

## EVOLUSI ETIKA BISNIS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Elvi Lastriani<sup>1</sup>, Fuji Ahmad Sah Ronianto<sup>2</sup>, Chelsea Olivia Mei Hutasoit<sup>3</sup>, Natasya Monica Simarmata<sup>4</sup>, Yessi Indriani<sup>5</sup>

[elvilastriani@stiedharmaputra.ac.id](mailto:elvilastriani@stiedharmaputra.ac.id)<sup>1</sup>, [ahmatsyah991004@gmail.com](mailto:ahmatsyah991004@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[chelseaoiviameihutasoit@gmail.com](mailto:chelseaoiviameihutasoit@gmail.com)<sup>3</sup>, [saragihnatasya090@gmail.com](mailto:saragihnatasya090@gmail.com)<sup>4</sup>, [yesi94698@gmail.com](mailto:yesi94698@gmail.com)<sup>5</sup>

STIE Dharma Putra

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji evolusi hubungan antara etika bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam konteks dinamika bisnis modern. Dalam perkembangannya, CSR telah bertransformasi dari sekadar kegiatan filantropi menjadi strategi inti yang terintegrasi dalam kebijakan perusahaan. Evolusi ini tidak terlepas dari perubahan paradigma etika bisnis yang menekankan prinsip moralitas, tanggung jawab sosial, serta keberlanjutan lingkungan dan ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan literature review untuk mengeksplorasi perkembangan konsep, penerapan, dan nilai-nilai yang mendasari CSR dalam kaitannya dengan etika bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi prinsip etika dalam strategi CSR dapat menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan pemangku kepentingan. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam memahami transformasi peran perusahaan dalam menjawab tantangan sosial dan lingkungan secara lebih bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility, Strategi Perusahaan.

### PENDAHULUAN

Etika bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Korporasi memiliki peran penting dalam dunia usaha saat ini. CSR tidak hanya menjadi elemen yang terintegrasi dalam struktur organisasi perusahaan, tetapi juga berdampak pada hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Perhatian terhadap Tanggung Jawab Sosial yang berkaitan dengan isu sosial, lingkungan, dan etika tidak hanya secara langsung mempengaruhi kesejahteraan ekonomi perusahaan, tetapi juga memiliki dampak yang meliputi aspek sosial dan lingkungan di sekitarnya. Peran ini menunjukkan pentingnya perusahaan untuk menerapkan praktik yang bertanggung jawab secara sosial, yang pada akhirnya menghasilkan dampak positif yang lebih besar dalam konteks bisnis global yang dinamis. Integrasi CSR dalam strategi perusahaan tidak hanya sekadar keperluan, tetapi juga berfungsi sebagai dasar untuk keberlangsungan dan pertumbuhan jangka panjang di ekosistem bisnis yang terus berubah (Cen, 2023). Dalam dunia bisnis global yang kian rumit dan saling terkait, diskusi mengenai etika bisnis dan tanggung jawab perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) sangat penting. Era kontemporer ini mengharuskan lebih dari sekadar meraih laba finansial; perusahaan saat ini diharapkan untuk berfungsi secara etis, transparan, dan bertanggung jawab terhadap masyarakat serta lingkungan. Ini bukan hanya sekadar mode, melainkan sebuah perubahan paradigma yang meredefinisi arti "sukses" bagi sebuah organisasi bisnis.

Evolusi historis Corporate Social Responsibility (CSR) telah mengalami perubahan yang penting dari pengertian tanggung jawab sosial perusahaan yang terbatas menjadi pendekatan yang lebih menyeluruh, menonjolkan aspek sosial, lingkungan, dan etika. CSR biasanya mencakup sumbangan amal atau aktivitas filantropi yang terpisah dari kegiatan utama perusahaan. Namun, sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pengaruh lebih luas dari kegiatan bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan, pendekatan CSR telah bertransformasi menjadi lebih komprehensif. Saat ini, perusahaan semakin menggabungkan prinsip-prinsip CSR ke dalam strategi inti mereka, memfokuskan perhatian pada elemen seperti keberlanjutan, transparansi, tanggung jawab terhadap lingkungan, dan partisipasi

sosial. Transformasi ini jelas mempengaruhi kebijakan perusahaan dengan mendorong mereka untuk menerapkan praktik yang lebih bertanggung jawab secara sosial, menghasilkan nilai jangka panjang untuk seluruh pemangku kepentingan, dan bukan hanya demi keuntungan finansial (Latapi Agudelo, 2019).

