

TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN VIRUS CORONA TERHADAP KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN MAKANAN DI INDONESIA

Ignatius Shivas Tjong¹, Nuryasman MN^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: ignatius.115199102@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: nuryasman@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 19-01-2023, revisi: 12-07-2023, diterima untuk diterbitkan: 21-09-2023

ABSTRAK

Tujuan dari jurnal ini adalah untuk mencari tahu pengaruh dari COVID-19 dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keberlanjutan perusahaan makanan di Indonesia. Variabel Bebas yang digunakan terdiri dari COVID-19 dan tanggung jawab sosial perusahaan, sementara Variabel terikat penelitian ini adalah keberlanjutan. Data penelitian yang akan digunakan terdiri dari Kasus COVID-19 yang melanda Indonesia dari tahun 2020 hingga tahun 2021, dan Laporan Keuangan dari 10 perusahaan makanan terbesar di Indonesia dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Uji Analisis Regresi Data Panel, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Robust Least Square, dan Uji Hipotesis. Alat analisis data menggunakan program Eviews12. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini adalah bahwa COVID-19 dan CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberlanjutan perusahaan makanan Indonesia.

Kata Kunci: COVID-19, tanggung jawab sosial perusahaan, keberlanjutan

ABSTRACT

The purpose of this journal is to find out the impact of COVID-19 and CSR on the sustainability of food companies in Indonesia. The independent variables used consisted of COVID-19 and CSR, while the dependent variable for this study was Sustainability. The research data that will be used consists of COVID-19 cases that hit Indonesia from 2020 to 2021, and financial reports from the 10 largest food companies in Indonesia from 2019 to 2021. The analytical method used in this study consists of a Regression Analysis Test Panel Data, Classical Assumption Test, Robust Least Square Regression Test, and Hypothesis Test. The data analysis tool uses the eviews12 program. The results found from this study are that COVID-19 and CSR have a positive and significant influence on the sustainability of Indonesian food companies.

Keywords: COVID-19, corporate social responsibility, sustainability

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Pada tanggal 31 Desember tahun 2019, dunia dilanda dengan Pandemi Covid-19 yang disebabkan oleh virus *Corona*. Wabah penyakit COVID pertama kali diteliti oleh David Arthur John Tyrrell dan Malcolm L Bynoe pada 1965 (Saptoyo, 2022). Karena Pandemi COVID-19 ini, setiap negara di seluruh dunia menjalankan program karantina untuk mengurangi penyebaran COVID-19. Dengan program ini, semua orang diharuskan berusaha untuk mengubah gaya hidup mereka selama masa Pandemi COVID. Perusahaan adalah salah satu yang merasakan pengaruh dari COVID, dimana mereka harus mengubah sistem organisasi dan bisnis perusahaan agar mereka dapat bertahan hidup selama masa Pandemi ini. Ada perusahaan besar dan kecil yang menutup

usaha mereka karena mereka tidak dapat beradaptasi dengan perubahan ini, dan ada juga yang berhasil beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan tetap menjalankan bisnis mereka. Akan tetapi, terdapat juga perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama masa Pandemi dan dengan mudah beradaptasi terhadap perubahan lingkungan seperti perusahaan yang bergerak pada bidang makanan.

Lozano dan Barreiro-Gen melakukan sebuah peneliti mengenai pengaruh dari COVID-19 terhadap *Corporate Sustainability* perusahaan. Dalam jurnal ini, variabel yang diteliti terdiri dari COVID-19, *Corporate Sustainability*, *economic priorities*, *environmental priorities*, dan *Social priorities* (Lozano & Barreiro-Gen, 2021). Hasil yang mereka temukan adalah COVID - 19 secara keseluruhan berdampak negatif terhadap Sebagian besar elemen dalam perusahaan, dan hanya bagian sistem organisasi yang berdampak positif (Lozano & Barreiro-Gen, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Sugandy dan Nuryasman MN (2022) dimana hasil dari penelitian ini adalah bahwa COVID memiliki dampak yang bersifat negatif terhadap keuangan perusahaan pada sektor penerbangan. Selain COVID, penulis juga menemukan bahwa *CSR* juga memiliki pengaruh terhadap *Sustainability* perusahaan. Kurnia, Shaura, Raharjo, dan Resnawaty melakukan sebuah peneliti tentang hubungan antara *CSR* dengan *Sustainable development* sebuah perusahaan (Kurnia *et al.*, 2019). Hasil yang mereka temukan adalah *CSR* memiliki dampak yang positif terhadap *sustainability* (Kurnia *et al.*, 2019). Dari penemuan ini, penulis ingin mencari tahu mengapa COVID mempengaruhi perusahaan dalam sektor lain dan perusahaan dalam sektor makanan tidak terpengaruh sebesar perusahaan lain. Dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang muncul dari penelitian ini terdiri dari: Apakah *CSR* dapat berpengaruh terhadap *sustainability* perusahaan bisnis makanan?, dan Apakah COVID-19 dapat berpengaruh terhadap *sustainability* perusahaan bisnis makanan?

