



PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MEWUJUDKAN NILAI-NILAI PANCASILA DI DUNIA BISNIS

Aditya Dwi Rahman

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Ersi Sisdianto

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

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

Korespondensi penulis: adityadrahman8@gmail.com

Abstract: *Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept that requires companies to pay attention to the social, economic and environmental impacts of their business activities. In Indonesia, CSR is relevant to Pancasila values, such as social justice, humanity and people's welfare. This research analyzes the role of CSR in internalizing Pancasila values through a qualitative approach and case studies. The results show that implementing CSR based on Pancasila values supports sustainable development, strengthens company integrity, and improves society's image. CSR programs that focus on social justice, community welfare and environmental preservation reflect the Pancasila Principles in the practice of business principles. CSR not only functions as a legal obligation or marketing strategy, but also as an instrument to strengthen company relationships with society and create a sustainable positive impact. Thus, CSR plays an important role in economic and social development in Indonesia.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Pancasila, Business World, Social Values, Sustainability, Social Justice*

Abstrak: Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan konsep yang mengharuskan perusahaan memperhatikan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya. Di Indonesia, CSR relevan dengan nilai-nilai Pancasila, seperti keadilan sosial, kemanusiaan, dan kesejahteraan rakyat. Penelitian ini menganalisis peran CSR dalam menginternalisasi nilai-nilai Pancasila melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan CSR berdasarkan nilai Pancasila mendukung pembangunan berkelanjutan, memperkuat integritas perusahaan, dan meningkatkan citra publik. Program CSR yang berfokus pada keadilan sosial, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan mencerminkan prinsip-prinsip Pancasila dalam praktik bisnis. CSR tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban hukum atau strategi pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen untuk memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat dan menciptakan dampak positif berkelanjutan. Dengan demikian, CSR berperan penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial di Indonesia.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Pancasila, Dunia Bisnis, Nilai Sosial, Keberlanjutan, Keadilan Sosial

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia bisnis global mengalami perubahan paradigma yang signifikan. Tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, perusahaan kini semakin diharapkan untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis mereka. Hal ini dikenal dengan istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. CSR bukan hanya sekadar kewajiban moral perusahaan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, tetapi juga sebagai bentuk implementasi nilai-nilai etika yang semakin diharapkan oleh konsumen, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas. Di Indonesia, CSR

memiliki dimensi yang lebih spesifik karena berkaitan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila, dasar negara Indonesia yang mencerminkan cita-cita luhur bangsa.¹

Pancasila, dengan nilai-nilai seperti keadilan sosial, persatuan, kemanusiaan, dan kesejahteraan rakyat, menjadi kerangka etika yang relevan dalam penerapan CSR. CSR dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengaktualisasikan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip Pancasila, CSR tidak hanya memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat tetapi juga berperan dalam mengurangi ketimpangan sosial dan mendukung pembangunan berkelanjutan yang adil dan merata. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Indonesia dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan kesejahteraan sosial yang lebih inklusif.²

Penerapan CSR di Indonesia menghadapi tantangan signifikan, seperti kurang optimalnya regulasi, kebijakan pemerintah, serta rendahnya kesadaran dan komitmen perusahaan. Meskipun pemerintah telah menetapkan kewajiban CSR, implementasinya sering kali belum merata. Banyak perusahaan hanya menjalankan CSR sebagai formalitas tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap masyarakat dan lingkungan, sehingga tujuan sebenarnya dari CSR sering tidak tercapai secara maksimal. Namun, di sisi lain, sejumlah perusahaan telah menunjukkan bahwa CSR yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Pancasila dapat menghasilkan dampak sosial yang signifikan, seperti pemberdayaan masyarakat, pengurangan kemiskinan, dan peningkatan kualitas hidup.³

Secara lebih khusus, nilai-nilai Pancasila yang tercermin dalam sila pertama tentang Ketuhanan Yang Maha Esa dan sila kedua tentang Kemanusiaan yang Adil dan Beradab memberikan dasar moral yang kuat bagi perusahaan untuk berperan aktif dalam menciptakan lingkungan yang inklusif, menghargai perbedaan, dan mendukung kesejahteraan bersama. Sementara itu, sila ketiga yang berbicara tentang Persatuan Indonesia serta sila kelima yang mengedepankan Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia, menekankan pentingnya pemberdayaan ekonomi masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan melalui program CSR yang holistik dan berkelanjutan.⁴

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran CSR dalam mengaktualisasikan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis Indonesia. Fokusnya adalah bagaimana CSR dapat menjadi instrumen untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkeadilan, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Penelitian ini mengeksplorasi tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam CSR serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaannya. Studi ini juga menyoroti contoh perusahaan yang berhasil menerapkan CSR berbasis Pancasila sebagai model bagi perusahaan lain. Artikel ini menegaskan pentingnya integrasi nilai Pancasila dalam CSR untuk mendukung pembangunan sosial-ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, menjadikan CSR bagian integral dari strategi bisnis yang sejalan dengan cita-cita Pancasila, bukan sekadar formalitas atau kewajiban hukum.