Kemajuan teknologi informasi, globalisasi pasar, dan meningkatnya kesadaran masyarakat telah membuat praktik bisnis lebih mendapat perhatian. Konsumen, investor, karyawan, dan masyarakat kini semakin peka terhadap pengaruh sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan. Kejadian-kejadian korporasi yang terungkap, persoalan perubahan iklim, dan permintaan untuk keadilan sosial telah menimbulkan tekanan besar agar perusahaan tidak hanya mengikuti peraturan, tetapi juga mengedepankan prinsip-prinsip moral (Susanto, A., 2019).

Etika bisnis merupakan dasar penting bagi perusahaan dalam menyusun kebijakan yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan nilai-nilai etis dan prinsip-prinsip yang adil, serta menilai pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Perubahan dalam pandangan perusahaan mengenai tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sering kali muncul dari kesadaran etis dan tanggung jawab sosial yang diperoleh melalui (Maulana, H., & Haryadi, 2022)

analisis mendalam mengenai interaksi antara etika bisnis dan konsep CSR (Mansour, 2022). Etika bisnis berperan tidak hanya sebagai landasan untuk menentukan nilai-nilai dan prinsip moral yang mengarahkan perilaku perusahaan, tetapi juga sebagai alat vital untuk mengawasi dan menilai keberlangsungan penerapan kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan mengadopsi nilai-nilai etika dalam proses pengambilan keputusan bisnis, perusahaan dapat menetapkan standar yang jelas untuk menilai seberapa jauh kebijakan CSR mereka terintegrasi dan dijalankan.

Penelitian ini menyoroti perubahan hubungan antara etika bisnis dan CSR seiring berjalannya waktu. Fokus pada elemen perubahan paradigma, penyesuaian strategi perusahaan, dan evolusi nilai-nilai etis yang mendasari CSR adalah kontribusi kebaruan dari penelitian ini. Ini memperluas dasar yang telah diambil oleh studi sebelumnya yang meneliti etika bisnis dan CSR. Penelitian sebelumnya, yang biasanya menyoroti dampak etika bisnis terhadap kebijakan CSR, pandangan masyarakat terhadap praktik bisnis dan CSR, serta penerapan nilai-nilai etis dalam strategi perusahaan, menyediakan dasar untuk memahami fungsi yang lebih komprehensif dari etika bisnis dalam perkembangan CSR. Akan tetapi, studi ini menyelidiki evolusi dinamika tersebut seiring berjalannya waktu, menekankan bagaimana tafsir, pelaksanaan, dan pemahaman mengenai etika bisnis telah mengalami perubahan dalam konteks kemajuan CSR. Fokus pada "evolusi" menawarkan wawasan yang lebih mendalam mengenai pergeseran paradigma, strategi penyesuaian perusahaan, serta perubahan nilai-nilai etis yang mendasari pendekatan CSR, yang merupakan sumbangan signifikan dalam meneliti perubahan yang berkelanjutan dari sudut pandang bisnis yang bertanggung jawab secara sosial.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Definisi dan Konsep Etika Bisnis**

Etika bisnis, dalam konteks studi ini, mengacu pada prinsip dan nilai moral yang menjadi landasan dalam mengelola dan menjalankan kegiatan bisnis. Etika bisnis mencakup evaluasi terhadap konsekuensi moral dari keputusan perusahaan, hubungan dengan pemangku kepentingan, serta tanggung jawab sosial perusahaan kepada berbagai pihak seperti karyawan, konsumen, dan masyarakat luas (Maulana & Haryadi, 2022).

