

Petoesan - Hindia:

Telaah Pemikiran Kebangsaan

Volume 4 No 2 Tahun 2022 Hlmn. 79-87

Artikel Masuk: 02 Juni 2022 | Artikel Diterima: 20 Januari 2023

Corporate social responsibility dalam etika bisnis dengan sudut pandang nilai-nilai Pancasila di tengah revolusi industri 4.0

Insania Nafi'a¹, Nur Lailatul Nikmah Kholisna Putri², Stefani Sekar Ananta³

^{a,b,c}Brawijaya, Jl. Veteran Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Indonesia, 65145

¹insania_nafia15@student.ub.ac.id, ²nurlailatu54@student.ub.ac.id, ³stefanisekar@student.ub.ac.id

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan dalam upaya ikut serta melestarikan lingkungan dan mengembangkan masyarakat sekitar. Era Industri 4.0 merupakan era yang semakin maju dengan digitalisasi di sebuah hampir bidang industri. Harapannya CSR menjadi lebih diperhatikan melalui sektor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penerapan CSR memberikan efek positif untuk perusahaan dimana dapat menarik investor untuk berinvestasi dan menambah citra baik perusahaan. CSR adalah sebagai bentuk etika perusahaan dalam menjalankan bisnis, dimana tidak hanya berfokus pada keuntungan untuk performa kinerja keuangan saja, namun juga tindak lanjut dan peran perusahaan dalam mengatasi dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya. Perkembangan industri seharusnya tidak menjadi penghambat bagi perusahaan untuk menerapkan CSR, karena dengan digitalisasi yang ada, perusahaan dapat memperoleh data mengenai respon dan tanggapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Hal tersebut justru seharusnya dapat mempermudah perusahaan dalam melakukan analisis lingkungan dan dapat mengembangkan program CSR yang sesuai. Tak kalah penting bahwa dalam penyusunan program dan pelaksanaan CSR, perusahaan harus tetap memperhatikan aspek kemanusiaan, keadilan dan pemerataan seperti yang tercantum dalam Pancasila.

Kata Kunci : CSR, Etika Bisnis, Pancasila.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is the responsibility of the company in an effort to participate in preserving the environment and developing the surrounding community. The Industrial Era 4.0 is an increasingly advanced era with digitalization in almost an industrial field. It is hoped that CSR will be given more attention through the economic, social, and environmental sectors. The implementation of CSR has a positive effect on the company which can attract investors to invest and add to the good image of the company. CSR is a form of corporate ethics in running a business, which does not only focus on profits for financial performance, but also follow-up and the role of the company in overcoming the impact of its business activities. Industrial developments should not be an obstacle for companies to implement CSR, because with existing digitalization, companies can obtain data on public responses and responses to company performance. This should actually make it easier for companies to carry out environmental analyzes and be able to develop appropriate CSR programs. It is equally important that in the preparation of CSR programs and implementation, companies must continue to pay attention to aspects of humanity, justice and equity as stated in Pancasila.

Keywords : CSR, Business Ethics, Pancasila.



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Corporate social responsibility dalam etika bisnis dengan sudut pandang nilai-nilai pancasila di tengah revolusi industri 4.0
Insania Nafi'a¹, Nur Lailatul Nikmah Kholisna Putri², Stefani Sekar Ananta³

Perusahaan merupakan sebuah unit bisnis yang menjalankan usahanya dengan tujuan mencari keuntungan. Dalam menjalankan operasionalnya perusahaan tidak hanya melibatkan pihak-pihak yang ada di dalam perusahaan saja seperti staf dan pimpinan direksi, namun juga pihak eksternal yang ikut berperan dalam kegiatan bisnis di perusahaan seperti konsumen, *supplier*, *stakeholder*, dan *shareholder*. dengan terlibatnya beberapa pihak tersebut sebuah perusahaan harus menerima segala konsekuensi yang diperoleh sebagai akibat dari operasional yang dilakukan. Tanggung jawab tersebut biasa dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan aktivitas bisnis dimana perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan dan masyarakat sebagai bentuk perhatian dalam meningkatkan kesejahteraan serta berdampak positif bagi lingkungan. hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 ayat 3 yang menjelaskan bahwa penerapan CSR merupakan suatu komitmen perseroan untuk ikut berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan maupun masyarakat.

