



Program Pascasarjana Magister Manajemen

Jl. Raya Puspipetek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang

Selatan, Banten 15310,

Email : humanismanajemen@gmail.com

Special Issue :
Webinar Nasional
HUMANIS 2024

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

REVIEW KAJIAN LITERATUR IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

Irma Rahmawati¹⁾; Zulifah Susanty²⁾ Dessy Indah Sari³⁾ Nisa Awalia⁴⁾

*Universitas Pamulang, rahmawati.irma25@gmail.com, zulifahsusanty@gmail.com
dessyindah31@gmail.com, nisaawalia999@gmail.com*

Abstract

The global crisis that the world has been facing since the end of 2019, namely the Covid-19 pandemic, has had an impact on various aspects including economic, social and public health. In the midst of the crisis, the role of corporate social responsibility (CSR) as a company that contributes to sustainable development by paying attention to social, economic and environmental welfare in business operations is increasingly crucial. This research uses qualitative research methods and a descriptive approach. The analysis technique adopted in this research is through a literature study approach from various studies with the results that companies in Indonesia, both state-owned and private, are making maximum efforts to continue implementing CSR even though they face significant obstacles. CSR's focus on medical assistance, education and increasing community capacity is the main key. Collaboration with the government and other parties is also very important to achieve optimal results. Despite obstacles and challenges, many companies have succeeded in demonstrating their social commitment and providing a positive impact on society during the pandemic.

Keywords: Pandemic, Covid-19, CSR.

Abstrak

Krisis global yang di hadapi dunia sejak akhir tahun 2019 yaitu Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap berbagai aspek termasuk ekonomi, social dan kesehatan masyarakat. Di tengah krisis peran *corporate social responsibility* (CSR) sebagai perusahaan yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan kesejahteraan sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam operasional bisnis semakin menjadi krusial. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Teknik analisis yang diadopsi dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan studi pustaka dari berbagai penelitian dengan hasil bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia, baik BUMN maupun swasta, berusaha maksimal untuk tetap melaksanakan CSR meski menghadapi hambatan yang signifikan. Fokus CSR pada bantuan medis, edukasi, dan peningkatan kapasitas masyarakat menjadi kunci utama. Kolaborasi dengan pemerintah dan pihak lain juga sangat penting untuk mencapai hasil yang optimal. Meskipun ada kendala dan tantangan, banyak perusahaan yang berhasil menunjukkan komitmen sosial mereka dan memberikan dampak positif bagi masyarakat selama pandemi.

Kata Kunci : Pandemi, covid-19, CSR.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak akhir tahun 2019 telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, dan kesehatan masyarakat. Di tengah krisis global ini, peran *corporate social responsibility* (CSR) menjadi semakin krusial. CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan kesejahteraan sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam operasional bisnis mereka. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan, baik milik negara (BUMN) maupun swasta, berusaha semaksimal mungkin untuk tetap melaksanakan tanggung jawab sosial mereka meskipun menghadapi berbagai hambatan yang belum pernah terbayangkan sebelumnya akibat pandemi Covid-19. Sebagai contoh, PT Pertamina dan Medco Foundation tetap berkomitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat Indonesia melalui berbagai program CSR tanpa mengurangi manfaat yang diterima oleh sasaran program.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Hazar Sitorus, dkk (2020) menyoroti peran PT Pertamina Sungai Pakning dalam memberikan donasi berupa Alat Pelindung Diri (APD) dan berbagai bantuan lainnya kepada fasilitas kesehatan dan publik. Selain itu, Pertamina juga fokus pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui program pemberdayaan, seperti alih fungsi Masyarakat Peduli Api menjadi Masyarakat Peduli Bencana dan penyuluhan perilaku hidup bersih dan sehat. Implementasi CSR oleh PT Bukit Asam (PTBA) selama pandemi juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam membantu pemerintah menangani Covid-19. Kegiatan CSR PTBA meliputi sosialisasi mengenai Covid-19, pembagian masker, penyemprotan disinfektan, dan pemberian bantuan dana dan pangan. Demikian pula, PT Grab Indonesia terlibat aktif dalam program vaksinasi Covid-19 untuk membantu mencapai kekebalan kelompok (*herd immunity*) di Indonesia. Selama pandemi, beberapa perusahaan juga mengadopsi model CSR yang bermitra dengan UMKM untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi program. PT Pertamina, misalnya, menyesuaikan kegiatan CSR dengan mendorong digitalisasi UMKM mitra binaan. Hal ini menunjukkan adaptasi program CSR untuk tetap relevan dalam situasi pandemi. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR di beberapa daerah masih menghadapi tantangan, seperti kurangnya standar operasional yang jelas dan minimnya sosialisasi kepada masyarakat. Misalnya, pelaksanaan program CSR di Kabupaten Bengkulu Tengah dinilai belum efektif karena kendala tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang memiliki program CSR berusaha menyesuaikan dan mengadaptasi kebijakan mereka untuk membantu masyarakat selama pandemi Covid-19. Upaya ini mencakup berbagai bentuk, mulai dari donasi langsung hingga program pemberdayaan masyarakat, dengan tujuan memberikan dampak nyata dan membantu mengatasi krisis yang dihadapi.