### **Etika bisnis melibatkan berbagai aspek, seperti:**

- Pemahaman mengenai prosedur yang tepat dalam pengaturan dan pengelolaan usaha yang memperhatikan norma dan etika.

- Pengendalian diri yang dimaksud adalah pengendalian bagi semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.
- Pengendalian diri yang dimaksud mencakup pengendalian bagi semua pihak.

Nilai-nilai etika yang harus diperhatikan pada umumnya meliputi; 1) Kejujuran; 2) Kepercayaan; 3) Loyalitas dan menghormati orang lain; 4) Kepatuhan pada hukum; 5) Melakukan kebaikan; 6) Menghindari menyakiti orang lain; 7) Tanggung jawab. Angka tersebut krusial untuk diperhatikan dalam manajemen bisnis agar terhindar dari permasalahan dengan pemangku kepentingan. Etika bisnis dapat disederhanakan sebagai "melakukan bisnis dengan stakeholder," yang berarti perusahaan beroperasi dengan mempertimbangkan semua kepentingan pihak-pihak terkait dengan prinsip nilai dan moral.

### **Definisi dan Konsep CSR (Corporate Social Responsibility)**

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah suatu paradigma bisnis yang menekankan kewajiban sosial perusahaan kepada berbagai pihak yang terdampak oleh kegiatan operasionalnya. Menurut Carroll (1979), model CSR terdiri dari empat dimensi yang saling berhubungan. Dimensi pertama mencakup tanggung jawab ekonomi, yang menyoroti pentingnya perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang wajar sebagai sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi. Dimensi kedua adalah kewajiban hukum, di mana perusahaan diharapkan mengikuti undang-undang dan peraturan yang ada sebagai bentuk patuh terhadap norma-norma sosial. Dimensi ketiga dalam model CSR adalah tanggung jawab etis, yang menekankan pentingnya perusahaan terlibat dalam praktik bisnis yang adil dan transparan. Ini meliputi elemen-elemen seperti kejujuran, keterbukaan, dan partisipasi dalam aktivitas bisnis yang memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi seluruh ekosistem bisnisnya. Terakhir, dimensi keempat mencakup tanggung jawab filantropi, yang melibatkan perusahaan untuk memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat lewat berbagai kegiatan sosial dan program amal.

Dalam perkembangan selanjutnya, era modern menambahkan dimensi baru pada konsep CSR melalui "Triple Bottom Line" yang dikemukakan oleh Elkington (1998). Dimensi ketiga ini menyoroti pentingnya akuntabilitas terhadap efek lingkungan. Dengan menggabungkan profit (keuntungan), people (kesejahteraan manusia), dan planet (kelestarian lingkungan), gagasan ini membangun dasar yang lebih komprehensif untuk tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan dinilai tidak hanya dari segi kinerja ekonomi, tetapi juga dari dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh operasinya. Sebagai akibatnya, CSR tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai kesempatan bagi perusahaan untuk membangun nilai berkelanjutan sambil memenuhi aspirasi masyarakat dan menjaga keseimbangan ekosistem global.

### **Hubungan Antara Etika Bisnis dan CSR**

Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) saling terkait dengan kuat (Schaltegger, 2019). Etika bisnis berperan sebagai acuan dalam menjalankan usaha, menjamin bahwa bisnis tidak melanggar norma budaya atau masyarakat serta hukum dan standar etika yang berlaku dalam masyarakat. Sementara itu, CSR merupakan wujud dari etika bisnis yang dimaksud. CSR meliputi berbagai masalah terkait lingkungan, etika dalam bisnis, investasi dalam pengembangan komunitas, kondisi kerja, praktik perusahaan yang baik, hak asasi manusia, serta produk dari perusahaan (Zhang, 2022). CSR adalah prinsip usaha yang menyatakan bahwa kepentingan jangka panjang bisnis terpenuhi dengan baik saat manfaat dan pertumbuhan yang diraih sejalan dengan kemajuan komunitas, perlindungan serta keberlanjutan lingkungan, dan kualitas hidup masyarakat. Keterkaitan yang kuat antara Etika Bisnis dan CSR tampak dalam pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud nyata dari penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang diadopsi oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang mengimplementasikan etika bisnis yang baik

