

**ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG IMPLEMENTASI  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM DUNIA BISNIS  
DI INDONESIA**

**Nadila Rahma Wati**

*nadila2092@gmail.com*

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**Ersi Sisdiyanto**

*ersisisdiyanto@radenintan.ac.id*

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Alamat: Jalan Letnan Kolonel H Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar  
Lampung, Lampung 35131

Korespondensi penulis: *nadila2092@gmail.com*

**Abstrak.** *Corporate Social Responsibility (CSR) has become an important component in today's business strategy, especially in Indonesia. This concept initially emerged to address the negative impacts of companies on the environment and society, but has now evolved into a strategic approach to support sustainability. This study aims to analyze the challenges and opportunities for implementing CSR in Indonesia, including the history of its development, the benefits generated, obstacles to implementation, and strategic opportunities in the era of globalization. Although regulated in laws and regulations, the implementation of CSR in Indonesia still experiences various obstacles such as lack of understanding of small and medium business actors, overlapping regulations and weak supervision. However, there are great opportunities for companies that are able to utilize CSR to create shared value and support the Sustainable Development Goals (SDGs). Effective CSR can be a major pillar of inclusive and sustainable economic growth.*

**Keywords:** *CSR; Sustainability; Challenges; Opportunities*

**Abstrak.** *Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi komponen penting dalam strategi bisnis saat ini, terutama di Indonesia. Konsep ini awalnya muncul untuk menangani dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, namun kini telah berevolusi menjadi pendekatan strategis untuk mendukung keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai tantangan dan peluang implementasi CSR di Indonesia, mencakup sejarah perkembangannya, manfaat yang dihasilkan, hambatan pelaksanaan, serta peluang strategis di era globalisasi. Meskipun diatur dalam Peraturan Perundang-undangan, implementasi CSR di Indonesia masih mengalami berbagai kendala seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha kecil dan menengah, tumpang tindih regulasi dan lemahnya pengawasan. Namun, terdapat peluang besar hadir bagi perusahaan yang mampu memanfaatkan CSR untuk menciptakan nilai bersama (*shared value*) dan mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs). CSR yang efektif dapat menjadi pilar utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.*

**Kata Kunci:** *CSR; Keberlanjutan; Tantangan; Peluang*

## **PENDAHULUAN**

Perusahaan merupakan suatu entitas bisnis yang memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, mulai dari membuka lapangan pekerjaan sampai dengan menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat (Michael et al., 2019). Namun, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (konsumen), perusahaan tidak selalu melakukan aktivitasnya dengan cara yang baik. Perusahaan menghalalkan segala cara demi memperoleh

keuntungan, walaupun tindakan yang dilakukan menyalahi peraturan (Mubarok, 2019). Menurut (Michael et al., 2019) kegiatan perusahaan tersebut seringkali menimbulkan berbagai permasalahan sosial dan lingkungan, seperti polusi udara, pencemaran lingkungan, kebisingan yang dapat mengganggu masyarakat sekitar, diskriminasi, dan bentuk eksternalitas negatif lainnya.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau lebih dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, muncul sebagai respons terhadap tuntutan masyarakat atas perilaku perusahaan yang seringkali mengabaikan tanggung jawab sosial, seperti merusak lingkungan dan mengeksploitasi Sumber Daya Alam (SDA). Upaya penerapan CSR ini bertujuan untuk mendorong dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan aktivitas perusahaannya.

Selain muncul sebagai respons, CSR juga hadir sebagai wujud kesadaran perusahaan akan pentingnya keberlanjutan (*sustainability*) (Diamastuti et al., 2020). Keberlanjutan lingkungan muncul sebagai salah satu aspek penting dalam CSR, sejalan dengan kekhawatiran terhadap perubahan iklim dan kerusakan lingkungan. Dalam hal ini, strategi CSR menuntut perusahaan agar mengurangi jejak ekologis mereka melalui penggunaan sumber daya yang keberlanjutan, mengurangi limbah, serta terlibat aktif dalam upaya pelestarian lingkungan (Daoud, 2024).