Tujuan adanya CSR sendiri adalah menyeimbangkan kegiatan lingkungan perusahaan dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Selain itu, pelestarian lingkungan upaya menjaga lingkungan dari dampak kegiatan perusahaan merupakan salah satu poin penting dalam pelaksanaan CSR. dalam hal ini masyarakat juga memegang peranan penting dalam membantu kegiatan perusahaan, karena sebagian lahan perusahaan biasanya merupakan milik masyarakat sekitar. Oleh karena itu CSR sebagai jembatan antara masyarakat dan perusahaan. hal tersebut juga akan membentuk citra baik perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain. Perusahaan akan mendapatkan penilaian yang baik baik dari masyarakat, pemerintah maupun investor. Bentuk-bentuk penerapan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berfokus pada lingkungan, namun juga dalam hal ekonomis yang mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab atas kesejahteraan pekerjanya. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab atas terciptanya produk yang berkualitas bagi para pelanggannya. Sebagai bentuk kontribusi pada ekonomi negara, perusahaan memiliki peran untuk ikut membayar pajak terhadap negara.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur jelas dalam Undang-Undang yang telah disebutkan sebelumnya, dan hakikatnya dampak positif dari dilaksanakannya CSR juga akan kembali pada perusahaan sendiri. hal tersebut seharusnya menjadi dorongan untuk perusahaan untuk bisa menerapkan CSR atas dasar tanggung jawab dan bukan atas dasar formalitas saja. Untuk itu dibutuhkan landasan yang kuat dalam implementasinya. Namun tidak jarang pula terjadi permasalahan dalam implementasi CSR. Masalah tersebut timbul baik dari tuntutan masyarakat maupun dari pihak internal perusahaan yang merasa terbebani dengan menjalankan program CSR. Permasalahan implementasi CSR juga bisa datang dari perkembangan industri saat ini. Perusahaan akan terus berusaha untuk bisa maju dan berkembang mengikuti perkembangan zaman. Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, perusahaan lebih banyak terkonsentrasi pada digitalisasi setiap proses dalam perusahaan sehingga proses tanggung jawab sosial perusahaan menjadi terhambat. Revolusi industri 4.0 memberikan perubahan yang luar biasa dalam bisnis, dimana semua dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan menggunakan sebuah sistem yang dijalankan secara otomatis.

Dalam kondisi serba digitalisasi seperti saat ini, perusahaan harus mengupayakan tidak hanya profit untuk pencapaian kinerja keuangan, namun juga kondisi lingkungan yang mungkin terkena dampak akibat aktivitas operasional perusahaan (Angelia, 2015 dalam (Nurharjanti, 2020)). Di era 4.0 dalam jangka pendek perusahaan akan dipermudah dalam mengumpulkan data berupa respon dan tanggapan masyarakat terhadap aktivitas CSR perusahaan. Kemajuan industri juga memberikan tantangan pada perusahaan karena ketika perusahaan menggunakan



misalnya mesin dalam produksinya dapat menghasilkan zat sisa dalam jumlah yang besar serta hal negatif lainnya yang dapat merusak lingkungan. Program pengolahan limbah dan konservasi lingkungan sekitar bisa dilakukan perusahaan sebagai bentuk dari tanggung jawabnya. Perkembangan industri 4.0 tidak akan memberikan dampak yang negatif terhadap pelaksanaan CSR perusahaan jika tetap berpedoman terhadap nilai-nilai moral dan kemanusiaan sesuai dengan yang terkandung dalam Pancasila.