KAJIAN LITERATUR

Banyak istilah tentang tanggungjawab perusahaan, dalam perundang-undangan menggunakan tanggungjawab sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* atau kadangkala orang menyebut juga dengan *business social responsibility* atau *corporate citizenship* atau *corporate responsibility* atau *business citizenship*. Istilah-istilah diatas sama artinya dan sering digunakan untuk merujuk pengertian CSR. CSR walau masih sangat sedikit tapi sudah diatur secara tegas di Indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang ini menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini menyatakan kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menyebutkan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai

sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian ayat (4) menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Terdapat dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional. CSR dalam pengertian sempit dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat ahli berikut:

1. Menurut (Widjaja & Yeremia, 2008) CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Widjaja & Yani, 2006). Menurut UUPT 2007 pengertian CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.
2. UUPM 2007, dalam penjelasannya pasal 15 huruf b disebutkan tanggungjawab sosial perusahaan adalah tanggungjawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Tampak bahwa UUPT 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.
3. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, konsep CSR dapat dipahami dalam Pasal 2 bahwa menjadi ke-wajiban bagi BUMN baik Perum maupun Persero untuk melaksanakannya.
4. World Business Council for Sustainable Development didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan para karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar serta public pada umumnya guna meningkatkan kualitas hidup mereka.
5. Menurut (Kotler & Nance, 2005) mendefinisikannya sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi.

Dalam prakteknya, upaya CSR dapat ditelaah dan dilakukan dengan mengacu pada tiga sisi yaitu (Kartasasmita, 1996):

1. *Enabling*, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena, kalau demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.
2. *Empowering*, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.

3. *Protecting*, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah. Ketiga kerangka pemikiran tersebut harus ditambah dengan konsep *sustainability* dan *integrated development*. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, salah satu aspek mendasar dari CSR adalah sustainability atau berkelanjutan. Dimana setiap program dan kegiatan CSR tidak hanya dilaksanakan untuk jangka waktu pendek. Melainkan dapat diterapkan dalam kurun waktu tertentu dengan membuat serangkaian kegiatan, dengan memperhatikan faktor-faktor lain seperti lingkungan, sosial, religi. Sebagai contoh setelah masyarakat mendapatkan bantuan modal usaha, perusahaan membuat pelatihan dan pengusaha kecil dan mikro ini juga diajarkan cara untuk menjaga kelestarian lingkungan. Setelah usaha cukup maju masyarakat juga diajarkan bagaimana caranya untuk mengembangkan usaha tersebut, sehingga sumber daya lokal dapat terserap. Dengan pola pembangunan yang berkelanjutan dan terintegrasi diharapkan dapat memberikan alternatif terobosan baru untuk memberdayakan masyarakat dalam mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks dan rumit dalam dekade terakhir.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2020), Metode kualitatif melibatkan deskripsi dan analisis fenomena, peristiwa, kepercayaan, sikap, dan aktivitas sosial pada tingkat individu maupun kelompok. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang makna yang diatribusikan oleh individu atau kelompok terhadap masalah kemanusiaan atau masalah sosial (Creswell, 2020). Adapun objek yang diteliti merupakan variable dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2009) dalam (Wulandari, A.& Aisyah, 2022), objek penelitian adalah objek dengan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian disimpulkan. Jadi, objek dalam penelitian ini adalah rekrutmen karyawan sebelum dan selama pandemi.