Seperti yang dikemukakan oleh Elkington's (1998) dalam (Wijayanti et al., 2023a) bahwa kebijakan perusahaan yang dahulu hanya fokus pada keuntungan (*profit*) saja, kini telah bergeser menjadi pendekatan yang lebih komprehensif, berlandaskan konsep *Triple Bottom Line*. Kerangka ini meliputi kesejahteraan ekonomi (*profit*), keadilan sosial (*people*), dan peningkatan kualitas lingkungan hidup (*planet*). Di mana CSR melibatkan kontribusi sukarela dari perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan lingkungan dan sosial, mengalokasikan sebagian dari keuntungan yang didapat untuk kegiatan filantropi dengan tujuan untuk mensejahterakan dan memberdayakan masyarakat serta memperbaiki kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan eksplorasi dan eksploitasi. Kegiatan CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan yang berupaya memitigasi krisis kemanusiaan dan lingkungan yang kian meningkat. Pemahaman mengenai CSR juga didasari oleh gagasan yang menyakini bahwa bukan hanya pemerintah, dalam kebijakannya, yang memiliki tanggung jawab terhadap

lingkungan, melainkan usaha bisnis (perusahaan) juga memiliki tanggung jawab yang sama dalam mengatasi permasalahan lingkungan.

Namun pada kenyataannya, banyak perusahaan yang masih mengabaikan betapa penting dan banyaknya manfaat yang diperoleh dari penerapan CSR (Maf'ulla & Rachmawati, 2024). Di Indonesia sendiri, menurut (Ningtyas et al., 2022), implementasi kebijakan CSR-nya masih membutuhkan perhatian lebih dari semua pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan perusahaan itu sendiri. Dari ribuan perusahaan yang beroperasi, diindikasikan bahwa semua perusahaan belum benar-benar mengimplementasikan CSR dalam kegiatan perusahaannya.

Kajian mengenai CSR ini menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Berbagai penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi tantangan dan faktor penghambat yang dihadapi perusahaan dalam menerapkan CSR serta manfaat yang didapat ketika perusahaan tersebut mengimplementasikannya. Menurut (Wijayanti et al., 2023), dalam penelitiannya dijelaskan terkait tantangan yang dihadapi perusahaan dalam pelaksanaan CSR, seperti kurangnya pemahaman mengenai isu-isu atau konteks permasalahan yang ada, ketidakmampuan untuk melibatkan penerima manfaat dari program CSR, serta terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) dan spesialis dalam pemberdayaan masyarakat menjadi tantangan yang harus dihadapi. Selain itu, terbatasnya fokus pada solusi teknis dan manajerial serta kurangnya integrasi dengan rencana pembangunan yang lebih komprehensif. Sedangkan menurut (Nopriyanto, 2024), salah satu tantangan yang harus dihadapi adalah memastikan bahwa inisiatif CSR harus benar-benar relevan dan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Di tengah-tengah kondisi di mana kebutuhan dasar seringkali belum terpenuhi, perusahaan dituntut untuk melakukan pendekatan yang sensitif dan inklusif. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam mengenai konteks lokal serta berkolaborasi dengan komunitas setempat, agar program-program CSR yang dilaksanakan tersebut dapat tepat sasaran dan berkelanjutan.

Selain tantangan, beberapa perusahaan juga mengalami hambatan dalam menimplementasikan CSR, seperti yang disampaikan oleh (Hidayati et al., 2021), beberapa hambatan ini diantaranya:

### **1. Konsep Implementasi CSR Perusahaan Masih Belum Sepenuhnya Mengedepankan Pemberdayaan Masyarakat**

Indonesia menjadi salah satu negara yang ikut berkomitmen dalam mengintegrasikan Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs), ke dalam program pembangunan nasional yang berupaya menangani isu-isu fundamental seperti kemiskinan, kesehatan, pendidikan, kesetaraan gender, lingkungan, dan kemitraan global. Untuk mencapai tujuan tersebut, penting bagi pemerintah untuk menjalin sinergi yang baik dengan berbagai pihak, termasuk perusahaan atau badan usaha. Diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan perannya dalam pelaksanaan CSR. Namun, realitanya masih banyak perusahaan yang dalam fokus pelaksanaan CSR-nya hanya ditunjukkan untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya.