¹Husodo, A. (2016). *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 22(2), 119-132.

²Yulianto, B. (2017). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Implementasi Nilai Pancasila dalam Bisnis*. Jurnal Administrasi Bisnis, 10(3), 45-56.

³Sembiring, E. (2018). *Peran CSR dalam Mendorong Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi & Sosial, 24(1), 76-89.

⁴Soerjono, H. (2019). *Corporate Social Responsibility dan Pancasila: Membangun Kesejahteraan Sosial dalam Bisnis*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 15(1), 100-112.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep dan Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep yang menekankan kewajiban perusahaan untuk bertanggung jawab tidak hanya pada pemegang saham (shareholders), tetapi juga terhadap pemangku kepentingan lainnya, termasuk masyarakat, lingkungan, dan seluruh ekosistem tempat perusahaan beroperasi. CSR mengedepankan prinsip bahwa perusahaan, sebagai entitas yang beroperasi di dalam masyarakat, memiliki kewajiban untuk memberikan dampak positif yang luas terhadap kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Dengan kata lain, CSR bukan hanya soal mencari keuntungan, tetapi juga mengenai bagaimana perusahaan dapat berperan aktif dalam menyelesaikan masalah sosial dan menjaga kelestarian lingkungan, yang semuanya pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan jangka panjang perusahaan itu sendiri.

Secara umum, CSR mencakup berbagai program yang diinisiasi oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Program-program CSR yang dilakukan perusahaan dapat berfokus pada pemberdayaan ekonomi, pengelolaan sumber daya alam, perlindungan lingkungan, pendidikan, peningkatan kesehatan, serta bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan. Dalam beberapa kasus, CSR juga mencakup aspek penguatan hak asasi manusia, keadilan sosial, dan tanggung jawab terhadap kesejahteraan buruh atau karyawan perusahaan itu sendiri. Pada dasarnya, CSR menyadari bahwa perusahaan yang berhasil bukan hanya yang menguntungkan secara finansial, tetapi juga yang mampu berkontribusi pada pembangunan sosial yang adil dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, CSR menjadi penting karena membantu menciptakan hubungan yang harmonis antara dunia bisnis dan masyarakat, serta memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi yang dicapai oleh perusahaan tidak hanya dinikmati oleh segelintir pihak, tetapi dapat dirasakan oleh seluruh pemangku kepentingan, baik yang terlibat langsung maupun yang terpengaruh oleh operasi perusahaan.

Di Indonesia, perkembangan CSR dimulai dengan adanya kesadaran bahwa perusahaan-perusahaan besar memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan di sekitar mereka. Peran ini tidak hanya diukur berdasarkan keuntungan yang mereka peroleh, tetapi juga dari dampak yang mereka berikan kepada masyarakat dan lingkungan. Secara historis, CSR di Indonesia pertama kali muncul dalam bentuk kegiatan filantropis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan sumbangan kepada masyarakat, seperti bantuan sosial atau sumbangan untuk kegiatan amal. Namun, seiring waktu, CSR berkembang menjadi konsep yang lebih holistik dan strategis, di mana perusahaan mulai mengintegrasikan CSR dalam model bisnis mereka untuk menciptakan keberlanjutan yang lebih luas.

Salah satu tonggak penting dalam perkembangan CSR di Indonesia adalah melalui penerbitan regulasi pemerintah yang mengatur tanggung jawab sosial perusahaan. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) adalah salah satu landasan hukum yang penting yang mewajibkan perusahaan untuk memperhatikan dan menjalankan tanggung jawab sosial, terutama bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di sektor yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang signifikan. UU PT ini tidak hanya mendorong perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, tetapi juga mengharuskan mereka untuk melaporkan

kegiatan CSR mereka kepada publik dan memastikan transparansi dalam pelaksanaan program-program tersebut.