Teknik analisis yang diadopsi dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan studi pustaka yang melibatkan pengumpulan dan analisis data sekunder. Data yang digunakan berasal dari beragam sumber pustaka, termasuk artikel jurnal terkini, dokumen pemerintah yang relevan, serta artikel ilmiah lain yang mendalam mengenai manajemen sumber daya manusia. Secara umum, Studi Literatur merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengatasi masalah dengan menggali sumber-sumber tulisan yang sudah ada sebelumnya. Dalam melaksanakan penelitian ini, dilakukan serangkaian tahapan yang memungkinkan pemahaman yang komprehensif terhadap topik yang diteliti. Tahapan-tahapan tersebut meliputi: (a) identifikasi pustaka dan data sekunder yang memiliki keterkaitan erat dengan fokus penelitian; (b) seleksi pustaka utama yang memiliki keandalan dan relevansi yang tinggi; (c) ekstraksi serta analisis data secara sistematis; dan (d) merumuskan serta menginterpretasikan hasil analisis dengan mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan Umar Rizqon Akbar, dkk (2020) terkait Peran CSR Dalam Upaya Mengatasi Pandemi Covid-19 menunjukkan hasil jika Dari fokus-fokus mengenai CSR yang ada dan juga penjelasan dari narasumber mengenai contoh CSR perusahaan dalam masa pandemi Covid-19 seperti ini, bisa disimpulkan bahwa CSR perusahaan pun tetap berusaha semaksimal mungkin untuk tetap melaksanakan tanggung jawab sosial mereka ditengah situasi pandemi Covid-19 seperti ini. Karena tentu akan banyak hambatan yang belum pernah terbayangkan sebelumnya, perusahaan-perusahaan baik BUMN maupun swasta pun harus beradaptasi untuk menemukan solusi dari hambatan yang datang akibat adanya pandemi Covid-19 ini. Dibutuhkan juga kerjasama yang kooperatif dari para perusahaan tersebut untuk membantu usaha pemerintah

dalam upaya untuk menanggulangi mengatasi pandemi Covid-19 yang ada di Indonesia, seperti misalnya kebijakan pelaksanaan protokol kesehatan dalam melaksanakan kegiatan dan juga penerapan regulasi yang mengikuti regulasi pemerintah. Dari hasil contoh CSR yang dilakukan oleh PT. Pertamina maupun Medco Foundation berkomitmen untuk tetap memberikan tanggung jawab sosial bagi masyarakat Indonesia ditengah situasi pandemi Covid-19 tanpa menghilangkan atau mengurangi manfaat yang akan diterima oleh sasaran nantinya.

Penelitian yang dilakukan Siti Hazar Sitorus, dkk (2020) terkait Berdaya di Era Pandemi: Peran *corporate social responsibility* dalam Penanggulangan Covid-19 (Studi Kasus di Pertamina Sungai Pakning) menunjukkan hasil penelitian Pertama, program donasi oleh Pertamina Sungai Pakning dalam konteks penanggulangan pandemi COVID-19 ini adalah dengan memberikan bantuan berupa Alat Pelindung Diri (APD) kepada 4 Puskesmas yang berada di 3 kecamatan yaitu Kecamatan Bukit Batu, Kecamatan Siak Kecil dan Kecamatan Bandar Laksamana yang berada di Kabupaten Bengkalis. Selain APD, oleh Pertamina Sungai Pakning juga membagikan 4.000 lembar masker medis dan non medis, 100 liter hand sanitizer, tensi meter elektrik, dan juga alat pendeteksi suhu tubuh (thermo gun infrared) kepada fasilitas publik dan kesehatan. Selain hal tersebut, perusahaan juga memberikan bantuan fasilitas tempat cuci tangan di beberapa tempat diantaranya kantor polisi dan koramil Kecamatan Bukit Batu, Siak Kecil dan Kecamatan Bandar Laksamana, beberapa fasilitas pendidikan, Pelabuhan Indonesia (Pelindo) Syah Bandar Kelurahan Sungai Pakning, dan beberapa tempat peribadatan. Hal ini bertujuan untuk memberikan fasilitas kebersihan sedekat mungkin bagi masyarakat sehingga masyarakat mampu tetap menjaga kebersihan dan melindungi diri dari penyebaran COVID-19 ini. Kedua, selain bantuan berupa donasi, perusahaan juga meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya Kelurahan Sungai Pakning dalam menanggulangi pandemi COVID-19 ini. Sehingga maka dari itu, beberapa program CSR Pertamina Sungai Pakning merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Masyarakat. Capacity building bukan proses yang berangkat dari nol atau ketiadaan, melainkan berawal dari membangun potensi yang sudah ada untuk kemudian diproses agar lebih meningkat kualitas diri, kelompok, organisasi serta sistem agar tetap dapat bertahan di tengah lingkungan yang mengalami perubahan secara terus-menerus. Capacity building bukan hanya ditujukan bagi pencapaian peningkatan kualitas pada satu komponen atau bagian dari sistem saja, melainkan diperuntukkan bagi seluruh komponen, bukan bersifat parsial melainkan holistik, karena capacity building bersifat multi dimensi dan dinamis dimana dicirikan dengan adanya multi aktifitas serta bersifat pembelajaran untuk semua komponen sistem yang mengarah pada sumbangsih terwujudnya kinerja bersama (kinerja kolektif). Adapun program oleh Pertamina Sungai Pakning dalam upaya peningkatan kapasitas kepada Masyarakat sebagai berikut 1) Alih fungsi Masyarakat Peduli Api menjadi Masyarakat Peduli Bencana, 2) Permainan interaktif anak siaga Covid-19, dan 3) Penyuluhan perilaku hidup bersih dan sehat. Dalam konteks penanggulangan pandemi COVID-19 ini program CSR perusahaan yang bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat adalah mengoptimalkan produk dan jasa mitra binaan yang berkaitan dengan penanganan COVID-19, diantaranya 1) Inovasi Posyandu, 2) Pembuatan hand sanitizer berbahan dasar Citronella, dan 3) Madu hutan untuk imunitas tenaga Kesehatan.