Dalam Pancasila terdapat 5 sila yang menjadi pedoman masyarakat Indonesia dalam hidup berbangsa dan bernegara. Jika dikaitkan dengan penerapan CSR maka seharusnya perusahaan dapat menjalankannya sesuai dengan sila kemanusiaan, keadilan sosial, dan kerakyatan. Nilai kemanusiaan yang terkandung mencerminkan bahwa kekayaan perusahaan harus bisa dinikmati oleh semua pihak mulai dari karyawan, pemangku kepentingan, hingga masyarakat. Begitu juga dengan nilai lainnya yang seharusnya dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai upaya lingkungan, masyarakat, dan ekonomi yang berkelanjutan. Untuk itu artikel ini membahas mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk etika bisnis bisa diterapkan di tengah gempuran kemajuan industri dengan tetap berpedoman pada nilai-nilai Pancasila.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan berdasarkan studi literatur. Penulis menggunakan Pancasila sebagai sudut pandang penulisan artikel. Pancasila sebagai pilar utama ideologi di Indonesia, telah tertanam dalam benak mayoritas masyarakat yang berada di Indonesia. Nilai-nilai yang tertuang dalam Pancasila itu sendiri merupakan nilai-nilai yang terserap dari budaya serta norma-norma yang sudah ada sebelumnya. Yang secara garis besar, telah menjadi dasar hukum hingga pedoman dalam watak warga negara Indonesia, yang dimana hal tersebut dapat dilihat dalam kegiatan sehari-hari.

CSR yang notabene nya merupakan sebuah bentuk pertanggungjawaban sosial dari suatu entitas atau organisasi, baik itu merupakan milik negara maupun milik swasta; mencerminkan nilai-nilai yang ada dalam Pancasila. Yang artinya, entitas atau pun organisasi apa pun yang menerapkan CSR itu sendiri telah mencerminkan nilai-nilai Pancasila dalam kegiatan tersebut.

CSR juga tidak hanya sekedar bagaimana suatu perusahaan mengelola limbah mereka ataupun pertanggungjawaban mereka kepada lingkungan alam lainnya, tetapi juga pertanggungjawaban sosial mereka; baik kepada warga sekitar ataupun dalam jangkauan yang lebih luas seperti masyarakat yang ada di kota, provinsi, hingga di negara itu sendiri. Hal itu juga dapat berupa pemberian lowongan kerja ataupun sumbangan yang bersifat material kepada panti-panti yang berada sekitar lokasi entitas atau organisasi tersebut beroperasi.

Beberapa perusahaan tentu juga menggunakan CSR sebagai salah satu cara untuk membangun citra yang baik bagi masyarakat, namun tidak dipungkiri bahwa CSR itu sendiri juga memiliki nilai-nilai Pancasila didalamnya. Nilai-nilai yang dijabarkan per-sila dalam Pancasila adalah sebagai berikut :

1. Sila pertama : “Ketuhanan Yang Maha Esa”. Sila pertama ini menjadi pilar utama yang kemudian dikelilingi oleh 4 pilar sila lainnya. Yang menunjukkan bahwa para penganut ideologi Pancasila merupakan orang-orang yang berpegang kepada iman mereka kepada Tuhan. Yang selain dari itu, undang-undang maupun peraturan yang ada telah terlebih dahulu mempertimbangkan sisi nilai-nilai Ketuhanan. Dimana setiap klausa yang dituliskan dalam undang-undang atau pun peraturannya telah memperhitungkan nilai-nilai yang berasal dari kitab suci serta ajaran-ajaran keagamaan yang ada di Indonesia. Yang dimana hal ini tidak

termasuk bagi penganut ateisme, yang adalah masyarakat yang tidak beriman atau pun percaya akan adanya Tuhan. Sehingga nilai-nilai yang dicerminkan dari dasar ateisme tentu tidak ditorehkan dalam sila pertama ini.