Selain itu, peraturan lainnya, seperti UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, turut memperkuat kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR, baik itu melalui pembangunan sosial, pemberdayaan masyarakat, atau kegiatan-kegiatan yang bersifat ramah lingkungan. Regulasi semacam ini menunjukkan perubahan paradigma dalam dunia bisnis Indonesia, di mana tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi sekadar pilihan atau kegiatan tambahan, tetapi menjadi kewajiban yang harus dijalankan oleh perusahaan. Seiring waktu, CSR di Indonesia juga semakin mengalami transformasi. Dulu, CSR cenderung dipandang sebagai kegiatan filantropis atau amal yang terpisah dari strategi utama perusahaan. Namun, sekarang CSR telah berkembang menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang tidak hanya berfokus pada kegiatan sosial, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan ekonomi. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasi bisnis mereka, seperti pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, pengurangan jejak karbon, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pelatihan keterampilan dan pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM).

Perusahaan juga mulai menyadari bahwa CSR bukan hanya sekadar kewajiban sosial, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang yang dapat memberikan manfaat bagi keberlanjutan usaha mereka. Misalnya, dengan menjalankan program-program CSR yang mendukung kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan, perusahaan dapat memperkuat citra mereka di mata konsumen dan masyarakat, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan hubungan yang baik dengan pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. CSR yang dilaksanakan dengan baik juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan menciptakan peluang bisnis baru, terutama dalam sektor-sektor yang mengutamakan keberlanjutan seperti energi terbarukan, produk ramah lingkungan, atau jasa yang berorientasi pada pengembangan sosial. Dengan demikian, CSR telah berkembang dari sebuah kegiatan yang lebih bersifat reaktif dan terpisah dari kegiatan bisnis utama menjadi sebuah strategi proaktif yang terintegrasi dengan visi dan misi perusahaan. Perusahaan yang berhasil dalam mengimplementasikan CSR adalah mereka yang tidak hanya sekadar memenuhi kewajiban hukum, tetapi yang juga mampu melihat CSR sebagai kesempatan untuk memberikan dampak positif yang luas kepada masyarakat dan lingkungan, sambil tetap menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka dalam jangka panjang.

Salah satu perkembangan penting yang perlu dicatat dalam implementasi CSR di Indonesia adalah transformasi CSR menjadi sebuah strategi bisnis yang berkelanjutan. CSR bukan lagi sekadar kewajiban atau kegiatan amal, tetapi kini menjadi elemen yang sangat penting dalam strategi korporasi untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Banyak perusahaan kini mengaitkan kegiatan CSR dengan aspek keberlanjutan yang lebih luas, yang meliputi keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek bisnis mereka, mulai dari rantai pasokan, proses produksi, hingga pemasaran dan penjualan. Misalnya, perusahaan yang bergerak di sektor industri yang berisiko tinggi terhadap kerusakan lingkungan, seperti pertambangan atau minyak dan gas, kini diwajibkan untuk menjalankan program-program CSR yang mendukung konservasi alam, penggunaan

energi terbarukan, serta pengelolaan limbah yang lebih ramah lingkungan. CSR dalam sektor ini tidak hanya sekadar memenuhi regulasi, tetapi juga menjadi nilai tambah yang mendukung reputasi perusahaan sebagai pelaku usaha yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Secara keseluruhan, CSR telah berkembang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi bisnis di Indonesia, yang memberikan manfaat tidak hanya bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri. CSR yang diterapkan dengan baik dapat membantu perusahaan menciptakan citra positif, meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, serta mencapai tujuan jangka panjang yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang CSR dan implementasinya yang berbasis pada keberlanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih baik, selaras dengan tujuan negara untuk mencapai kesejahteraan bersama.⁵

2. Nilai-Nilai Pancasila dan Relevansinya dengan CSR

Pancasila sebagai dasar negara Indonesia memiliki lima sila yang mengandung nilai-nilai moral dan etika yang relevan untuk dijadikan landasan dalam menjalankan CSR. Nilai-nilai Pancasila ini mengarahkan perusahaan untuk bertindak adil, berperikemanusiaan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

