analisis merupakan 2019 hingga 2022. Berikut merupakan persentase pengungkapan CSR setiap tahunnya.

Table 1.
Persentase Kenaikan Pengungkapan CSR Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Bidang Perusahaan	Persentase			Rata-rata Kenaikan
			Kenaikan 2019-2020	Kenaikan 2020-2021	Kenaikan 2021-2022	
1	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	Manufaktur	44%	50%	18%	37%
2	PT Aneka Tambang Tbk (ANTM)	Pertambangan	26%	-2%	66%	30%
3	PT Kalbe Farma Tbk (KLBF)	Farmasi	178%	18%	23%	72%
4	PT XL Axiata Tbk (EXCL)	Komunikasi	-4%	-16%	138%	39%
5	PT Bank Central Asia Tbk (BBCA)	Perbankan	107%	0%	-3%	35%

source : Analisis Peneliti 2023

Tabel di atas menyatakan bahwa pengungkapan CSR oleh perusahaan sampel cenderung mengalami kenaikan. Hal ini membuktikan bahwa pandemi Covid-19 menjadi salah satu faktor mengungkapkan lebih banyak aktivitas CSR. Hal ini disebabkan karena adanya masyarakat terdampak Covid-19 menjadi peluang perusahaan untuk melakukan CSR sebagai bentuk kontribusi perusahaan dalam menanggulangi permasalahan sosial di masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan CSR oleh Perusahaan khususnya di Indonesia berlangsung dengan baik selama terjadinya Pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 bukanlah suatu hambatan yang besar bagi perusahaan untuk tetap menjalankan tanggungjawab sosialnya. Justru pandemi Covid-19 memberikan peluang lebih besar kepada perusahaan untuk tetap memberikan dan meningkatkan kontribusi kepada masyarakat meskipun terdapat beberapa tantangan dalam pelaksanaannya. Berbagai perusahaan telah berhasil melaksanakan tanggungjawab sosialnya. Bahkan berhasil meningkatkan kualitas CSR dengan fokus mendukung kesehatan masyarakat. Selain itu, keadaan pasca pandemi Covid-19 juga membuka dimensi baru untuk perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR dengan lebih mudah dan efektif kepada seluruh pemangku kepentingan Perusahaan.

Peneliti mengakui bahwa penelitian ini tidak luput dari keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh peneliti. Dari segi literatur, penelitian ini telah meninjau artikel yang dapat mencakup beberapa negara dari benua yang berbeda. Namun, artikel yang ditinjau berjumlah cukup kecil. Maka, akan lebih baik untuk menambah jumlah artikel tinjauan pada penelitian selanjutnya. Selain itu peneliti hanya menjangkau penelitian terdahulu dari 4 benua yang berbeda yaitu Amerika, Eropa, Asia, dan Eurasia. Meninjau penelitian dari benua Afrika dan Australia akan sangat disarankan.

REFERENSI

- Aini, E. (2020). Strategies and Programs Corporate Social Responsibility (CSR) Facing the Era New Normal. *International Journal of Innovation Review*.1 (1): 45-52
- Babińska. (2020). Corporate Social Responsibility in Time of Pandemic. *Humanitas University's Research Papers. Management*.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Chuah, e al. (2022). What is holding customers back? Assessing the moderating roles of personal and social norms on CSR'S routes to Airbnb repurchase intention in the COVID-19 era. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 50:67–82
- Damaiyanti, S. (2022). Corporate Social Responsibility strategy for PT Pertamina Sungai Pakning community empowerment during the Covid-19 pandemic. *COMMICAST*. 3(2):101-109
- Damayanti, N & Dewi, Y. (2021). Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Grab Indonesia Di Era New Normal Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. 4(2): 236-246
- Diani, P. (2022). Various CSR practices PT. Grab Indonesia during the Covid-19 pandemic. *Commicast*. 3(2): 79-91
- Fathonah, A. (2022). Empowerment in the Pandemic Era: The Role of Corporate Social Responsibility (CSR) in Industry Survive in Indonesia. *International Journal of Economics*.
- Freze, et al. (2023). Business Leadership and Corporate Social Responsibility in the Post-COVID Era. *Economies* 11: 98
- Grewatsch, S., & Kleindienst, I. (2017). The impact of corporate social responsibility on organizational commitment: A study in the airline industry. *Journal of Business Ethics*, 140(4), 609-625.
- Jaiyeoba, et al. (2021). Corporate social responsibility as an effective promotional tool for the Malaysian halal certified companies in the era of Covid-19. *Journal of Islamic Marketing*
- Kacprzak, et al. (2021). Corporate Social Responsibility in the Era of the COVID-19 Pandemic on the Example of Companies from Poland, Belgium, and Ukraine. *European Research Studies Journal*. Vol 24
- Kim, et al. (2022). Corporate Sustainability in the Wake of the COVID-19 Global Pandemic: Does CSR Enhance Corporate Survival during a Market Crisis. *Sustainability*. 14
- Lestari, F., & Suryatimur, K. (2023). Implementation of CSR (Corporate Social Responsibility) in Increasing the Image of PT Pertamina. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*. 2(2)
- Marthin, et al. (2017). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private And Commercial Law*. 1 (1)
- Mazza, et al. (2022). A text mining approach for CSR communication: an explorative analysis of energy firms on Twitter in the post-pandemic era. *Italian Journal of Marketing*. 317–340
- Nurjanah, A. (2021). Corporate Social Responsibility Communication and Company Reputation in Pandemic Era. *Jurnal Komunikator*. 13(2)]
- Oktaviana, D. (2020). Pertamina's CSR Program "Seriekandi Patra" in Empowering Communities with Disabilities during Pandemic. *International Journal of Innovation Review*.1 (1): 71-79
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012).
- Prabowo, K. (2021). Corporate Social Responsibility (CSR) of Unicorn Companies in Indonesia During COVID-19 Pandemic. *Inclusive Society and Sustainability Studies*. 1 (2): 33-44
- Rajagukguk, et al (2022). Internal People As The Corporate Social Responsibility (CSR) Target Audience in The Covid-19 Pandemic Era:The Case of The Tourism Industry. *Malaysian Journal of Business and Economics*. 9 (1)

- Tarigan, et al (2023). Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bidang Kesehatan PT Freeport Indonesia di Era Pandemi COVID-19. Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti. 8 (1): 112-124
- Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT)
- Vat' am' anescu, et al (2021). Before and after the outbreak of Covid-19: Linking fashion companies' corporate social responsibility approach to consumers' demand for sustainable products. Journal of Cleaner Production. 321
- Wijonarko, G., & Astuti, S. (2022). Implementation of corporate social responsibility based on the triple bottom line concept in the era of Covid 19 pandemic. Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia. 8(2): 405-414
- Yilmazel, S., & Karademir, A. (2022). Impact of corporate social responsibility performed by Turkish banks related to COVID-19 on customer satisfaction and loyalty. Business & Management Studies: An International Journal. 10(4):1228-1240

Website:

<https://www.unilever.co.id/hubungan-investor/publikasi-perusahaan/sustainability-report/>
<https://antam.com/en/reports/csr-related-reports>
<https://www.kalbe.co.id/en/sustainability/sustainability-report>
<https://www.xlaxiata.co.id/id/keberlanjutan/laporan-keberlanjutan>
[https://www.bca.co.id/en/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan Keberlanjutan?funnel_source=searchresult](https://www.bca.co.id/en/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan%20Keberlanjutan?funnel_source=searchresult)