2. Sila kedua : “Kemanusiaan yang Adil dan Beradab”. Dalam sila ini mengandung nilai-nilai kesetaraan serta menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang beradab. Kesetaraan yang dimaksud adalah kesetaraan tiap-tiap individu terlepas dari latar belakang ekonomi, sosial, agama, *gender*, serta suku mereka di hadapan hukum Indonesia dan lingkungan sosial sekitarnya. Bahwa setiap individu berhak atas HAM mereka masing-masing, dan bahwasannya negara memberikan perlindungan kepada setiap masyarakat Indonesia dalam menggunakan HAM mereka sendiri. Kemanusiaan yang beradab berakar dari esensi moral dan norma-norma yang ada di tengah masyarakat. Yang semuanya berakar dari kebudayaan dan kebiasaan yang diturunkan dari nenek moyang rakyat Indonesia itu sendiri. Yang kemudian nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari keseharian warga Indonesia.
3. Sila ketiga : “Persatuan Indonesia”. Sila ini bersama dengan semboyan Indonesia yaitu “Bhinneka Tunggal Ika” merupakan salah satu alasan mengapa Indonesia yang merupakan negara yang memiliki begitu banyak pulau, ras, budaya, dan bahasa masih berdiri dan bersatu hingga sampai saat ini. Bhinneka Tunggal Ika sendiri memiliki arti yang sangat sesuai dengan keberagaman yang ada di Indonesia, yaitu “Berbeda-beda tetapi tetap satu”. Indonesia masih berdiri seperti sekarang karena adanya perbedaan atau keberagaman antara tiap individu, golongan, kelompok, maupun suku yang ada; yang juga memberikan keindahan tersendiri.
4. Sila keempat : “Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan”. Dalam sila ini membahas mengenai nilai-nilai demokrasi yang dianut oleh tiap masyarakat Indonesia dalam kehidupan berkenegaraan. Menurut Yusdiyanto (2016), makna dari sila ke-4 adalah :
 - a. Demokrasi, yang artinya pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.
 - b. Permusyawaratan, yaitu berdiskusi bersama dengan melontarkan pendapat dan argumen masing-masing untuk mencapai suatu keputusan bersama.
 - c. Membuat keputusan dengan jujur.
 - d. Kerakyatan, yaitu memperjuangkan hak-hak rakyat dalam setiap pengambilan keputusan.
 - e. Musyawarah untuk mufakat, menghormati dan menghargai perbedaan pendapat dan argumen yang ada dalam musyawarah. Serta menghargai dan mengikuti atau patuh kepada keputusan yang diperoleh dari musyawarah tersebut.
5. Sila kelima : “Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia”. Sila kelima sendiri merupakan perwujudan dari gabungan keempat sila sebelumnya. Yang dimana jika keempat sila sebelumnya dijiwai dan dilakukan dalam kegiatan sehari-hari, baik bagi rakyat ataupun para petinggi maka akan mencapai suatu keselarasan yang kemudian akan menghasilkan keadilan bagi setiap lapisan masyarakat.

Hasil Dan Pembahasan

Menurut Widjaja dan Pratama (2008), *Corporate Social Responsibility* muncul dikarenakan timbulnya ketidakpercayaan masyarakat atas suatu entitas atau organisasi. Sejarah CSR sendiri bermula dari tahun 1860-an, namun mulai menjadi terkenal sekitar 10 tahun kemudian. Ketika seorang pengusaha bernama A. Carnegie menantang para pengusaha kaya serta orang-orang kaya lainnya untuk memberikan kontribusi kepada lingkungan sosial. Carnegie mengatakan bahwa orang Amerika yang sangat kaya seperti dirinya memiliki tanggung jawab untuk membelanjakan uang mereka demi kebaikan yang lebih besar/*for the*



greater good, yang dimana hal tersebut dituangkan dalam bukunya yang berjudul "*Gospel of Wealth*".

Pada tahun 1901, Carnegie menjual JP Morgan dan fokus pada kegiatan amal yang berskala besar. Kegiatan-kegiatan amal yang dilakukan oleh Carnegie adalah dengan mendirikan perpustakaan-perpustakaan lokal, membiayai penelitian *science*, dan juga mendukung adanya perdamaian dunia. Hal ini pun mendorong John D. Rockefeller yang adalah seorang merupakan salah satu orang terkaya dalam sejarah di Amerika Serikat, untuk beramal. Rockefeller menyumbang sekitar US\$ 500.000 ke lembaga amal. Setelah Rockefeller pensiun pun, beliau tetap berkecimpung dalam dunia amal, dengan tetap memberikan kontribusi sosial di ranah kesehatan dan juga pendidikan.