## **2. Pemetaan Masalah Sosial Belum Dilaksanakan Secara Optimal**

Pemetaan ini merupakan satu metode untuk mengenali dan memahami kondisi sosial dalam suatu komunitas atau masyarakat. Dalam tahap pemetaan program CSR ini sangat penting untuk melakukan pemetaan terhadap permasalahan sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Hal ini akan membantu menciptakan program CSR menjadi lebih jelas, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun, di tahap ini, beberapa perusahaan mungkin tidak melibatkan partisipasi masyarakat karena untuk menghindari miskomunikasi dan konflik, terutama jika permintaan atau tuntutan dari masyarakat tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan. Di sisi lain, masyarakat seringkali merasa bahwa aspirasi mereka telah disampaikan dan berharap agar permohonan tersebut dapat dipertimbangkan.

## **3. Kurangnya Transparansi dalam Penggunaan Dana CSR**

Pengelolaan dana CSR seharusnya dilakukan dengan cara yang transparan dan dapat diakses oleh masyarakat serta pemerintah. Masyarakat berhak untuk mengetahui rincian anggaran CSR perusahaan dan tujuan penyalurannya, apakah dana tersebut disalurkan dan diprioritaskan untuk kesejahteraan masyarakat di sekitar area operasional perusahaan atau tidak, sehingga dana CSR dapat disalurkan dengan tepat dan efektif. Namun pada kenyataannya, hingga saat ini masih ada beberapa perusahaan yang belum menunjukkan keterbukaan terkait alokasi anggaran CSR mereka.

## KAJIAN TEORI

Salah satu teori yang menarik dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah teori kontrak sosial (*social contract theory*). Teori ini membahas hubungan antara perusahaan dan kehidupan sosial serta berbagai elemen yang ada didalamnya. Dalam kerangka teori ini, perusahaan diharapkan untuk bertanggungjawab terhadap masyarakat. Tanggung jawab ini tidak semata-mata didorong oleh keinginan untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga mencerminkan kebutuhan perusahaan untuk memenuhi harapan masyarakat dalam pelaksanaan bisnisnya.

Persepsi masyarakat terhadap perusahaan dapat berubah, dan perubahan ini mempengaruhi cara perusahaan dalam menerapkan CSR. Oleh karena itu, teori kontrak sosial mengindikasikan bahwa tidak ada satu standar yang sama untuk CSR di antara berbagai kelompok masyarakat. Perbedaan persepsi yang ada antara masyarakat yang berbeda membuat konsep CSR menjadi dinamis dan dapat berubah sejalan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pandangan masyarakat itu sendiri. (Disemadi & Prananingtyas, 2020).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* untuk menganalisis tantangan dan peluang implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam dunia bisnis di Indonesia. Menurut (Cahyono et al., 2019) dan (Snyder, 2019) *Literature review* atau tinjauan pustaka merupakan kajian ilmiah yang menyajikan gambaran umum mengenai perkembangan suatu topik atau permasalahan tertentu. Metode ini menjelaskan mengenai temuan, teori, dan menggunakan referensi dari penelitian lainnya seperti buku, artikel, dan literatur lain yang menjadi dasar penulis dalam melakukan penelitian. Penulis mengumpulkan banyak literatur kemudian menganalisis lalu ditarik kesimpulan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang penulis dapat melalui *Google Scholar* dengan rentang tahun 2019 hingga tahun 2024.

## PEMBAHASAN

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan istilah yang digunakan sejak tahun 1970-an dalam lingkup global. Istilah CSR semakin dikenal selepas hadirnya buku berjudul "*Cannibals with Fork: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*" (1998) karya dari John Elkington. John Elkington menyajikan CSR menjadi 3P, yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet* (Wijayanti et al., 2023a). Dalam hal ini, perusahaan dapat dikatakan

baik jika perusahaan tersebut tidak hanya fokus mengejar keuntungan semata (*profit*), tetapi diharapkan perusahaan tersebut dapat dan/atau mampu mensejahterakan masyarakat (*people*) serta memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan demi keberlangsungan generasi mendatang (*planet*).

Di Indonesia, CSR diatur secara eksplisit oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal, dan Peraturan mengenai Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN yang tertera dalam Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-5/MBU/2007 (Bunga Nayenggita et al., 2019).