Penelitian yang dilakukan Silvina Mayasari (2021) terkait Implementasi *corporate social responsibility* PT. Bukit Asam (PTBA) dalam Penanganan Pandemi Virus Corona di Indonesia menunjukkan hasil penelitian jika PTBA merupakan salah satu BUMN yang aktif melakukan kegiatan CSR. Sepanjang tahun 2020, CSR PTBA berfokus untuk membantu pemerintah menangani pandemi virus corona. Sedikitnya ada sembilan kegiatan dalam program CSR yang dipublikasikan secara luas baik melalui media massa, media sosial serta situs resmi PTBA maupun pemerintah. Pada sembilan kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa implementasi CSR PTBA dalam penanganan pandemi virus corona di Indonesia dapat dikategorikan dalam dua bentuk implementasi yaitu *community relations* dengan sifat pemberian *philantropy* dan *charity* serta *community empowerment* dengan sifat pemberian *citizenship*. Kegiatan CSR yang dilakukan PTBA selama Covid-19 antara lain 1) Menggelar sosialisasi mengenai Covid-19, 2) Sebagai koordinator Satgas BUMN bersama dengan sejumlah BUMN di Lampung, 3) Melakukan kegiatan CSR bekerjasama dengan berbagai pihak dalam pembagian masker dan penyemprotan

disinfektan, 4) Memberikan bantuan dana kepada Pemerintah Kota Sawahlunto sebesar 257,5 Juta Rupiah, 5) Menyalurkan bantuan pangan dan APD untuk dua kabupaten yang berada dalam lingkup ring 1 operasional Perusahaan, dan 6) Mendonasikan 500 paket rosella yang terdiri dari teh rosella, sirup rosella dan wedang uwuh sebagai wujud terima kasih kepada relawan dan tenaga medis sebagai garda terdepan penanganan COVID-19.

Penelitian yang dilakukan Novita Damayanti, dkk (2021) terkait *corporate social responsibility* (CSR) PT. Grab Indonesia di Era New Normal Masa Pandemi Covid-19 menunjukkan hasil penelitian PT Grab Indonesia pada era new normal turut serta menjalankan tanggungjawab sosial dengan menyelenggarakan vaksinasi Covid-19 bersama dengan pemerintah. Penyelenggaraan vaksinasi covid 19 sebagai komitmen untuk menjaga masyarakat (people) sehingga dapat beraktivitas dari permasalahan yang terjadi saat ini yakni pandemi Covid-19. Komitmen tanggungjawab sosial ini untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik sehingga segera melewati masa sulit pandemi Covid-19 terjadi pemutusan penularan virus dengan program vaksinasi sehingga terjadi yang kekebalan kelompok (herd immunity) yang semakin cepat dan terwujud. Kegiatan CSR vaksinasi covid 19 dilaksanakan tidak hanya oleh PT Grab melainkan bermitra dengan kementerian kesehatan dan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, Grab sebagai mitra resmi pemerintah dalam penyelenggaraan ini. Bersama dengan beberapa perusahaan lainnya menyelenggarakan vaksinasi sebagai sentra vaksi baik di Bali, Palembang, Banten, Jawa Barat dan Solo. PT. Grab Indonesia berkolaborasi dengan berbagai perusahaan seperti Fatigon, Good Doctor, Teh Pucuk dan lainnya turut serta melancarkan program vaksinasi untuk Indonesia lebih baik dan bebas dari Covid-19.