Howard Bowen yang disebut sebagai "Bapak dari CSR", dalam bukunya yang berjudul "*Social Responsibility of The Businessman*" yang diterbitkan pada 1953; mendefinisikan CSR sebagai "kewajiban pengusaha untuk mengejar kebijakan tersebut, untuk membuat keputusan tersebut, atau untuk mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat kita". Dan menurutnya, atas dasar etika bisnis para *stakeholder* harus bertanggung jawab atas masyarakat. Yang kemudian diartikan sebagai tanggung jawab sosial. *The Hershey Company* serta *Johnson & Johnson* merupakan salah satu perusahaan pertama yang mengadopsi CSR. *Hershey* melakukan pertanggungjawaban sosial dengan memberikan berbagai fasilitas kepada lingkungan sekitar hingga membangun beberapa sekolah. Menurut Kotler dan Nance (2005), CSR di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dilakukan atas kesadaran sukarela (*voluntary driven*).

CSR di Indonesia mulai dikenal pada tahun 1980-an, namun menjadi populer pada tahun 1990-an. CSR pada awalnya muncul dalam bentuk beasiswa, bantuan bencana alam, serta pembagian THR. Pada tahun 2003, Departemen Sosial menjadi lembaga pemerintah yang bertugas untuk mengembangkan konsep CSR dan bertugas menjadi advokat bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia terkait dengan penerapan CSR. Lalu pada tahun 2007, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007, yang membahas tentang kewajiban Perseroan Terbatas; yang dimana dalam UU tersebut mengatur tentang perlakuan CSR pada entitas ataupun organisasi di Indonesia. CSR yang dibuat oleh perusahaan bisa jadi disebabkan hanya karena perusahaan pesaing membuat laporan CSR atau "ikut-ikutan" istilah ini disebut sebagai *Mimetic Isomorphism*.

Teori *Mimetic Isomorphism* dan CSR, *Mimetic Isomorphism* atau isomorfisme mimetik, adalah keadaan dimana suatu organisasi menirukan atau mengadopsi struktur organisasi lainnya; hal ini dikarenakan struktur organisasi tersebut lebih baik daripada struktur organisasi mereka. Suatu organisasi cenderung meniru sistem atau teknik pendekatan dari organisasi "sukses" lainnya ketika menghadapi situasi yang tidak pasti, baik itu dalam hal pengadopsian teknologi, perlakuan atas masalah, dan bagaimana organisasi tersebut mencari solusi atas masalah tersebut.

Corporate Social Responsibility menurut Prastowo dan Huda (2011) adalah mekanisme alami dari sebuah organisasi untuk "membersihkan" keuntungan yang diperoleh oleh organisasi tersebut. Lalu pada tahun 2003, Dougherty mengatakan bahwa CSR adalah perkembangan proses untuk mengevaluasi pemegang saham dan tanggung jawab lingkungan serta pengadaan program-program sosial untuk membantu lingkungan sosial di sekitar organisasi tersebut.

Terdapat 3 teori pendekatan terkait dengan *Corporate Social Responsibility*. Yang pertama adalah *Corporate Social Responsibility*, yang memiliki 3 kewajiban yaitu: tanggung jawab ekonomi untuk menghasilkan uang, tanggung jawab hukum untuk mematuhi peraturan dan regulasi yang ada, tanggung jawab etik untuk melakukan hal yang benar walau tidak

diharuskan oleh peraturan hukum yang berlaku, serta tanggung jawab filantropi untuk berkontribusi pada kegiatan sosial walaupun kegiatan tersebut tidak berhubungan dengan proyek bisnis apapun.

Teori selanjutnya yaitu *Triple Bottom Line*, yang dicetuskan oleh John Ellington pada 1994. *Triple Bottom Line* adalah bentukan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang meminta para petinggi perusahaan untuk mentabulasi hasil *bottom line* tidak hanya menyangkut hal ekonomi, namun juga terkait kegiatan pertanggungjawaban perusahaan sosial dan lingkungan.