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 66 ayat (2) bagian C dijelaskan bahwa perusahaan selain menyampaikan laporan keuangannya, perusahaan juga wajib melaporkan pelaksanaan CSR-nya (Rangkuti, 2022). Sementara itu, pada Pasal 74 menyatakan bahwa perusahaan tidak semata-mata fokus pada aspek bisnis saja, namun ketika kegiatan usaha yang dilakukan tersebut berpotensi mempengaruhi Sumber Daya Alam (SDA), maka perusahaan tersebut wajib untuk melakukan CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan (Nuriyatman et al., 2024) serta pelaksanaan CSR harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) yang dilaporkan dalam laporan tahunan.

Dalam pelaksanaan CSR, pengelolaan bisnis yang dilakukan perusahaan tidak hanya berdampak kepada *stakeholder*, melainkan dapat memberikan dampak baik yang sangat luas seperti lingkungan, masyarakat, karyawan, dan komunitas setempat diluar perusahaan (Cahya, 2022).

Menurut (Nopriyanto, 2024) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa dari berbagai tantangan yang dihadapi, perusahaan memiliki peluang yang besar dalam berinovasi dalam setiap program CSR yang dijelankannya. Penerapan CSR memungkinkan perusahaan untuk lebih cepat dalam menanggapi kebutuhan masyarakat, sehingga menjadi lebih efektif dan memberikan dampak yang nyata. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah mengintegrasikan teknologi dalam pelaksanaan program CSR, misalnya melalui penggunaan aplikasi yang dapat memantau dan melaporkan dampak sosial dan lingkungan secara *real-time*. Selain itu, perusahaan juga dapat membangun kemitraan yang strategis dengan organisasi non-pemerintah, komunitas lokal, dan sektor

publik. Kolaborasi semacam ini dapat membawa beragam perspektif dan sumber daya yang berharga, sehingga program CSR dapat disusun dengan lebih efektif dan menjangkau lebih banyak orang. Inovasi dalam CSR juga dapat diwujudkan melalui pengembangan model bisnis yang berkelanjutan, di mana praktik bisnis sehari-hari selaras dengan tujuan sosial dan lingkungan. Contohnya adalah pengembangan produk ramah lingkungan atau investasi dalam energi terbarukan. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya mengatasi tantangan yang ada, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan dunia yang lebih baik.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap citra perusahaan, diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Oktina et al., 2020) dengan judul artikel “Pengaruh Penerapan Strategi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) Tahun 2018”, menunjukkan bahwa penerapan CSR yang baik bukan hanya mempengaruhi citra perusahaan saja melainkan akan berdampak pada reputasi serta kredibilitas perusahaan tersebut.
2. Penelitian yang dilakukan oleh (Annisa et al., 2024) pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Stabat, juga menyatakan bahwa penerapan CSR dapat mempengaruhi citra perusahaan sebesar 41,3% dan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh produk dan jasa, pelayanan, serta identitas dari perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh beberapa faktor saja, melainkan CSR juga menjadi elemen penting dalam membangun citra perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh (Arifina & Darwinsyah, 2023), menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap citra PT Pondok Indah Padang Golf Tbk. Komponen yang secara signifikan mempengaruhi perusahaan dalam meningkatkan citra positif adalah komponen ekonomi dan filantropis.

### **Dampak CSR Terhadap Perusahaan**

Menurut (Nopriyanto, 2024), implementasi CSR secara efektif dapat memainkan peranan penting dalam membantu perusahaan membangun citra yang positif, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan bukan hanya peduli terhadap keuntungan (*profit*), tetapi perusahaan juga peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Dengan perusahaan mengambil bagian dalam kegiatan sosial, seperti program pendidikan, kegiatan amal, dan proyek lingkungan, menunjukkan bahwa perusahaan berkomitmen secara tulus terhadap tanggung jawab sosial, yang mana akan berdampak pada meningkatnya reputasi perusahaan di mata publik. Salah satu aspek paling vital yang dapat diperkuat melalui CSR adalah kepercayaan konsumen. Di era modern saat ini, konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas produk dan layanannya, tetapi juga pada nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh perusahaan. Ketika perusahaan menunjukkan komitmen pada praktik CSR yang berkelanjutan dan bertanggung jawab, konsumen cenderung akan lebih percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki integritas dan etika yang tinggi.