biasanya lebih memperhatikan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya, menjaga lingkungan, serta memperhatikan kebutuhan dan kepentingan karyawan dan pelanggan. Melalui pelaksanaan kegiatan CSR yang berlangsung secara berkelanjutan dan penuh tanggung jawab, perusahaan bisa meraih keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang (Carroll & Brown, 2018). Dengan hubungan yang kuat antara Etika Bisnis dan CSR, perusahaan mampu menghasilkan nilai jangka panjang yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode literature review, yang merupakan pendekatan penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis artikel-artikel dari jurnal bermutu yang terkait dengan hubungan antara etika bisnis dan CSR. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang perkembangan dan tren dalam hubungan tersebut, serta untuk menganalisis temuan-temuan yang ada.

Dengan demikian, metode penelitian ini memberikan landasan yang kuat dalam mengumpulkan informasi dan menganalisis data terkait hubungan antara etika bisnis dan CSR. Melalui pendekatan literature review yang seksama, penelitian ini dapat menyajikan gambaran yang komprehensif tentang perkembangan, tren, dan temuan-temuan terkini yang relevan dalam bidang ini. dituliskan secara detail, tetapi cukup merujuk ke buku acuan. Prosedur percobaan harus dituliskan dalam bentuk kalimat berita, bukan kalimat perintah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perkembangan Etika Bisnis dan CSR**

Evolusi Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup perkembangan dari prinsip-prinsip klasik dalam etika bisnis. Etika bisnis konvensional menyoroti signifikansi moral dan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Konsep-konsep etika bisnis klasik yang penting meliputi tanggung jawab sosial perusahaan, yang menekankan perlunya perusahaan mempertimbangkan efek sosial dan lingkungan dari operasi bisnis mereka, selain hanya menitikberatkan pada keuntungan finansial. Prinsip etika universal seperti kejujuran, integritas, dan penghormatan terhadap hak asasi manusia menjadi dasar penting dalam etika bisnis tradisional, dengan harapan perusahaan menjalankan operasinya sesuai dengan prinsip tersebut tanpa melanggar hak individu atau nilai moral yang fundamental. Di samping itu, pendekatan yang berlandaskan aturan juga merupakan elemen dari etika bisnis konvensional, yang menekankan pentingnya perusahaan untuk mengikuti aturan, regulasi, dan standar etika yang ditetapkan oleh masyarakat dan pemerintah sebagai bagian dari tanggung jawab mereka.

Pada awalnya, konsep CSR memiliki sifat filantropis, di mana perusahaan memberikan donasi atau dukungan kepada masyarakat sebagai wujud tanggung jawab sosial mereka. Namun, seiring bertambahnya waktu, konsep CSR berkembang menjadi lebih menyeluruh, mencakup berbagai elemen bisnis, termasuk lingkungan, pegawai, konsumen, serta masyarakat secara umum. Ini sejalan dengan kebutuhan etika bisnis yang menekankan pentingnya mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis. Dengan adanya konsep CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan keuntungan finansial, tetapi juga meninjau dampak sosial serta lingkungan dari aktivitas bisnis mereka. Gagasan ini muncul sebagai reaksi terhadap tuntutan etika perusahaan yang menekankan tanggung jawab sosial dan moral korporasi terhadap masyarakat serta lingkungan. Oleh karena itu, studi mengenai perkembangan hubungan antara etika bisnis dan CSR memberikan wawasan lebih dalam mengenai cara nilai-nilai etika bisnis berkembang serta bagaimana penerapannya dapat ditingkatkan dalam kebijakan CSR.