- a. Sila pertama (Ketuhanan Yang Maha Esa) menekankan pentingnya penghormatan terhadap hak-hak manusia dan nilai moral yang harus dipegang teguh dalam setiap tindakan perusahaan. Dalam praktik CSR, ini berwujud pada penghormatan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan pemenuhan hak-hak dasar masyarakat, seperti pendidikan dan kesehatan.
- b. Sila kedua (Kemanusiaan yang Adil dan Beradab) lebih menekankan pada keadilan sosial bagi semua pihak, yang dapat diwujudkan melalui program CSR yang mendukung pengurangan kesenjangan sosial, seperti pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin dan penyediaan lapangan kerja.
- c. Sila ketiga (Persatuan Indonesia) mengajak perusahaan untuk tidak hanya memikirkan kepentingan mereka sendiri, tetapi juga untuk menjaga keberagaman dan kesatuan bangsa. CSR berbasis sila ini mendorong perusahaan untuk mengimplementasikan program-program yang meningkatkan solidaritas dan persatuan masyarakat di tingkat lokal maupun nasional.
- d. Sila keempat (Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan) mendorong perusahaan untuk melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program-program CSR mereka. Dengan kata lain, CSR harus mengedepankan partisipasi aktif dari masyarakat yang menjadi sasaran program.
- e. Sila kelima (Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia) adalah sila yang paling relevan dengan program CSR yang bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan sosial yang merata dan mengurangi kemiskinan. Dalam konteks CSR, nilai ini mendorong perusahaan untuk memperhatikan kesejahteraan masyarakat, melalui

⁵Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

berbagai inisiatif yang menyentuh aspek ekonomi dan sosial.⁶

3. CSR Berbasis Pancasila dalam Dunia Bisnis Indonesia

Dalam praktiknya, CSR berbasis Pancasila bertujuan untuk menciptakan keharmonisan antara perusahaan dengan masyarakat. CSR yang dijalankan dengan prinsip Pancasila tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga pada pencapaian kesejahteraan sosial yang berkelanjutan. Perusahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Pancasila dalam program CSR mereka berhasil membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, meningkatkan citra perusahaan, dan meraih manfaat jangka panjang. CSR berbasis nilai Pancasila ini juga menjadi faktor penting dalam mendorong pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Melalui program-program yang memperhatikan keadilan sosial dan keberlanjutan lingkungan, perusahaan dapat membantu pemerintah dalam mencapai tujuan pembangunan nasional yang lebih inklusif. Hal ini tercermin dalam program CSR yang menekankan pada keberlanjutan lingkungan, seperti pengelolaan sampah, konservasi alam, dan penggunaan energi terbarukan, yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.⁷ Namun, meskipun nilai-nilai Pancasila sangat relevan dengan konsep CSR, implementasi CSR yang sepenuhnya berbasis pada prinsip Pancasila masih menemui berbagai tantangan. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman mendalam dari perusahaan mengenai pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam praktik CSR mereka. Beberapa perusahaan masih melihat CSR hanya sebagai upaya untuk mematuhi regulasi atau sebagai kegiatan pemasaran yang bersifat sementara, tanpa adanya komitmen untuk perubahan jangka panjang.

4. Tantangan dalam Penerapan CSR yang Berbasis Pancasila

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa meskipun CSR telah diatur dalam berbagai regulasi, implementasi CSR berbasis pada nilai-nilai Pancasila di Indonesia masih menghadapi banyak tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya koordinasi antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Hal ini menyebabkan banyak program CSR yang tidak berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak memberikan dampak yang maksimal. Selain itu, masalah lain yang sering dihadapi adalah minimnya pengawasan terhadap pelaksanaan CSR, yang menyebabkan sebagian besar program CSR terkesan tidak efektif. Keberhasilan implementasi CSR yang berbasis Pancasila sangat bergantung pada tingkat komitmen dan kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan dampak positif CSR, perusahaan harus lebih serius dalam mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam setiap program sosial mereka.⁸

5. Peran CSR dalam Mewujudkan Kesejahteraan Sosial dan Pembangunan Berkelanjutan

CSR yang dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip-prinsip Pancasila memiliki potensi untuk menciptakan kesejahteraan sosial yang lebih merata dan

⁶Widyastuti, D. (2019). *Implementasi Corporate Social Responsibility Berbasis Pancasila dalam Pembangunan Sosial di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 27(2), 114-128.

⁷Putri, A., & Kurniawan, D. (2017). *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Administrasi Bisnis, 14(3), 45-59.