Peningkatan kepercayaan konsumen ini berpotensi untuk meningkatkan loyalitas terhadap merek, di mana konsumen akan cenderung untuk terus membeli produk atau menggunakan layanan/jasa dari perusahaan yang mereka percayai. Selain itu, konsumen yang sejalan dengan prinsip perusahaan memungkinkan mereka untuk mempromosikan produk atau layanan dari perusahaan tersebut kepada orang lain, sehingga dapat membantu memperluas jangkauan pasar melalui mulut ke mulut (*word-of-mouth*).

### **Manfaat CSR bagi Perusahaan**

(Khoirunnisa & Muhammad, 2022) menjelaskan dalam penelitiannya, bahwa manfaat CSR bagi perusahaan sangatlah beragam, diantaranya mendapatkan keuntungan, mengurangi biaya, dan membangun citra merek (*brand image*) yang positif, CSR juga memberikan lisensi untuk beroperasi, menghindari peraturan pemerintah, meningkatkan kualitas produk, menarik minat investor, menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), membedakan merek dengan pesaing, serta memotivasi karyawan. CSR juga berkontribusi dalam membangun keloyalitan pelanggan, dorongan untuk berbuat baik, mitigasi risiko, dan menghindari tindakan hukum. Selain perusahaan, manfaat bagi masyarakat mencakup peningkatan dalam teknologi dan infrastruktur, akses pendidikan yang lebih baik, serta produk berkualitas. CSR juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi, meningkatkan standar hidup, menciptakan rasa aman, melindungi alam dan lingkungan, serta meningkatkan kesehatan masyarakat. Selain itu, CSR juga membuka lebih banyak peluang kerja dan mendorong aktivisme sosial yang positif.

Lalu, menurut (Sisdianto & Dakun, 2021) di dalam bukunya dijelaskan bahwa selain mendapatkan citra yang baik, perusahaan juga akan mendapatkan manfaat lain melalui program CSR, seperti:

**1. Mendapat Izin Sosial untuk Beroperasi**

Bagi perusahaan, masyarakat bisa menjadi faktor pendorong kemajuan ataupun penghalang. Melalui implementasi CSR ini, masyarakat di sekitar perusahaan akan merasakan manfaat dari keberadaannya, sehingga masyarakat merasa diuntungkan. Ketika hubungan ini terjalin dengan baik, perusahaan akan lebih leluasa dalam menjalankan operasionalnya di lingkungan (daerah) tersebut.

**2. Memperbaiki Hubungan dengan Pemangku Kepentingan (*stakeholder*)**

Pelaksanaan program CSR dapat meningkatkan komunikasi antar perusahaan dan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Dengan demikian, kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan akan meningkat.

**3. Memperluas Akses Menuju Market**

Setiap biaya dan investasi yang dialokasikan untuk program CSR pada dasarnya akan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mencakup kemampuan untuk menjangkau segmen pasar baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini terjadi karena program CSR mampu membuat citra brand atau nama perusahaan menjadi lebih dikagumi dan dikenal oleh banyak masyarakat.

**4. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator**

Perusahaan yang melaksanakan CSR dapat berperan sebagai regulator dalam meringankan beban pemerintah, sebab pada dasarnya, pemerintahlah yang memegang tanggung jawab besar terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

**5. Mereduksi Biaya**

Melalui program CSR, perusahaan dapat mengoptimalkan anggarannya dengan melaksanakan inisiatif yang berfokus pada lingkungan. Dengan mengadopsi konsep daur ulang, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan, tetapi juga berhasil mengurangi biaya produksi dan meminimalisir limbah yang dihasilkan.

## 6. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Perusahaan yang memberikan kontribusi besar terhadap lingkungan dan masyarakat melalui program CSR akan memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh penghargaan. Penghargaan dalam hal ini disebut Proper (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan), dalam (Arifin, 2022) proper bertujuan untuk memberikan penilaian dan peringkat terhadap tingkat kepatuhan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan. Proper ini juga adalah upaya untuk menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), seperti transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat, dalam pengelolaan lingkungan.

