LANCAH JURNAL INOVASI DAN TREN
Vol. 2, No. 1, 2024, pp. 155~161
e-ISSN: 3025-8189 ; p-ISSN: 3025-8197
DOI: https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2250


# Analisis Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) Selama Pandemi Covid-19 pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

**Nurma Sari[1], Maemunah Nurmaya Sari[2*]**
[1,2)] Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

**Info Artikel**

***Riwayat Artikel:***

Diterima 10, 02, 2024
Disetujui 12, 02, 2024
Diterbitkan 13, 02, 2024

***Katakunci:***

*Corporate Social Responsibility (CSR) Practices,*
*Covid-19 Pandemic,*
*Indonesian Stock Exchange*

**ABSTRACT**

*This research aims to find out what efforts companies have made through their CSR programs during the Covid-19 pandemic. The approach in this research is a qualitative approach, and this research is website-based research, where all the data is mostly taken from internet sources, especially from the website www.idx.co.id. The companies that make up the population in this research are 152 companies from two sectors and the annual reports observed are in 2020, due to the limited data obtained, namely there are no 2020 and 2021 annual reports on the Indonesian Stock Exchange companies. The research results show that as of August 2022, of the 152 companies studied there were only 3 companies that made 2020 annual reports. From the CSR reports used as research samples, researchers drew the conclusion that the CSR practices carried out by companies during the Covid-19 pandemic were classified into 3 groups, namely CSR activities for employees, for the community, and thirdly for customers. Researchers also concluded that the CSR report of PT Surya Permata Andalan Tbk. is superior in terms of expressing health insurance for employees, while PT Selamat Selamat is superior in terms of disclosing the nominal amount of CSR funds spent.*

*This is an open access article under the CC BY-SA license.*

***Penulis Korespodensi:***

**Maemunah Nurmaya Sari**
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia
Email: maemunah.nurmayasari@gmail.com

Cara Sitasi Artikel ini dalam APA:
Sari, N., & Sari, M. N. (2024). Analisis Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Selama Pandemi Covid-19 pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren, 2(1), 155~161. https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2250

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak serius pada berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki tanggung jawab sosial yang semakin penting untuk dipertimbangkan dalam menghadapi tantangan ini. Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu aspek kritis dalam mengukur kontribusi perusahaan terhadap masyarakat di tengah pandemi. Beberapa penelitian telah menyoroti pentingnya Corporate Social Responsibility (CSR) dalam menghadapi pandemi COVID-19, terutama dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sebuah studi menunjukkan bahwa komunikasi CSR BRI Peduli selama pandemi COVID-19 menjadi fokus penelitian, sementara penelitian lain mengeksplorasi dampak pandemi terhadap pengeluaran CSR perusahaan go public di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa CSR memainkan peran penting dalam respons perusahaan terhadap krisis kesehatan dan dampak sosialnya [1]. Selain itu, penting untuk dicatat bahwa konsep CSR memiliki arti yang besar dalam konteks pandemi COVID-19, di mana dukungan perusahaan terhadap masyarakat menjadi semakin kritis. Beberapa penelitian juga menyoroti bahwa pandemi telah memengaruhi biaya CSR, dengan kinerja keberlanjutan menjadi salah satu aspek yang terdampak [2]. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa CSR memegang peran penting dalam respons perusahaan terhadap pandemi COVID-19, terutama dalam konteks perusahaan yang terdaftar di BEI. Upaya perusahaan dalam mempertimbangkan dan meningkatkan kontribusi CSR mereka dapat berdampak positif pada masyarakat di tengah tantangan yang dihadapi.

Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) selama pandemi COVID-19 telah menjadi fokus penting di berbagai perusahaan, termasuk di Bursa Efek Indonesia (BEI). Beberapa contoh praktik CSR selama pandemi termasuk program kesehatan, kolaborasi dengan mitra untuk menyediakan konten bermanfaat, pembagian masker, dan kampanye pencegahan penyebaran virus. Perusahaan-perusahaan seperti PT MRT Jakarta, Grab, PT. Pertamina, Wingsgroup, Sinarmas Land, dan PT Energi Pelabuhan Indonesia (EPI) telah melakukan berbagai inisiatif CSR selama pandemi, seperti pembagian masker, kampanye #dirumahaja, bantuan bagi masyarakat rentan, dan pemeriksaan kesehatan bagi karyawan. Analisis praktik CSR ini penting untuk memahami kontribusi perusahaan dalam merespons kebutuhan masyarakat di tengah krisis kesehatan global [3].

Dalam pengembangan analisis ini, akan dilihat sejauh mana perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI telah melibatkan diri dalam berbagai kegiatan CSR selama pandemi. Ini mencakup langkah-langkah konkret yang diambil oleh perusahaan, alokasi sumber daya untuk bantuan kemanusiaan, dukungan kepada pekerja dan mitra bisnis, serta langkah-langkah untuk menjaga lingkungan dan kesehatan masyarakat. Analisis terhadap dampak inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap reputasi perusahaan, hubungan dengan pemangku kepentingan, dan keterlibatan masyarakat merupakan langkah penting dalam mengevaluasi efektivitas CSR. Beberapa pertanyaan kritis yang perlu dijawab dalam analisis ini meliputi sejauh mana perusahaan memenuhi harapan masyarakat terhadap tanggung jawab sosialnya dan bagaimana langkah-langkah ini dapat meningkatkan ketahanan perusahaan di masa depan. Dalam mengevaluasi dampak inisiatif CSR, perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek, termasuk respons masyarakat terhadap program-program CSR yang dijalankan, perubahan dalam persepsi dan sikap masyarakat terhadap perusahaan, serta dampak langsung terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat setempat. Selain itu, penting pula untuk memantau bagaimana inisiatif CSR memengaruhi hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, seperti karyawan, konsumen, dan mitra bisnis. Evaluasi terhadap keterlibatan masyarakat juga menjadi hal yang krusial, karena menunjukkan sejauh mana inisiatif CSR mampu memberdayakan dan melibatkan masyarakat dalam berbagai program yang dilaksanakan.

## 2. DASAR TEORI

Dasar teori dalam analisis praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) selama pandemi COVID-19 pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melibatkan konsep-konsep kunci terkait CSR, dampak pandemi, dan tanggung jawab perusahaan dalam situasi krisis.

***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis dan interaksi dengan pemangku kepentingan mereka. CSR adalah model bisnis yang mengatur diri sendiri dan bertujuan untuk bertanggung jawab secara sosial terhadap dirinya sendiri, pemangku kepentingan, dan masyarakat. CSR melibatkan praktik seperti tanggung jawab etis, filantropi, dan memenuhi harapan pemegang saham dan pemangku kepentingan. Ini dapat menghasilkan berbagai keuntungan kompetitif, termasuk akses yang lebih baik ke modal dan pasar, peningkatan penjualan dan keuntungan, serta peningkatan citra merek dan reputasi [4]. CSR bukan hanya tentang amal atau filantropi, tetapi tentang beroperasi dengan cara yang meningkatkan masyarakat dan lingkungan. Ini mencakup pendekatan "*Triple-Bottom-Line*," yang menyeimbangkan kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dengan merangkul CSR, perusahaan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sambil juga meningkatkan merek mereka dan meningkatkan semangat kerja di tempat kerja [5]. Secara keseluruhan, CSR adalah konsep penting yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan, dan semakin diakui sebagai faktor kunci dalam kesuksesan bisnis.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat diketahui sebagai komitmen usaha untuk berbuat secara etis, berjalan secara resmi, dan berkontribusi untuk pengembangan ekonomi beriringan dengan pengembangan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas secara lebih luas. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Fungsi-fungsi CSR meliputi komitmen untuk melakukan usaha secara etis dan legal, mewujudkan pembangunan ekonomi secara luas dan berkelanjutan, serta sebagai bentuk tanggung jawab suatu perusahaan terhadap stakeholder, seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional yang melingkupi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Implementasi CSR diharapkan dapat meningkatkan iklim bisnis bagi perusahaan dan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat [6]. Dalam praktiknya, upaya CSR dapat dianalisis dan dilakukan dengan mengacu pada tiga sisi yaitu:

1. *Enabling.* Sebuah upaya untuk mewujudkan suasana yang memungkinkan kesanggupan masyarakat untuk berkembang *(enabling).*
2. *Empowering.* Yaitu meningkatkan potensi atau kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat *(empowering)*.
3. *Protecting.* Memperdayakan mengandung arti melindungi [7].

Perusahaan yang terlibat dalam kesepakatan sosial lebih mempertimbangkan pandangan yang luas, yaitu keadaan ekonomi, sosial, dan budaya di negara tempat bisnis tersebut beroperasi. CSR di negara berkembang memiliki masalah hukum yang lemah, kemiskinan serta Pendidikan yang rendah, CSR bukan alat untuk mengatasi semua persoalan tersebut akan tetapi lebih kepada instrumen untuk membantu pemerintah mendukung masyarakat serta struktur sebuah daerah. Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang maka akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan ekonomi bisnis pada perusahaan yang bersangkutan.

**Tujuan Pelaksanaan dari Berbagai Bentuk Kegiatan CSR**

Tujuan pelaksanaan berbagai bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain adalah untuk menjaga citra dan nama baik perusahaan, meningkatkan hubungan baik dengan stakeholder, memberikan manfaat bagi masyarakat, serta memperhatikan lingkungan hidup [8]. Selain itu, CSR juga bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, mendapatkan persepsi baik dari masyarakat dan investor, serta menyelaraskan kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, pelaksanaan CSR memiliki dampak yang positif bagi perusahaan, stakeholder, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Adapun tujuan pelaksanaan berbagai bentuk kegiatan CSR adalah untuk terwujudnya pembangunan berkelanjutan yang berlandaskan pada triple bottom line yaitu profit, people dan planet.

1. Aspek Profit

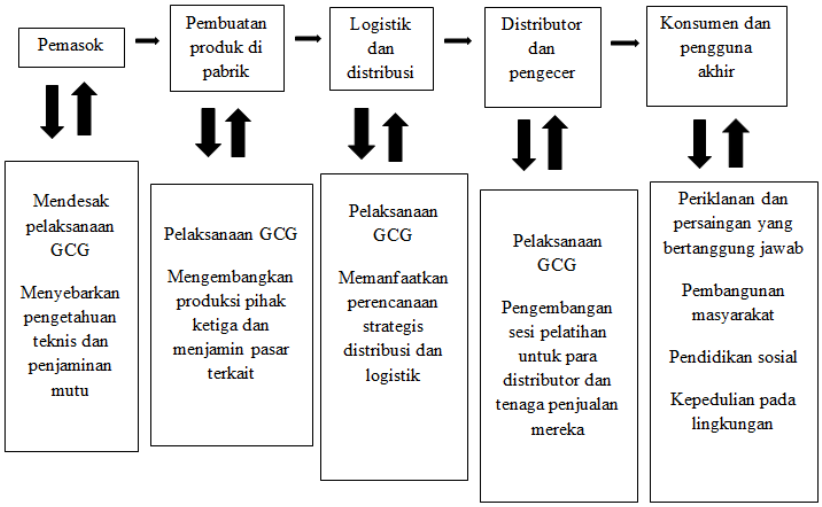
Untuk mengembangkan produktivitas dengan memperbaiki manajemen kerja, dimulai dengan menyederhanakan proses, mengurangi ketidaktepatan waktu atau waktu yang mengulur, mengurangi waktu proses produksi dan membangun hubungan yang konsisten dengan pemangku kepentingan *(stakeholder)*.