Teori yang terakhir adalah *Stakeholder Theory* yang dijelaskan oleh Edward Freeman pada tahun 1984. Teori ini memiliki pandangan kapitalisme yang menekankan hubungan yang saling berhubungan antara bisnis dan pelanggannya, pemasok, karyawan, investor, komunitas, dan pihak lain yang memiliki kepentingan dalam organisasi. Teori ini berpendapat bahwa perusahaan harus menciptakan nilai bagi semua *stakeholder*, bukan hanya *shareholder*. Ernst dan Ernst (1978) mengidentifikasi enam bidang dimana *corporate Social objectives* dapat ditemui :

1. Lingkungan

Area ini menyangkut aspek lingkungan produksi, yang meliputi pengendalian pengelolaan limbah dalam pelaksanaan kegiatan usaha, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber daya alam dan konservasi sumber daya alam. Tujuan sosial perusahaan dari kegiatan ini adalah pengurangan efek sosial eksternal negatif dari produksi industri, dan mengadopsi teknologi yang lebih efisien untuk meminimalkan penggunaan sumber daya yang tidak digantikan dan terkait produksi limbah.

2. Energi

Hal ini mencakup konservasi energi dalam menjalankan operasi bisnis dan peningkatan efisiensi dalam penggunaan energi untuk produksi produk perusahaan.

3. Praktek bisnis yang adil

Hal ini menyangkut hubungan perusahaan dengan beberapa kelompok yang memiliki kepentingan khusus.

4. Sumber daya manusia

Hal ini menyangkut dampak kegiatan organisasi pada orang-orang yang merupakan sumber daya manusia organisasi.

5. Pengembangan masyarakat

Hal ini menyangkut pelibatan dalam kegiatan masyarakat, kegiatan yang berhubungan dengan kesehatan, pendidikan dan seni dan kegiatan masyarakat lainnya.

6. Produk

Hal ini menyangkut aspek kualitatif produk, misalnya kegunaannya, daya tahannya, keamanan dan kemudahan servisnya, serta pengaruhnya terhadap polusi. Ini juga mencakup kepuasan pelanggan, kebenaran dalam periklanan, kelengkapan dan kejelasan pelabelan dan pengemasan.

Revolusi industri 4.0 terjadi karena banyaknya ide-ide hebat serta inovasi baru terutama dalam bidang teknologi. Revolusi industri ditandai dengan munculnya pencampuran antara teknologi dan penyamaran bentuk fisik, digital, serta biologikal. Saat ini belum banyak orang yang betul-betul memahami konsep industri 4.0 karena masih banyak perdebatan mengenai apa yang dimaksud dengan industri 4.0 itu sendiri. Hermann, et.al.(2016, dalam Kagerman, et.al., 2013) mendefinisikan industri 4.0 sebagai sebuah tanda untuk melakukan proses digitalisasi pada industri manufaktur menuju sistem produksi yang terintegrasi dan terdigitalisasi.

Adanya era revolusi industri 4.0 mengakibatkan banyak perusahaan yang lebih memprioritaskan teknologi dan digitalisasi. Karena tidak ingin tertinggal dari perusahaan lain/pesaing, mereka saling berkompetisi untuk mengganti sistem manual menjadi digital. Hal ini tidak lain disebabkan karena ingin meraih profit yang sebesar besarnya. Profit memanglah



penting bagi setiap usaha namun proses yang terdigitalisasi tidak akan dapat berjalan dengan lancar ketika lingkungan sosial dan lingkungan alam tidak terjaga. CSR disini berperan sebagai penghubung proses komunikasi perusahaan dengan para stakeholdernya dan sosialisasi terhadap perkembangan teknologi informasi.

Setiap lingkungan yang ditempati oleh perusahaan pasti mempunyai kebudayaan lokal yang berbeda-beda. Agar setiap elemen dapat terintegrasi dengan baik maka perlu proses komunikasi secara intensif. Ketika semua elemen sudah dapat terintegrasi dengan baik maka keuntungan yang ingin dicapai serta CSR yang dilakukan bukan hanya sekedar tanggung jawab sosial namun juga tanggung jawab perilaku perusahaan. Kesadaran pada perusahaan tidak hanya sebatas penyisihan dana namun juga membangun kerjasama dengan berbagai tim ahli yang mempunyai pengetahuan mengenai bagaimana meminimalkan dampak negatif pada lingkungan atau sosial.