Penelitian yang dilakukan Budi Sulistiy Nugroho, dkk (2022) terkait Model *corporate social responsibility* dalam penanganan komunikasi krisis selama pandemi covid-19 di Indonesia menunjukkan hasil penelitian jika model *corporate social responsibility* dalam penanganan komunikasi kritis selama pandemi Covid-19 di Indonesia menggunakan model bermitra dengan pihak lain. Hal tersebut diwujudkan dengan melibatkan UMKM sebagai mitra perusahaan. *Corporate social responsibility* dinilai oleh perusahaan lebih efektif dan efisien serta mampu meminimalkan ketergantungan masyarakat pada filantropi perusahaan dalam memberdayakan masyarakat. Selama pandemi Covid-19, platform digital diadopsi untuk mendorong agar pelaku bisnis dan industri dapat memanfaatkan platform digital dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility*. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya platform digital maka pertumbuhan ekonomi dapat terdorong.

Penelitian yang dilakukan Bharata Dharmacahya, dkk (2022) terkait Implementasi Program *corporate social responsibility* PT. Pertamina Terhadap Pemulihan Bisnis UMKM Binaan Akibat Pandemi Covid-19 menunjukkan hasil penelitian jika bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina dari sebelum pandemi hingga saat ini tidak mengalami perubahan, yakni community development atau pengembangan masyarakat. Bentuk CSR pengembangan masyarakat. dibedakan menjadi tiga kegiatan yaitu community relation, community service dan community empowering. Community relation yaitu kegiatan tanggungjawab sosial yang banyak diarahkan pada kegiatan charity dan kegiatan sosial lain yang bersifat insidental seperti bantuan bencana alam, bantuan sembako dan sejenisnya. Community service yaitu kegiatan tanggungjawab sosial yang banyak diarahkan pada kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui Program Pertamina Berdikari dengan merancang Program Desa Binaan. Community empowering yaitu pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandirian dan mendudukkan masyarakat sebagai mitra, dan memberikan penguatan. Bentuk aktivitas dari community empowering itu sendiri yaitu program kemitraan terhadap UKM. Implementasi CSR yang dilakukan PT. Pertamina tidak ditemukan adanya perubahan dari sebelum dan saat pandemi ini namun yang dilakukan dalam situasi pandemi ini yaitu penyesuaian kegiatan. Penyesuaian yang gencar dilakukan oleh PT. Pertamina di era pandemi Covid-19 ini yaitu mendorong digitalisasi UMKM para mitra binaan. Implementasi CSR PT. Pertamina dilakukan dalam empat tahapan yaitu mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Tahap perencanaan meliputi tiga kegiatan,

yang pertama awareness building yaitu kegiatan survei dan pemetaan potensi lokal mitra binaan. Kedua, CSR assessment yaitu hasil kegiatan social mapping yang sudah terkumpul akan dibuatkan materi pelaporan yang akan di diskusikan pada rapat Agenda Jum'at an Rapat Koordinasi Pelaporan dan Perencanaan CSR SMEPP Management secara daring melalui aplikasi Microsoft teams. Ketiga, CSR manual building yaitu penyusunan dan penetapan indikator keberhasilan program yang akan dijalankan. Tahap pelaksanaan, PT. Pertamina melaksanakan 4 program kemitraan di masa pandemi ini yaitu SMEXPO ajang virtual expo produk UMKM mitra binaan, UMK Akademi yaitu pelatihan dan bimbingan bisnis UMKM secara daring, Ruang Belajar UMKM yaitu platform elearning belajar UMKM secara mandiri, dan pendanaan UMK. Tahap evaluasi program kemitraan CSR SMEPP Pertamina dilaksanakan dalam agenda rakor mingguan secara online melalui aplikasi Microsoft Teams yang diikuti oleh seluruh divisi CSR dan SMEPP Pertamina serta divisi lainnya seperti divisi IT dan media komunikasi. Tahap pelaporan, bentuk pelaporan program kemitraan yang sedang berjalan maupun sudah berjalan yang diterapkan oleh CSR & SMEPP Pertamina yaitu melalui draft press release dari serangkaian acara kegiatan. Pertamina juga melaporkan seluruh kegiatan dan update kondisi dan perubahan perusahaan nya melalui laporan tahunan atau annual report.