2. Aspek People
   Untuk memberikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun masyarakat. Dengan melakukan CSR, Perusahaan membentuk dan menetapkan reputasi perusahaan yang peduli akan lingkungan dan masyarakat sekitar, menetapkan label perusahaan, meningkatkan kepercayaan investor dan masyarakat sekitar.
3. Aspek Planet
   Untuk membuktikan adanya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan hidup, berupa penekanan polusi udara, air dan tanah, dengan membuat tempat tersendiri untuk pengelolaan limbah hasil produksi. Aspek planet juga berkaitan dengan kegiatan penghijauan dan reboisasi agar menambah lahan terbuka hijau dengan tujuan terwujudnya kelestaarian lingkungan. Maka dari itu pelaksanaan CSR mendorong terciptanya pembangunan berkelanjutan

**Jenis-Jenis CSR**

Dalam pelaksanaannya, program CSR perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu:

1. CSR terkait rantai nilai panjang
   Rantai nilai panjang atau extended supply chain merujuk pada pihak-pihak yang terlibat dalam pembentukan suatu produk, mulai dari pemasok bahan baku, produksi, hingga distribusi. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam rantai nilai panjang meliputi berbagai kegiatan, seperti pemilihan dan pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM), pelatihan mengenai praktik dan tata kelola yang baik, serta pemilihan pemasok bahan baku dan kemasan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kemakmuran melalui kemajuan usaha kecil dan menengah, serta meningkatkan daya saing perusahaan. SCS *(Supply Chain Sustainability)* merupakan salah satu komponen penting dalam CSR, yang menekankan pengelolaan lingkungan, sosial, dan ekonomi, serta mendorong praktik tata kelola yang baik untuk seluruh siklus rantai pasokan. Dalam konteks manajemen rantai pasokan, terdapat upaya untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasokan, seperti penggunaan sedikit pemasok untuk kepentingan jangka panjang *(extended enterprise)*. Selain itu, perusahaan-perusahaan besar juga mendorong pemasok-pemasok mereka untuk mengubah operasi transaksi menjadi *Electronic Data Interchange* (EDI) guna mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi [9].




**Gambar 1.** Pengembangan Rantai Nilai Mulai dari Pemasok, Proses Produksi, dan Distribusi ke Konsumen

2. CSR terkait pengembangan pasar
   Perusahaan harus menjalankan kegiatan CSR yang jenisnya bergantung pada kebutuhan masyarakat atau penduduk di daerah tempat perusahaan beroperasi. Hal ini bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar dan menjalin hubungan baik dengan mereka. Program pelaksanaan CSR dapat mencakup lima pilar aktivitas CSR yaitu menciptakan SDM yang handal dan pemberdayaan masyarakat, menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar, menjalankan tata kelola bisnis yang baik, menjaga kelestarian lingkungan dan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapat kepercayaan dan dukungan dari Masyarakat [10].
3. Kegiatan amal perusahaan
   Kegiatan dalam kelompok ini mencakup berbagai sumbangan amal dalam bentuk hibah tunai, sumbangan, atau pelayanan, misalnya ketika terjadi bencana nasional

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian berbasis website. Penelitian dilakukan pada perusahan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Peneliti mengambil data pada website www.idx.co.id. Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. "Metode penelitian yang belandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi" [11].

Penelitian ini merupakan studi literatur atau kepustakaan dimana peneliti mengandalkan berbagai literatur untuk memperoleh data penelitian dan menggunakan pendekatan kualitatif karena data yang dihasilkan berupa kata atau deskripsi. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai praktik CSR pada Perusahaan Bursa Efek di Indonesia selama pandemik Covid-19, selain itu dengan pendekatan kualitatif diharapkan mendapat data-data yang diperlukan mengenai praktik CSR pada perusahaan Bursa Efek di Indonesia.