## **Tanggung Jawab Sosial dan Bisnis Berkelanjutan**

Faktor-faktor global dan tren keberlanjutan telah mendorong perusahaan untuk mengubah perspektif mereka terhadap tanggung jawab sosial. Dorongan dari berbagai pihak global serta meningkatnya kesadaran publik terhadap masalah sosial dan lingkungan telah mendorong perusahaan untuk melampaui pemenuhan standar etika bisnis yang konvensional. Perubahan ini mencerminkan evolusi paradigma di mana perusahaan memandang CSR tidak lagi sekadar sebagai kewajiban moral, melainkan sebagai strategi utama untuk memperoleh legitimasi sosial, menciptakan peluang pasar baru, dan membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan di tengah dinamika global yang kompleks. Pengintegrasian prinsip keberlanjutan dalam operasional bisnis menjadi krusial bagi perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen modern terhadap dampak produk serta praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Dengan demikian, perkembangan hubungan etika bisnis dan CSR ini mencerminkan paradigma baru di mana tanggung jawab sosial dan lingkungan kini tidak dapat dipisahkan dari strategi utama dan kepentingan jangka panjang perusahaan. Transformasi pandangan ini didorong oleh kesadaran yang meningkat akan signifikansi memberikan kontribusi yang baik terhadap tantangan global serta harapan para pemangku kepentingan saat ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa evolusi hubungan antara etika bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) telah mengalami perubahan yang signifikan seiring berjalannya waktu. Perubahan ini tercermin dari pergeseran paradigma perusahaan dalam melihat tanggung jawab mereka terhadap lingkungan dan masyarakat, yang pada akhirnya berasal dari kesadaran etis serta tanggung jawab sosial yang diperoleh melalui analisis mendalam mengenai dinamika hubungan antara etika bisnis dan konsep CSR. Penelitian ini berfokus pada perubahan dalam perspektif terhadap etika bisnis dalam konteks CSR dan pengaruhnya terhadap praktik perusahaan modern. Studi ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika perkembangan hubungan tersebut, sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan di masa depan.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah metode yang diterapkan hanya berupa tinjauan pustaka, sehingga tidak ada pengumpulan data primer yang dilakukan untuk menyelidiki secara mendalam evolusi hubungan antara etika bisnis dan CSR seiring berjalannya waktu. Selain itu, penelitian ini hanya menyoroti hubungan antara etika bisnis dan CSR, sehingga faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi praktik bisnis perusahaan tidak dibahas. Dampak praktis dari studi ini adalah menyediakan panduan dan pemahaman bagi perusahaan-perusahaan dalam merancang kebijakan CSR yang lebih efisien dan peka terhadap masalah sosial dan lingkungan. Di samping itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan secara internasional, sehingga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dalam kegiatan operasional mereka di tingkat global.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ansar, A. D. A., Nurafifah, I. P., Sundari, S., & Madein, A. (2023). PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN: SEBUAH LITERATUR. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.51903/jiab.v3i1.195>
- Carroll & Brown. (2018). 3. *LENTERA BISNIS*, 12.
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). *Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues* (pp. 39–69). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2514-175920180000002002>

- Cen, X., Qiu, Y., & Wang, T. Y. (2022). Corporate Social Responsibility and Employee Retention. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4144689>
- Gheraia, Z., Saadaoui, S., & Abdelli, H. A. (2019). Business Ethics and Corporate Social Responsibility: Bridging the Concepts. *Open Journal of Business and Management*, 07(04), 2020–2029. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2019.74139>
- Hudory, M., & Taufiq, M. (2019). URGENSI ETIKA BISNIS DALAM WUJUDKAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN SESUAI UNDANG-UNDANG NO. 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS. *JURNAL ILMIAH LIVING LAW*, 11(1), 50–60. <https://doi.org/10.30997/jill.v11i1.1638>
- Khairany, S. J. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Identitas Etika Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 14(1), 40–54. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v14i1.19>
- Maulana, H., & Haryadi, B. (2022). 4. Etika Bisnis Dalam Perspektif Kontemporer, 4, 44–55.
- Permatasari, F., & Widianingsih, L. P. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(2), 87– 114. <https://doi.org/10.37715/mapi.v1i2.1404>
- Zhang, L., Zeng, Q., Wang, S., & Li, N. (2022). Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: A Meta-Analysis. *Industrial Engineering and Innovation Management*, 5(2), 9–22. <https://doi.org/10.23977/ieim.2022.050202>