Penelitian yang dilakukan Kiki Amaliah, dkk (2022) terkait Efektivitas Program *corporate social responsibility* (CSR) dalam Penanggulangan Dampak Pandemi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) (Studi Kasus di Masyarakat Kabupaten Bengkulu Tengah) menunjukkan hasil penelitian jika Pelaksanaan program CSR di Kabupaten Bengkulu Tengah, khususnya di masa Covid-19 dan pasca Covid-19 dapat dikatakan belum efektif. Kendala yang dihadapi dalam program CSR adalah belum jelasnya Standard Operating Procedure (SOP) dalam pelaksanaan program CSR, sehingga banyak perusahaan yang tidak menyalurkan program CSR sesuai dengan peraturan yang berlaku, kurangnya sosialisasi CSR kepada masyarakat, sehingga masyarakat hanya mengetahui bahwa CSR hanyalah mengajukan proposal kepada perusahaan, dan masyarakat mendapatkan dana dari perusahaan tersebut, perlu adanya konsultan CSR yang dapat survey ke masyarakat dan mengkaji program CSR yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Faishal Nur'Arafa Supandi, dkk (2022) terkait Peran *corporate social responsibility* Dalam Membantu Masyarakat Selama Pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang memiliki CSR pada masa pandemi Covid-19 tetap berusaha semaksimal mungkin agar tanggung jawab sosial mereka tetap terlaksana ditengah wabah Covid-19 ini. Pada masa pandemi seperti ini perusahaan diharuskan menata ulang seluruh pendekatan dan kebijakan program tanggung jawab social agar mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan berdampak nyata untuk masyarakat di masa Pandemi Covid-19 ini. Terdapat beberapa cara yang perlu dilakuakn perusahaan untuk beradaptasi dengan keadaan pandemi Covid-19 ini. Upaya-upaya seperti mensejajarkan *corporate social responsibility* dengan kebutuhan nyata, kebijakan *corporate social responsibility* yang perlu dirubah dan diperlukannya Plug and Play Incubation Labs. Pada masa pandemi Covid-19 ini hampir semua kegiatan CSR dialihkan untuk membantu optimalisasi penanganan penyebaran Covid-19 melalui bantuan penanganan Covid dan dorongan untuk peningkatan ekonomi. Dibutuhkan Kerjasama yang kooperatif dari para perusahaan untuk membantu dalam upaya mengatasi dan beradaptasi pandemi Covid-19 ini. Terdapat beberapa perusahaan yang diberikan penghargaan oleh Iconomics dalam CSR awards 2020. Dalam masa pandemic Covid-19 ini dapat dikatakan CSR perusahaan cukup bisa beradpatasi dengan baik dengan berjalannya program *corporate social responsibility* ini. Dengan adanya perusahaan yang dapat berdampak untuk Pandemi ini diharapkan dapat memicu semangat perusahaan lain untuk menjadi contoh dan memberikan inovasi lain dalam memberikan program *corporate social responsibility* yang lebih tepat sasaran dengan kebtuhan masyarakat pada masa Pandemi Covid-19 ini.

Penelitian yang dilakukan Gita Handayani Tarigan, dkk (2023) terkait Program *corporate social responsibility* (CSR) Bidang Kesehatan PT Freeport Indonesia di Era Pandemi COVID-19 menunjukkan hasil penelitian jika Pandemi COVID-19 menyebabkan banyaknya perubahan pada pelaksanaan program CSR, hal ini disebabkan karena situasi yang tidak menentu dan tidak

terbayangkan sebelumnya. Tren program CSR pada masa pandemi COVID-19 kebanyakan bersifat filantropi / charity yaitu pemberian donasi berupa uang / barang yang dibutuhkan di masa pandemi. PTFI tetap melakukan program CSR bidang kesehatan seperti tahun – tahun sebelumnya, selain pemberian bantuan untuk penanggulangan COVID-19. Namun meskipun program CSR bidang kesehatan masih dilakukan, program pemberdayaan masyarakat masih sedikit diberikan, dan pemberdayaan masyarakat dalam penanggulangan krisis kesehatan belum dilakukan oleh PTFI. Pelaksanaan program CSR PTFI di bidang kesehatan selama masa pandemi COVID- 19 mengalami banyak tantangan. Tantangan kebanyakan bersifat teknis pelaksanaan karena pembatasan sosial dan protokol kesehatan yang harus dilakukan, serta hal yang terkait dengan infrastruktur untuk memfasilitasi kerja dari jarak jauh.