Kajian literatur

Gambaran umum teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Stakeholder Theory, dan Sustainability Theory. Istilah Stakeholder pertama kali dikemukakan oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963 (Freeman, 1984). Freeman mengatakan bahwa teori pemangku kepentingan adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. Teori pemangku kepentingan pada dasarnya merupakan teori yang menggambarkan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan bagi investor dan pemilik, namun juga memberikan manfaat bagi pemerintah, masyarakat dan juga lingkungan sosial.

Sustainability Theory mengandung konsep Triple bottom Line yang diperkenalkan oleh Elkington (1997). Konsep ini berfokus pada 3P yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet*. Konsep ini mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan (*profit*) namun harus juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitar (*people*) dan juga berkontribusi aktif dalam pelestarian lingkungan (*planet*) untuk keberlangsungan sumber daya.

Definisi konseptual variabel

Menurut Ahmad Lamo (Lamo, 2018), *CSR* bisa diartikan sebagai usaha perusahaan dalam menunjukkan citra di hadapan publik dengan menggerakkan program yang bersifat kemanusiaan baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Sementara Menurut Lela Nurlela (Nurlela, 2019), *CSR* bisa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Sementara menurut Agus Rusmana *et al* (Al, 2019), *CSR* merupakan bentuk komitmen

perusahaan terhadap pemangku kepentingan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan.

Menurut Rodrigo Lozano, dan Maria Barreiro-gen (Lozano & Barreiro-Gen, 2021), mereka menyimpulkan bahwa corporate sustainability adalah Kegiatan perusahaan yang secara proaktif berusaha untuk berkontribusi pada keberlanjutan keseimbangan, termasuk ekonomi, dimensi lingkungan, dan sosial hari ini, serta keterkaitan mereka dalam dan sepanjang waktu dimensi (yaitu, pendek, panjang, dan jangka panjang), sambil menangani sistem perusahaan, yaitu, Operasi dan produksi, Manajemen dan strategi, sistem organisasi, Pengadaan dan pemasaran (yaitu, rantai pasokan), Penilaian dan komunikasi, dan Tata Kelola; sebagai serta dengan pemangku kepentingannya. Sementara Menurut Stuart Hart (Hart, 2003), Keberlanjutan perusahaan digambarkan sebagai pendekatan strategis jangka panjang oleh perusahaan; menganggap diri mereka bertanggung jawab untuk membalikkan tren dampak negatif dan membuat kontribusi sosial dan menciptakan nilai pemangku kepentingan. Sementara Menurut Thomas Dyllick dan Kai Hockerts (Dyllick, 2002), keberlanjutan perusahaan dapat didefinisikan dengan tepat sebagai memenuhi kebutuhan langsung perusahaan dan pemangku kepentingan tidak langsung (seperti pemegang saham, karyawan, klien, kelompok penekan, komunitas nities, dll), tanpa mengorbankan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan di masa depan juga.