Di era saat ini sebenarnya banyak perusahaan yang sangat peduli dengan CSR namun untuk mengimplementasikan CSR bukanlah hal yang mudah terutama di era revolusi industri 4.0 yang mana pada era ini perusahaan lebih mementingkan teknologi dan inovasi serta digitalisasi pada setiap aspek. Dengan adanya hal ini perusahaan lebih mengalokasikan anggarannya pada fokus pengembangan teknologi dan digitalisasi sehingga kurang memperhatikan tanggung jawab sosial serta lingkungannya. Agar hal ini tidak terjadi maka perusahaan harus kembali kepada konsep etika bisnis.

Etika berasal dari bahasa Yunani (*ethos*) yang artinya kebiasaan atau watak. Etika berbentuk pola perilaku serta kebiasaan yang bisa diterima oleh masyarakat sekitar. Seseorang menilai baik buruknya etika bergantung pada apakah etika yang digunakan dapat bersifat baik atau buruk. Etika bisnis saat ini sudah bukan menjadi suatu keterpaksaan namun kini telah banyak perusahaan yang mulai sadar dengan pentingnya etika dalam suatu bisnis/usaha. Etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan mengenai tata cara mengatur bisnis dengan memperhatikan norma serta moral yang berlaku secara umum. Etika bisnis dengan *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan yang saling berkaitan satu sama lain.

Corporate Social Responsibility adalah bentuk tanggung jawab bisnis pada lingkungan disekitarnya baik lingkungan alam maupun sosial. CSR memiliki pandangan bahwa perusahaan merupakan agen moral yang menggunakan prinsip moral serta etika yang bisa bermanfaat untuk masyarakat sebagai ukuran keberhasilan perusahaan. Artinya perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab dalam hal ekonomi dan hukum saja namun juga tanggung jawab lain pada stakeholder yang ada. Konsep yang mendasari adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) biasanya dianggap sebagai pokok pikiran dari etika bisnis karena perusahaan juga memiliki tujuan jangka panjang untuk mensejahterakan masyarakat. Semakin baik nilai perusahaan dimata masyarakat maka semakin baik juga perkembangan perusahaan. Hal ini disebabkan masyarakat telah percaya dan loyal dengan perusahaan ini.

Menurut Fauzan (2011), ketika CSR etis diimplementasikan dengan cara yang berkelanjutan yang akhirnya menjadi budaya perusahaan akan berdampak positif pada keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan, pemilik modal, pemerintah, serta pihak yang terkait lainnya. Isu-isu etika yang beredar saat ini merupakan salah satu penghambat pada implementasi CSR. Perusahaan bisa saja membuat laporan CSR hanya untuk menaikkan citranya di hadapan masyarakat.

Penyusunan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam Pancasila yang merupakan ideologi Bangsa Indonesia. Nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila telah dijadikan pedoman oleh masyarakat Indonesia sejak dulu, lalu oleh para perumus konstitusi diajukan menjadi ideologi bangsa Indonesia. Ideologi menurut Patrick

Corbett (1970) merupakan :

“setiap struktur kejiwaan yang tersusun oleh seperangkat keyakinan mengenai penyelenggaraan kehidupan masyarakat serta pengorganisasiannya, seperangkat keyakinan mengenai sifat hakikat manusia dan alam semesta dimana ia hidup di dalamnya; suatu pendirian bahwa kedua perangkat keyakinan tersebut independen; dan suatu dambaan agar keyakinan-keyakinan tersebut dihayati, dan pernyataan

pendirian itu diakui sebagai kebenaran oleh segenap orang yang menjadi anggota penuh dari kelompok sosial yang bersangkutan.”

Berdasarkan definisi tersebut, ada dua komponen keyakinan yang dapat menunjukkan adanya keterkaitan antara manusia dengan lingkungan sekitarnya yaitu pertama, kepercayaan terkait penyelenggaraan kehidupan masyarakat disertai dengan pengorganisasiannya. Dengan demikian, semua bentuk terlaksananya kehidupan masyarakat seharusnya bisa diorganisasikan dalam wujud norma, nilai, dan peraturan atau undang-undang. Kedua, adanya keyakinan terkait sifat hakikat manusia dan alam semesta dimana ia hidup di dalamnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa manusia pada dasarnya menyatu dengan alam.