## KESIMPULAN

Di era globalisasi saat ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai kebutuhan strategis untuk meningkatkan keberlangsungan bisnis jangka panjang. CSR juga mengalami pergeseran yang signifikan, yang mana perusahaan tidak lagi berfokus pada keuntungan (*profit*) tetapi perusahaan juga dituntut untuk peduli terhadap lingkungan (*planet*) dan sosial (*people*). Awalnya, CSR hanya dipandang sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap dampak negatif yang mereka hasilkan terutama bagi perusahaan yang berkaitan dengan eksploitasi Sumber Daya Alam. Namun, dengan pengaruh globalisasi dan meningkatnya tuntutan pasar, CSR telah bertransformasi menjadi pendekatan yang lebih komprehensif, mencakup keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi yang dikenal dengan konsep 3P (*Profit, People, Planet*).

Manfaat yang dihasilkan CSR ini mencakup peningkatan reputasi perusahaan, penguatan hubungan dengan masyarakat, serta daya saing yang tinggi di pasar global. Hal ini membuktikan bahwa CSR bukan hanya sekedar beban tambahan, melainkan investasi jangka panjang yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis mereka.

Namun, implementasi CSR di Indonesia tidak terlepas dari tantangan dan hambatan. Regulasi seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 telah memberikan landasan hukum yang jelas, tetapi tumpang tindih peraturan, kurangnya pemahaman pada tingkat pelaku usaha kecil dan menengah, serta lemahnya pengawasan menjadi kendala utama. Selain itu, masih terdapat kesenjangan antara tujuan CSR

perusahaan dengan kebutuhan masyarakat, yang seringkali mengurangi dampak positif dari program yang dilakukan.

Di sisi lain, peluang untuk mengembangkan CSR sangat besar, terutama di era modern saat ini, di mana isu-isu keberlanjutan menjadi perhatian utama. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen tentang pentingnya praktik bisnis yang bertanggung jawab, perusahaan yang mampu menerapkan CSR dengan baik dan memiliki posisi yang lebih kuat di pasar. Praktik CSR yang inovatif juga dapat mendorong perusahaan untuk menjadi pemimpin dalam agenda keberlanjutan global, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan di Indonesia untuk terus memperkuat komitmen mereka terhadap CSR. Tidak hanya sebagai kewajiban hukum, tetapi sebagai bagian integral dari strategi bisnis yang mampu menghadirkan manfaat bagi semua pemangku kepentingan. Dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi hambatan yang muncul, CSR dapat menjadi pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

## SARAN

Terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, diantaranya:

1. **Meningkatkan Pemahaman dan Edukasi Mengenai CSR**  
Perusahaan, terutama UMKM memerlukan edukasi serta pelatihan mengenai penerapan CSR yang efektif. Pemerintah bersama asosiasi bisnis dapat mengadakan program sosialisasi yang menekankan pentingnya CSR, yang mana tidak hanya dijalankan sebagai kewajiban hukum saja, tetapi juga sebagai strategi bisnis.
2. **Penguatan dan Pengawasan**  
Pemerintah perlu menyederhanakan regulasi terkait CSR agar lebih mudah dipahami dan diimplementasikan. Selain itu, pengawasan yang lebih ketat juga sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan benar-benar menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik.
3. **Kolaborasi Multistakeholder**  
Keberhasilan CSR sangat bergantung pada kolaborasi antara perusahaan, pemerintah, masyarakat, dan organisasi non-pemerintah. Melalui kerja sama ini, program-program dapat dirancang dengan lebih relevan terhadap kebutuhan local, sehingga mampu memberikan dampak positif yang signifikan.

4. Inovasi dalam Program CSR

Perusahaan perlu mengembangkan inisiatif yang lebih kreatif dan relevan dengan perkembangan zaman, seperti program berbasis teknologi, atau inisiatif yang lebih terfokus pada ke-ramah lingkungan. Langkah-langkah ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik perusahaan, tetapi juga membantu membedakannya di pasar global.