Menurut Bhavna Kumar, Singhal M, Idris FH, Bhargava S dan Ohja A (Kumar, 2020), *Corona Virus* adalah infeksi virus spektrum luas yang terjadi pada manusia dan hewan diketahui menyebabkan infeksi saluran pernapasan dan gastroenteritis. Sementara Menurut Narain, Singh, dan Nath (Narain, 2020), Coronaviridae (CoVs) adalah yang terbesar yang diketahui virus RNA untai tunggal. *Corona Virus* adalah anggota subfamili Coronavirinae di famili Coronaviridae dan ordo Nidovirales (Komite Internasional Taksonomi Virus). Sementara Menurut Nemat Khansari (Khansari, 2020), Virus corona adalah virus berselubung yang memiliki genom RNA untai tunggal sense positif dan kapsid dengan simetri heliks. Virus ini memiliki genom terbesar (26 hingga 32 kilobase) di antara virus RNA. Virus-virus ini adalah Disebut virus Corona karena morfologinya yang seperti mahkota di bawah mikroskop elektron.

CSR merupakan salah satu upaya dari perusahaan untuk menaikkan citra perusahaan dihadapan masyarakat dengan menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat. Pandemi Covid-19 membuat perusahaan untuk memperhatikan keadaan lingkungan dan perubahan dari masyarakat karena COVID-19 mengharuskan perusahaan untuk mengubah Sifat bisnis mereka untuk beradaptasi dan bertahan hidup.

Hipotesis

Dengan terjadinya pandemi COVID-19, maka akan berdampak dengan keberlanjutan perusahaan – perusahaan. Perusahaan dari berbagai bidang tertentu mengalami dampak yang diberikan oleh COVID-19. Perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan seperti restoran atau supermarket, mengalami kenaikan dalam penghasilan mereka karena makanan adalah salah satu sumber daya yang dicari banyak orang selain obat – obatan selama masa pandemic. Banyak tempat restoran dan aplikasi untuk berbelanja menawarkan jasa antar makanan sehingga restoran dapat menjalankan bisnisnya seperti biasa dan tetap mempertahankan kehidupan bisnis mereka.

CSR pada dasarnya adalah upaya perusahaan untuk mempertahankan citra mereka dengan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan upaya ini, perusahaan

dapat membangun citra yang positif terhadap bagaimana masyarakat melihat perusahaan ini. Dengan program *CSR* yang baik, maka dapat berpengaruh positif terhadap keberlanjutan perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang Panjang. Dari uraian tersebut, maka Hubungan antara variabel – variabel tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian
Sumber: Olahan penulis

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa COVID-19 akan memiliki pengaruh yang positif terhadap sustainability perusahaan makanan, dan *CSR* akan memiliki pengaruh yang positif terhadap Sustainability perusahaan makanan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang digunakan adalah data laporan keuangan 10 perusahaan makanan terbesar di Indonesia dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Selain itu, untuk data COVID-19 menggunakan jumlah kasus COVID-19 yang ada di Indonesia dari tahun 2020 hingga tahun 2021. Semua data laporan keuangan dan Kasus COVID tersedia di beberapa website seperti www.idx.co.id, <https://emiten.kontan.co.id/>, dan website milik perusahaan itu sendiri. *Software* yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah adalah Eviews12.

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisa terdiri dari beberapa metode. Pertama, Estimasi Model Data Panel dengan menggunakan Common Effect Model, Fixed Effect Model, dan Random Effect Model. Kedua, menggunakan Uji Analisis Regresi Data Panel dengan Uji Chow dan Uji Hausman. Ketiga adalah Uji Asumsi Klasik untuk meneliti keakuratan data dengan Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas. Keempat, apabila terjadi masalah pada uji Heteroskedastisitas maka akan diselesaikan dengan Uji Regresi Robust Least Square. Terakhir adalah Uji Hipotesis dengan menggunakan Uji T dan Uji F.

Definisi Operasional Variabel

COVID-19 adalah infeksi virus spektrum luas yang terjadi pada manusia dan hewan diketahui menyebabkan infeksi saluran pernapasan dan gastroenteritis.

CSR (Corporate Social Responsibility) adalah usaha perusahaan dalam menunjukkan citra di hadapan publik dengan menggerakkan program yang bersifat kemanusiaan baik dalam lingkup internal maupun eksternal.