**Populasi dan Sampel**

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" [12]. Menurut Margono (dalam [13]), "Populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan." Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia. "Populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan." Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada sektor infrastuktur dan barang konsumen non-primer. Jumlah populasi adalah 151 perusahaan yang terdiri dari 123 perusahaan sektor barang konsumen non-primer dan 29 perusahaan sektor infrastuktur.

Sampel penelitian yang digunakan tergantung pada laporan CSR didalam laporan tahunan yang tersedia di website idx.co.id berdasarkan dari pengamatan peneliti dari dua sektor (sektor konsumen non-primer dan sektor infrastruktur) ternyata laporan tersedia yang tersedia hanya tiga perusahaan yaitu NATO (PT. Surya Permata Andalan Tbk), CINT (PT Chitose Internasional Tbk), SMSM (Selamat Sempurna Tbk). Laporan tahunan yang diambil adalah laporan tahunan 2020. Sedangkan tidak ada yang dijadikan sampel dikarenakan tidak tersedia laporan tahunan 2021.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara studi pustaka berbasis website, data terbanyak diambil dari sumber internet. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut sugiyono (dalam [14]) "Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada

pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen." Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pada sektor konsumen non-primer dan sektor infrastruktur yang diperoleh dari situs www.idx.co.id.

## 4. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan data penelitian, praktik Corporate Social Responsibility pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemic Covid-19, banyak perusahaan yang tidak membuat laporan tahunan. Terlihat bahwa hanya ada beberapa perusahaan yang membuat laporan tahunan website www.idx.co.id (per Agustus 2022). Dari banyaknya perusahaan pada Bursa Efek Indonesia pada bulan Agustus 2022 peneliti mencari laporan tahunan pada 2 sektor hanya mendapat tiga perusahaan yang membuat laporan tahunan pada tahun 2020. Tidak ada laporan tahunan untuk 2021.

Dari tiga perusahaan yang membuat laporan tahunan pada tahun 2020, adanya praktik CSR yang dilakukan perusahaan selama pandemik Covid-19. Perusahaan melakukan CSR bagi karyawan, bagi masyarakat, dan juga bagi pelanggan. PT Surya Permata Andalan Tbk. (NATO) memberikan jaminan kesehatan pada karyawan, menyediakan sarana kesehatan dan keselamatan kerja serta yang lainnya. Menggunakan tenaga kerja lokal pada masyarakat, pemberdayaan masyarakat, perbaikan sarana & prasarana yang lainnya. Serta memberikan kesehatan dan keselamatan pelanggan, informasi produk dan layanan, sarana jumlah dan penanggulangan atas pengaduan pelanggan. Sementara PT Selamat Sempurna Tbk. (SMSM) memberikan kebijakan ketenagakerjaan, tidak mempekerjakan pekerja di bawah umur, kebebasan berserikat serta yang lainnya. Pada masyarakat lebih memfokuskan program pengembangan sosial dan masyarakat yaitu kesehatan, sosial, dan keagamaan. Serta kepada pelanggan lebih memperhatukan kualitas produk yang dihasilkan dalam proses produksi guna mencapai kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir PT Chitose Internasional Tbk. (CINT) memberikan pendidikan dan pelatihan bagi para karyawan, kesetaraan gender dan kesempatan kerja, hak cuti serta yang lainnya. Memberikan perhatian terhaadap kesejahteraan dan pengembangan masyarakat melalui berbagai program, penanganan pengaduan masyarakat serta yang lainnya. Memberikan kemudahan pelanggan dalam mengakses informasi mengenai produk dan jasa, kesehatan dan keselamatan pelanggan, penanganan Covid-19 pada produk dan layanan serta yang lainnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang peneliti susun, praktik Corporate Social responsibility pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19 banyak perusahaan yang tidak membuat laporan tahunan tepat waktu. Terlihat dari tidak adanya laporan tahunan (2020-2021) yang memadai pada website www.idx.co.id pada tanggal pengamatan per Agustus 2022. Hanya terdapat tiga perusahaan yang membuat laporan tahunan pada tahun 2020. Dan tidak ada laporan tahunan pada tahun 2021. Dari tiga perusahaan yang membuat laporan tahunan pada tahun 2020, praktik CSR yang dilakukan perusahaan selama pandemi Covid-19 merupakan CSR bagi karyawan, bagi masyarakat, dan juga bagi pelanggan. Kegiatan CSR terkait dengan Covid pada ketiga perusahaan melakukan penanganan yang berbeda. Pada PT Surya Permata Andalan Tbk. (NATO) perseroan membuat langkah strategis untuk menghindari penyebaran Covid-19 dengan menerapkan apa yang diperintahkan oleh pemerintah dan memberikan jaminan kesehatan. Pada PT Selamat Sempurna Tbk. (SMSM) perseroan melakukan beberapa kebiasaan kerja baru yaitu menerapkan jadwal kerja bergilir antara Work From Home (WFH) dan Work From Office (WFO). Pada PT Chitose Internasional Tbk (CINT) perseroan menerapkan upaya penegakan protokol kesehatan seperti campaign, pengecekan suhu tubuh, penyediaan fasilitas cuci tangan & hand sanitizer, pembersihan lingkungan, pembatasan sosial dan penyediaan disinfektan. Jadi dari tiga laporan CSR yang dijadikan sampel peneliti berpendapat bahwa PT Surya Permata Andalan Tbk. lebih unggul dalam ungkapan jaminan kesehatan pada karyawan sedangkan PT Selamat Sempurna lebih unggul dalam hal pengungkapan nominal dana CSR yang dikeluarkan.