Maka dari itu, keberlanjutan perusahaan nantinya akan berpengaruh pada lingkungan sosial dan alam yang diawali dengan perusahaan melakukan operasionalnya sehari-hari lalu kemudian akan ada pengaruh *culture* serta kebiasaan masyarakat sosial serta kegiatan masyarakat pada umumnya. Nilai-nilai Pancasila diterapkan dan mengacu pada keserasian antar komponen. Dengan terwujudnya keserasian antar komponen dalam kehidupan maka asas-asas yang terkandung di dalam Pancasila seperti asas kerukunan, asas kepatutan, dan asas keselarasan dapat dicapai.

Kesimpulan

Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah dipaparkan dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Perkembangan industri 4.0 tidak akan memberikan dampak yang negatif terhadap pelaksanaan CSR perusahaan jika tetap berpedoman terhadap nilai-nilai moral dan kemanusiaan sesuai dengan yang terkandung dalam Pancasila. Disamping itu, apabila CSR diterapkan dengan baik dan penerapannya sesuai dengan nilai-nilai Pancasila maka akan dapat menyelesaikan permasalahan baik sosial maupun lingkungan alam disekitar perusahaan. Konsep yang mendasari adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pokok pikiran dari etika bisnis karena perusahaan juga memiliki tujuan jangka panjang untuk mensejahterakan masyarakat yang mana tujuan ini selaras dengan nilai-nilai Pancasila sebagai ideologi bangsa. Pada penulisan artikel ini masih terbatas pada konsep CSR dalam etika bisnis dengan nilai-nilai Pancasila sebagai sudut pandangnya. Peneliti selanjutnya dapat melakukan interpretasi dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda untuk dapat mengeksplorasi penelitian-penelitian berikutnya.



Daftar Pustaka

- Corbett, Patrick, Ideologies, London: Hutchinson & Co., Ltd, 1970.
- Megawati, E. (2016). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, dan UMKM*. Volume 1 Nomor 2. Desember. Halaman 80-84. Diunduh pada tanggal 1 Juni 2022 di <https://ibn.e-journal.id/index.php/JIBPU/article/view/132>
- Nurharjanti, N. (2020). Corporate Social responsibility (CSR) di Era Industri 4.0 : Earning Management dan Corporate Governance. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 16 Nomor 2. April. Halaman 19-20. Diunduh pada tanggal 1 Juni 2022 di <https://lpm.umpwr.ac.id/ejournal2/index.php/segmen/article/view/6152>
- Ramadhan, I.M. (2009). Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Perspektif Filsafat Pancasila. *Jurnal Legislasi Indonesia*. Volume 6 Nomor 2. Juni 2009. Halaman 183-192. Diunduh pada 1 Juni 2022 di <https://e-jurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/view/325>
- Rahmas, R. M. (2019, December 23). *Tantangan CSR Di Era 4.0 : Tidak Hanya Fokus Pada Dampak Fisik, Juga Pada Dampak Sosial Berupa Behavior – Jama'ah Shalahuddin UGM*. JS UGM. Diakses pada 2 Juni , 2022, di <https://js.ugm.ac.id/2019/12/tantangan-csr-di-era-4-0-tidak-hanya-fokus-pada-dampak-fisik-juga-pada-dampak-sosial-berupa-behavior/>
- Tanudjaja, B. B. (2006). Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Nirmana*. Volume 8 Nomor 2. Halaman 92-98. Diunduh pada tanggal 1 Juni 2022 di <https://nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/17049/17013>
- Yusdiyanto. (2016). Makna Filosofis Nilai-Nilai Sila ke-4 Pancasila dalam Sistem Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Fiat Justisia Journal of Law*. Volume 10 Issue 2. April - Juni. Halaman 259-272. Diunduh pada tanggal 1 Juni 2022 di <https://jurnal.fh.unila.ac.id/index.php/fiat/article/view/623/635>