Sustainability adalah Kegiatan perusahaan yang secara proaktif berusaha untuk berkontribusi pada keberlanjutan keseimbangan, termasuk ekonomi, dimensi lingkungan, dan sosial hari ini, serta keterkaitan mereka dalam dan sepanjang waktu dimensi (yaitu, pendek, panjang, dan jangka panjang), sambil menangani sistem perusahaan, yaitu, Operasi dan produksi, Manajemen dan strategi, sistem organisasi, Pengadaan dan pemasaran (yaitu, rantai pasokan), Penilaian dan komunikasi, dan Tata Kelola; sebagai serta dengan pemangku kepentingannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Regresi data panel

Hasil dari Uji Chow menunjukkan bahwa nilai *probability cross-section chi-square* dan nilai *probability cross-section F* adalah sebesar 0,0000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (Muslim, 2019), sehingga model yang dipilih dari hasil uji ini adalah *Fixed Effect Model*.

Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai *probability cross-section random* sebesar 0,0000. Nilai tersebut kurang dari 0,05 (Muslim, 2019), sehingga bahwa model yang digunakan adalah *Fixed Effect Model*. Karena model *Fixed Effect* terpilih 2 kali dalam uji Chow dan Hausman, artinya model ini adalah model yang paling terbaik untuk menjawab tujuan dari penelitian ini.

b. Uji asumsi klasik

1) Uji multikolinieritas

Hasil yang didapatkan dari uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai korelasi yang tinggi antara kedua variabel bebas yang melebihi dari 0,90 (Muslim, 2019), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel kedua bebas.

2) Uji heteroskedastisitas

Hasil dari kedua output di uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas kurang dari 0,05 (Muslim, 2019), sehingga terdapat masalah heteroskedastisitas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan uji *Regresi Robust Least Square*.

c. Uji regresi *Robust Least Square*

Apabila terjadi masalah Heteroskedastisitas, maka untuk mengatasinya menggunakan Robust. Artinya, menggunakan koefisien estimasi yang kebal atau robust terhadap tidak memenuhi syarat asumsi heteroskedastisitas.

Tabel 1. Hasil uji regresi *Robust Least Square*
Sumber: Olahan penulis

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	5,07E+11	1,32E+11	3,829	0,000
COVID	135870,4	185458,7	0,733	0,464
CSR	40,112	0,647	61,946	0,000

Dari hasil yang didapatkan, dapat dilihat untuk variabel COVID memiliki nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (Dimas, 2020), artinya variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sementara itu, variabel CSR memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, artinya variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

d. Uji hipotesis

1) Uji T

Hasil yang didapat dari hasil uji T adalah bahwa variabel COVID memiliki nilai Prob lebih kecil dari 0,05 (Muslim, 2019), artinya variabel berpengaruh signifikan terhadap *sustainability*. Untuk variabel CSR, nilai Prob kurang dari 0,05 (Muslim, 2019), artinya variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Sustainability*.

2) Uji F

Hasil dari uji F menunjukkan bahwa Prob (F – statistic) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 (Muslim, 2019). sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kedua variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan dari data COVID yang telah dihitung dalam penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa COVID memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sustainability perusahaan makanan di Indonesia. Hal ini dikarenakan pada masa pandemi ini, terjadinya perubahan konsumsi makanan dimana orang lebih banyak memilih makanan seperti mie instan yang dapat dengan mudah dimasak dirumah masing – masing. Hal ini menyebabkan meningkatnya pembelian produk – produk seperti makanan instan dan obat – obatan selama masa pandemi. Hal ini terjadi karena, kebanyakan perusahaan makanan ini sudah menawarkan jasa antar makanan, sehingga mereka tidak perlu berusaha keras untuk beradaptasi dengan adanya pandemic COVID seperti perusahaan dalam sektor lain. Dengan banyaknya orang yang menjalankan program karantina dirumah, jasa antar seperti Grab, Gojek, dan layanan antar dari perusahaan itu sendiri dapat dengan mudah menjalankan bisnis mereka seperti biasanya. Jadi semakin tinggi angka kasus COVID, penjualan perusahaan juga akan meningkat.

Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Curtis dan Slocum (Curtis, 2021), dimana hasil yang di dapat dari penelitian tersebut adalah bahwa COVID memiliki dampak yang bersifat positif terhadap sustainability perusahaan winery dimana perusahaan tersebut dapat bertahan dengan modal bisnis yang dilakukan dan dapat tetap menghasilkan keuntungan selama masa pandemi. Selain itu, Seabra dan Bhatt (Seabra, 2022) melakukan sebuah penelitian dimana penelitian tersebut menarik kesimpulan bahwa COVID-19 membawa dampak yang bersifat negatif, tetapi juga dampak yang bersifat positif bagi industri pariwisata.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lozano dan Barriero-Gen (Lozano, 2021), dimana pencatatan dari hasil yang ditemukan dari penelitian tersebut adalah bahwa COVID – 19 berdampak negatif pada sebagian besar elemen sistem, dengan pengecualian Organisasi sistem yang berdampak positif perbandingan. Ahmad dan Soepriyanto (Ahmad, 2022), menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan bahwa ada pengaruh yang positif dan juga negatif bagi perusahaan bursa efek di Indonesia pada periode sebelum dan periode selama COVID. Penelitian yang dilakukan oleh Triyawan dan Fendayati (Triyawan, 2021), menarik kesimpulan bahwa COVID memiliki dampak yang negatif karena membuat proyek pembangunan tertunda hingga lebih dari 1 bulan dan hampir seluruh dana anggaran dialihkan untuk penanggulangan COVID.

Dari hasil pengujian data CSR yang dihitung dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sustainability perusahaan makanan Indonesia. Hal ini dikarenakan dengan berbagai program CSR yang dijalankan oleh perusahaan makanan terutama pada saat pandemi COVID ini menarik rasa simpati dan rasa positif dari masyarakat terhadap perusahaan makanan di indonesia. Hal ini terjadi karena, CSR adalah upaya perusahaan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka adalah perusahaan terpercaya yang peduli terhadap lingkungan sekitar, dan masyarakat luas. Dengan setiap program yang mereka lakukan untuk membantu masyarakat atau melestarikan lingkungan sekitar, perusahaan dapat membangun public image mereka yang positif. Jadi semakin tinggi pengeluaran untuk CSR, maka penjualan perusahaan juga akan meningkat.

Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia, Shaura, Raharjo, dan Resnawaty (Kurnia, 2019), dimana penelitian tersebut menarik Kesimpulan bahwa CSR memiliki dampak yang positif terhadap sustainability dimana jika perusahaan melaksanakan program-program CSR dengan baik dan benar, perusahaan akan mendapatkan jaminan keberlanjutan mengenai program-program CSR tersebut dengan baik. Penelitian yang dilakukan oleh

(Dermawan, 2010) menarik kesimpulan bahwa CSR akan memiliki pengaruh yang optimal bagi perusahaan apabila CSR memiliki sifat tertentu seperti *centrality*, *specificity*, dan *visibility*.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lopez, Rangel, dan Fernandez (Lopez, 2022), dimana penelitian tersebut ingin menunjukkan apakah strategi berkelanjutan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dari waktu ke waktu membawa efisiensi dan profitabilitas untuk operasi perusahaan. Kesimpulan yang ditarik dari penelitian tersebut adalah bahwa terdapat hubungan berbanding lurus antara CSR, diukur dengan Peringkat MERCO CR&G, dan harga saham, akan tetapi hubungan tersebut kehilangan relevansinya ketika mempertimbangkan konteks ekonomi, dan kemajuan besar CSR dalam hal manajemen, transparansi, pengukuran kepastian, lingkungan dan tata kelola diterjemahkan menjadi kontribusi penting untuk efisiensi dan berkelanjutan pertumbuhan perusahaan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari berbagai pengujian yang telah dilakukan dan dibahas pada sebelumnya maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah bahwa COVID – 19 memiliki pengaruh yang bersifat positif dan signifikan terhadap sustainability perusahaan makanan di Indonesia. Selain itu, CSR juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sustainability perusahaan makanan di Indonesia.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama. Pertama, penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah perusahaan yang diteliti untuk mengukur pengaruh terhadap *sustainability* perusahaan di Indonesia. Hal ini untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Berikutnya, penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan variabel bebas lain atau menambahkan variabel bebas dalam penelitian tersebut. Hal ini dikarenakan agar bisa mendapatkan berbagai macam data yang bisa dibandingkan untuk mendapatkan kesimpulan yang berbeda atau sama dengan penulis jurnal ini.