## DAFTAR PUSTAKA


[1] A. Nurjanah, "Corporate Social Responsibility Communication and Company Reputation in Pandemic Era," *Komunikator*, vol. 13, pp. 138–147, Nov. 2021, doi: 10.18196/jkm.12336.

[2] E. R. V. Praningtyas, R. Subekti, and P. A. A. Agustina, "Does COVID-19 Pandemic Crisis Affect CSR Costs? Case of Indonesia," *Journal of Accounting Auditing and Business*, vol. 6, no. 1, pp. 40–57, 2023.

[3] A. Triana, S. Sulastri, and S. Humaedi, "Ragam praktik CSR selama pandemi Covid-19," *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 2, pp. 435–443, 2020.

[4] M. Wilestari, "Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Transformation of Local Wisdom Perspectives," *ENDLESS: INTERNATIONAL JOURNAL OF FUTURE STUDIES*, vol. 5, no. 1, pp. 262–277, 2022.

[5] R. I. Zainal, "Analysis of CSR Legislation in Indonesia: Mandate to Business," *Business and Economic Research*, vol. 9, p. 165, Aug. 2019, doi: 10.5296/ber.v9i3.14978.

[6] E. Ernawan, "Tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility)," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, vol. 11, no. 2, 2014.

[7] D. K. S. Putra, *Komunikasi CSR politik: membangun reputasi, etika, dan estetika PR politik*. Prenada Media, 2019.

[8] T. R. Marnelly, "Corporate social responsibility (CSR): Tinjauan teori dan praktek di Indonesia," *Jurnal aplikasi bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 49–59, 2012.

[9] K. Nurhayati, "Implementation of Electronic Data Interchange Technologies by Suppliers as solutions to enhance Traceability in upstream Supply Chain".

[10] A. Iqbal, "Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel," *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, pp. 22–36, 2021.

[11] S. Sugiyono, "Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). Bandung: Alfabeta." CV, 2015.

[12] D. Sugiyono, "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D," 2013.

[13] A. Nurrahmah *et al.*, *Pengantar Statistika 1*. Media Sains Indonesia, 2021.

[14] I. Octovido, N. Sudjana, and D. F. Azizah, *Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu Tahun 2009-2013)*. Brawijaya University, 2014.