5. Tansparansi dan Akuntabilitas

Perusahaan diharapkan untuk meningkatkan transparansi dalam pelaksanaan CSR, misalnya dengan membuat laporan tahunan yang lebih komprehensif tentang dampak sosial dan lingkungan dalam program mereka. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat, tetapi juga dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

6. Integrasi dengan SDGs

Program CSR harus dirancang agar sejalan dengan Tujuan Pembangunan Keberlanjutan (SDGs). Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosialnya tetapi juga dapat berkontribusi pada isu-isu global seperti pengentasan kemiskinan, meningkatkan kualitas pendidikan dan mitigasi perubahan iklim.

7. Mendorong Penelitian Lebih Lanjut

Diperlukan penelitian yang lebih mendalam mengenai implementasi CSR di berbagai sektor agar dapat mengidentifikasi strategi terbaik yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Kerja sama antara akademisi dan praktisi diharapkan dapat menghasilkan panduan yang aplikatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, N., Sakdiah, K., & Hasanah, N. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Stabat. *Jurnal Kajian Dan Riset Mahasiswa*, 01(1).
- Arifin, M. (2022). Dualitas Peran Pembangunan Korporasi: CSR dalam Kerangka Kebijakan Proper dan Lanskap Sosial Pemanfaat Program. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 9(1).

- Arifina, S., & Darwinsyah, M. (2023). Dampak Program CSR PT Pondok Indah Padang Golf Tbk., Jakarta Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(5). <https://doi.org/10.58344/locus.v2i5.1199>
- Bunga Nayenggita, G., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 62.
- Cahya, R. A. (2022). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT Semen Baturaja (Persero) Tbk Sebagai Upaya dalam Pembinaan Lingkungan dan Kemitraan. *JIM: Journal Of International Management*, 1(1). <https://doi.org/10.62668/jim.v1i01.270>
- Cahyono, E. A., Sutomo, & Hartono, A. (2019). Literature Review: Panduan Penulisan dan Penyusunan. *Jurnal Keperawatan*.
- Daoud, I. B. (2024). Integrating Tax Amnesty, CSR, and Emerging Technologies: Exploring Ethical Challenges and Strategic Choices. *Journal of Economic Criminology*, 6, 3. <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2024.100107>
- Diamastuti, E., Nastiti, T. A., & Khoirina, M. M. (2020). The Influence of Hofstede's Cultural Dimensions on Corporate Social Responsibility Implementation: A Study on State-owned Companies in Java, Indonesia. *The Indonesian Accounting Review*, 10(2). <https://doi.org/10.14414/tiar.v10i2.1843>
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>
- Hidayati, R. R., Badaruddin, & Harahap, R. H. (2021). Faktor-Faktor Pendukung & Penghambat Implementasi Program Corporate Social Responsibility dalam Membantu Kehidupan Masyarakat Sekitar Perkebunan. *PERSPEKTIF*, 10(1). <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i1.4180>
- Khoirunnisa, W., & Muhammad, R. N. (2022). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(3).
- Maf'ulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). *Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan*. 1(2).
- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 23.

- Mubarok, F. K. (2019). Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Berlabel Syariah di Bursa Efek Indonesia. *Media Trend*, 14(2), 155. <https://doi.org/10.21107/mediatrend.v14i2.4539>
- Ningtyas, C. P., Kambolong, M., & Makmur, M. (2022). Implementasi Corporate Social Responsibility Studi pada PT Aneka Tambang Tbk. UBPN Sulawesi Tenggara. *Journal Publicuho*, 5(4). <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.50>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2).
- Nuriyatman, E., Fitria, Hidayah, L. N., Fatimah, S., & Irawan, A. (2024). Strategi Implementasi Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Dalam Perusahaan: Dampak dan Tantangan. *Jurnal Litigasi*, 25(2), 276. <https://doi.org/10.23969/litigasi.v25i2.18877>
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Jurnal Kompetensi*, 14.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. <https://www.ojk.go.id>.
- Rangkuti, A. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Medan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 3(3), 555–556.
- Sisdianto, E., & Dakun. (2021). *Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan : Teori dan Konsep*. Pustaka Aksara.
- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 334. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Wijayanti, N. K., Adiranti, U., Ariyanti, A. S., & Djasuli, M. (2023a). Konsep dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 233.
- Wijayanti, N. K., Adiranti, U., Ariyanti, A. S., & Djasuli, M. (2023b). Konsep dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Mirai Management*, 8(3).