Bagi perusahaan yang membaca jurnal ini, penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan perusahaan makanan di Indonesia, sehingga perusahaan sebaiknya lebih banyak melakukan program CSR, seperti rehabilitasi alam dengan kegiatan seperti reboisasi hutan dan penanaman bakau. Kemudian, kegiatan kemanusiaan seperti penggalangan dana untuk donasi, bantuan dana UMKM, dan sebagainya. terakhir, perusahaan juga dapat melakukan pemberdayaan ekonomi karyawan seperti mendirikan koperasi karyawan, dan menyediakan bantuan dana usaha untuk karyawan. Perusahaan harus menjalankan program CSR tersebut dengan baik untuk menjamin keberlanjutan perusahaan mereka.

Bagi orang-orang dalam masyarakat yang ingin membuka bisnis pada saat ini, Peneliti memberikan saran Untuk orang – orang dalam masyarakat yang ingin memulai bisnis pada masa pandemi ini, saat ini adalah kesempatan untuk membuka usaha dalam bidang makanan karena hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa COVID memiliki dampak yang bersifat positif dan signifikan terhadap keberlanjutan sebuah perusahaan makanan di Indonesia.

Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Nuryasman MN yang memberikan arahan dan masukan kepada penulis, dan teman – teman bimbingan penulis yang menyemangati dan membantu penulis dalam Menyusun jurnal ini.

REFERENSI

- Ahmad F & Soepriyanto G (2022). Analisis sustainability performance pada perusahaan di bursa efek indonesia sebelum dan selama Covid-19. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11).
- Curtis K & Slocum S (2021). Rural Winery Resilience and Sustainability Through the COVID-19 Pandemic. *MDPI*, 13(18).
- Dermawan E (2010). Renovasi Pola Pikir Implementasi CSR menuju Metamorfosis Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 15(2).
- Dimas. (2020). *Cara Regresi Robust Least Square atau Regression Data Time Series di Eviews 9*. Dimaschannel. <https://www.dimaschannel.com/2020/05/cara-regresi-robust-least-square-atau.html>.
- Dyllick, T & Hockerts, K (2002). Beyond The Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11(2).
- Hart, S, Milstein, M, & Caggiano, J (2003). Creating Sustainable Value. *Academy of Management Executive*, 17(2).
- Kumar, B. (2020). Strategies and Guidance to Combat Novel Corona Virus (Covid-19) Disease. *Open Access Journal of Pharmaceutical Research*, 4(3).
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). *Sustainable Development dan CSR*.
- Lela Nurlela W. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jawa Timur: Myria Publisher.
- Lopez B, Rangel C, & Fernandez M (2022). The impact of corporate social responsibility strategy on the management and governance axis for sustainable growth. *Journal of Business Research*, 150.
- Lozano, R., & Barreiro-Gen, M. (2021). Corporate Sustainability and COVID-19: Analyzing the Impacts of the Outbreak. *IEEE Engineering Management Review*, 49(1), 72–80.
- Muslim, A & Puspa, I (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Keuangan. *JRKA*, 5(4).
- Narain, S, Singh, M, & Nath, D (2020). Corona Virus Outbreak. *Journal of Medical Science and Clinical Research*. 8(4).
- Rusmana, Agus et al. 2019. The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0 : Book Chapter Komunikasi Organisasi. Bandung: Media Akselerasi.
- Saptoyo, R. D. A. (2022). *Mengenal Virus Corona: Sejarah, Jenis, dan Macam Penyakit yang Disebabkannya...* Kompas. <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/02/16/133122482/mengenal-virus-corona-sejarah-jenis-dan-macam-penyakit-yang?page=all>.
- Seabra C & Bhatt K (2022). Tourism Sustainability and COVID-19 Pandemic: is there a positive side ?. *MDPI*, 14(14).
- Sugandi A & Nuryasman MN (2022). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Penerbangan di BEI. *Jurnal manajerial dan kewirausahaan*, 4(3).
- Swat A, Lindawati L, & Puspita M (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1).
- Triyawan A & Fendayanti Z (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap keberlangsungan perusahaan jasa konstruksi. *Forum Ekonomi*, 23(2).