Penelitian yang dilakukan Liza Wahyuni, dkk (2023) terkait Analisis Praktik *corporate social responsibility* (CSR) Saat Pandemi Covid-19 pada Perusahaan Farmasi menunjukkan hasil penelitian jika hasil analisis konten dari empat perusahaan farmasi (PT Indofarma Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, PT Phapros Tbk, dan Sido Muncul Tbk) menunjukkan bahwa 1) Pandemi Covid-19 memiliki peran yang besar terhadap pengungkapan jumlah dan kualitas CSR pada sektor farmasi. Dari empat perusahaan yang menjadi subjek penelitian, perusahaan Sido Muncul Tbk menjadi perusahaan dengan jumlah pengungkapan dan kualitas pengungkapan CSR tertinggi di tahun 2020 dan diikuti oleh perusahaan Kalbe Farma Tbk. Namun, berbeda dengan perusahaan Phapros Tbk dan Indofarma Tbk yang mengalami penurunan dalam jumlah pengungkapan dan kualitas pengungkapan CSR ditahun 2020. Meningkatnya jumlah pengungkapan dan kualitas pengungkapan CSR dari tahun 2019 ke tahun 2020 di sebabkan oleh banyaknya pengungkapan CSR terkait Covid. Jika dilihat dari sisi laba maka perusahaan Sido Muncul Tbk dan Kalbe Farma adalah perusahaan yang mengalami peningkatan laba selama pandemi Covid-19. Namun, berbeda dengan perusahaan Phapros Tbk dan Indofarma Tbk yang mengalami penurunan laba selama pandemi Covid-19. 2) CSR yang di praktikkan subjek penelitian dalam membantu penanggulangan pandemi Covid-19 dapat dilihat pada indikator-indikator yang diungkapkan perusahaan, masingmasing perusahaan memiliki caranya tersendiri dalam upaya penanggulangan pandemi Covid-19. Seperti, perusahaan Sido Muncul yang menyalurkan bantuan untuk berbabagi lapisan masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19, perusahaan Kalbe Farma telah merealisasikan dana CSR sebesar 87,8 miliar untuk kegiatan donasi Covid-19 dan penanggulangan bencana, perusahaan Phapros telah mengeluarkan dana sebesar Rp 375.480.000 untuk program penanggulangan Covid-19 dan terakhir perusahaan Indofarma yang telah melakukan kerja sama dengan penyedia vaksin Covid-19 dan merealisasikan dana 1,3 miliar untuk program CSR yang berfokus pada penanggulangan Covid-19. Secara keseluruhan empat subjek perusahaan farmasi dalam penelitian ini menggambarkan bahwa perusahaan menjalankan bisnis dengan nilai etis yang tinggi serta perusahaan turut berkontribusi secara langsung dalam penanggulangan pandemi Covid-19.

Secara keseluruhan dari penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Umar Rizqon Akbar, dkk (2020), Siti Hazar Sitorus, dkk (2020), Silvina Mayasari (2021), Novita Damayanti, dkk (2021), Budi Sulistiyo Nugroho, dkk (2022), Bharata Dharmacahya, dkk (2022), Kik i Amaliah, dkk (2022), Faishal Nur'Arafa Supandi, dkk (2022), Gita Handayani Tarigan, dkk (2023), dan Liza Wahyuni, dkk (2023), dapat ditarik kesimpulan mengenai peran *corporate social responsibility* (CSR) dalam mengatasi pandemi Covid-19 sebagai berikut:

1. Komitmen Terhadap Tanggung Jawab Sosial

CSR perusahaan tetap berjalan dan beradaptasi di tengah situasi pandemi Covid-19. Perusahaan-perusahaan menunjukkan komitmen kuat untuk memenuhi tanggung jawab sosial mereka meskipun menghadapi berbagai hambatan yang tidak terduga.

2. Dukungan Terhadap Penanganan Pandemi

Banyak perusahaan yang melakukan program CSR dengan fokus pada penanggulangan pandemi Covid-19. Bentuk dukungan ini termasuk donasi alat pelindung diri (APD), masker, hand sanitizer, dan fasilitas kesehatan lainnya. Perusahaan juga berperan aktif dalam program vaksinasi, edukasi kesehatan, dan penyediaan fasilitas kebersihan.

3. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Lembaga Lain
Kerjasama yang kooperatif antara perusahaan dan pemerintah sangat penting dalam upaya mengatasi pandemi. Banyak perusahaan yang bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga lainnya untuk mengimplementasikan program CSR mereka dengan lebih efektif.
4. Pemberdayaan dan Capacity Building Masyarakat
Selain bantuan langsung berupa donasi, perusahaan juga menjalankan program pemberdayaan masyarakat. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi pandemi, seperti pelatihan perilaku hidup bersih dan sehat, alih fungsi masyarakat peduli api menjadi masyarakat peduli bencana, dan inovasi produk untuk mendukung penanganan Covid-19.
5. Adaptasi dan Penyesuaian Program CSR
Pandemi memaksa perusahaan untuk menyesuaikan dan merancang ulang program CSR mereka agar lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat selama pandemi. Penyesuaian ini meliputi perubahan fokus program, penggunaan teknologi digital, dan strategi baru untuk menjangkau dan membantu masyarakat.
6. Tantangan dan Hambatan
Pelaksanaan program CSR selama pandemi menghadapi berbagai tantangan, termasuk kendala teknis akibat pembatasan sosial dan protokol kesehatan. Selain itu, beberapa perusahaan mengalami penurunan efektivitas program CSR karena kurangnya sosialisasi dan panduan operasional yang jelas.
7. Efektivitas dan Dampak CSR
Meskipun ada tantangan, banyak perusahaan yang berhasil menyesuaikan program CSR mereka untuk memberikan dampak yang signifikan selama pandemi. Beberapa perusahaan farmasi bahkan mencatat peningkatan laba dan kualitas pengungkapan CSR yang lebih tinggi selama pandemi.

Secara keseluruhan, CSR telah berperan penting dalam membantu masyarakat dan pemerintah menghadapi pandemi Covid-19. Melalui berbagai program yang adaptif dan kolaboratif, perusahaan-perusahaan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mengatasi dampak pandemi dan mendukung pemulihan sosial dan ekonomi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi Covid-19 memberikan tantangan besar bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan berbagai penelitian, perusahaan-perusahaan di Indonesia, baik BUMN maupun swasta, berusaha maksimal untuk tetap melaksanakan CSR meski menghadapi hambatan yang signifikan. Penyesuaian dalam pelaksanaan program CSR menjadi krusial untuk mengatasi pandemi ini secara efektif. Pandemi Covid-19 memaksa perusahaan untuk mengadaptasi program CSR mereka dengan cepat dan efektif. Fokus pada bantuan medis, edukasi, dan peningkatan kapasitas masyarakat menjadi kunci utama. Kolaborasi dengan pemerintah dan pihak lain juga sangat penting untuk mencapai hasil yang optimal. Meskipun ada kendala dan tantangan, banyak perusahaan yang berhasil menunjukkan komitmen sosial mereka dan memberikan dampak positif bagi masyarakat selama pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, U. R., & Humaedi, S. (2020). Peran Csr Dalam Upaya Mengatasi Pandemi Covid-19. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 341. <https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.28874>
- Islam, U., & Syarif, N. (2022). *Jurnal Kesejahteraan dan Pelayanan Sosial Keliling Di Yayasan Peduli Kemanusiaan Bali*. 3(1), 19–31.
- Wahyuni, L., & Cheisviyanny, C. (2023). Analisis Praktik *Corporate social responsibility* (CSR) Saat Pandemi Covid-19 pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(3), 1065–1083. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i3.794>

- Tarigan, G. H., Radyati, M. R. N., & Utha, M. A. (2022). Program *Corporate social responsibility* (Csr) Bidang Kesehatan Pt Freeport Indonesia Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 8(1), 112–124. <https://doi.org/10.25105/pdk.v8i1.15094>
- Amaliah, K., & Rosari, W. N. (2022). *Efektivitas Program Corporate social responsibility (CSR) dalam Penanggulangan Dampak Pandemi Coronavirus Disease*. 7(2), 120–129.
- Dharmacahya, B., Padmaningrum, D., & Wibowo, A. (2022). Implementasi Program *Corporate social responsibility* PT. Pertamina Terhadap Pemulihan Bisnis UMKM Binaan Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal KIRANA*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.19184/jkkn.v3i1.29082>
- Nugroho, B. S., Arief, A. S., Dharta, F. Y., Suryani, K., & Utomo, S. (2022). Model *corporate social responsibility* dalam penanganan komunikasi krisis selama pandemi covid-19 di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2), 129–138.
- Damayanti, N., & Dewi, Y. R. (2021). *Corporate social responsibility* (Csr) Pt. Grab Indonesia Di Era New Normal Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(2), 236–246. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i2.1632>
- Sitorus, S. H., & Hidayat, R. (2020). The empowered of Pandemic Era: The Role of *Corporate social responsibility* Mitigation of COVID-19. *Journal of Social Development Studies*, 1(2), 37–48.
- Mayasari, S. (2021). Implementasi *Corporate social responsibility* PT. Bukit Asam (PTBA) dalam Penanganan Pandemi Virus Corona di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multimedia Dan Komunikasi*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.56873/jimk.v6i1.108>