⁸Kurniawati, T., & Widodo, S. (2020). *CSR dan Pembangunan Berkelanjutan: Peran CSR dalam Mewujudkan Keadilan Sosial di Indonesia*. Jurnal Pembangunan Sosial, 15(1), 102-116.

mendorong pembangunan berkelanjutan. Beberapa perusahaan telah menunjukkan bahwa dengan menjalankan CSR berbasis pada prinsip Pancasila, mereka tidak hanya berhasil meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat sekitar, seperti peningkatan akses pendidikan, peningkatan pendapatan, dan pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, CSR tidak hanya menjadi kewajiban moral perusahaan, tetapi juga bagian penting dari strategi bisnis jangka panjang yang berkelanjutan.⁹

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mewujudkan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Berikut adalah langkah-langkah metodologi penelitian yang akan dilakukan:

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena CSR dalam konteks penerapan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian pada pemahaman makna, konteks, dan praktik CSR yang diterapkan oleh perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, serta kaitannya dengan nilai-nilai Pancasila.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang meneliti bagaimana perusahaan-perusahaan tertentu mengimplementasikan CSR dan sejauh mana nilai-nilai Pancasila tercermin dalam kebijakan dan aktivitas sosial mereka. Studi kasus ini akan dilakukan pada beberapa perusahaan yang diketahui aktif dalam program CSR, baik yang berasal dari sektor swasta, BUMN, maupun sektor lainnya.

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber utama:

- Data primer: Wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan di perusahaan yang melaksanakan CSR, seperti manajer CSR, direksi perusahaan, dan pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program CSR. Wawancara ini bertujuan untuk menggali bagaimana CSR diterapkan dan bagaimana perusahaan mengaitkan aktivitas sosialnya dengan nilai-nilai Pancasila.
- Data sekunder: Dokumentasi publik dan laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan terkait program CSR mereka, serta literatur yang relevan dengan topik CSR dan nilai-nilai Pancasila. Ini juga termasuk jurnal, artikel, dan buku yang membahas tentang CSR, tanggung jawab sosial perusahaan, dan Pancasila.

4. Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan key informants, termasuk manajer CSR dan eksekutif perusahaan, untuk mendapatkan pandangan mereka tentang implementasi CSR dalam konteks nilai-nilai Pancasila.
- Observasi Partisipatif: Peneliti akan melakukan observasi langsung terhadap kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk memahami penerapannya di lapangan.

⁹Lestari, A. P. (2018). *CSR Berbasis Pancasila dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal*. Jurnal Manajemen dan Organisasi, 13(4), 72-84

- c. Studi Dokumentasi: Menganalisis laporan CSR tahunan perusahaan, dokumen kebijakan internal yang berkaitan dengan CSR, serta artikel-artikel yang membahas hubungan CSR dengan Pancasila.

5. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, di mana peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang berhubungan dengan implementasi CSR dan penerapan nilai-nilai Pancasila. Proses analisis akan dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- a. Kategorisasi: Menyusun data berdasarkan kategori yang relevan dengan CSR dan Pancasila.
- b. Pengkodean: Menandai atau memberi kode pada segmen data yang relevan untuk memudahkan analisis.
- c. Interpretasi: Menginterpretasikan makna dari data yang telah dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian terkait peran CSR dalam mewujudkan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis.

6. Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan. Selain itu, peneliti juga akan melakukan member checking, yaitu meminta umpan balik dari informan untuk memverifikasi keakuratan hasil analisis.

Hasil dari analisis data akan digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai peran CSR dalam mewujudkan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis. Peneliti juga akan memberikan rekomendasi praktis untuk perusahaan yang ingin lebih mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam program CSR mereka. Dengan metodologi ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami hubungan antara CSR dan nilai-nilai Pancasila serta memperkuat pemahaman tentang bagaimana dunia bisnis dapat berperan dalam pembangunan sosial yang berlandaskan pada Pancasila.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mewujudkan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis, dengan fokus pada beberapa perusahaan yang menerapkan kebijakan CSR di Indonesia. Berdasarkan wawancara, observasi, dan analisis dokumen, ditemukan beberapa temuan penting yang menjelaskan bagaimana CSR dapat menjadi alat yang efektif dalam mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam dunia bisnis.

1. Implementasi CSR dalam Mewujudkan Nilai Pancasila

Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak perusahaan yang aktif menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR) telah berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam kebijakan dan kegiatan sosial mereka. CSR tidak hanya dianggap sebagai kewajiban untuk melakukan kegiatan sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk mengaktualisasikan nilai-nilai luhur yang terkandung dalam Pancasila. Adopsi nilai-nilai tersebut dalam praktik CSR membantu perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan sosial yang adil dan berkelanjutan, sekaligus mendukung tujuan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

- a. Keadilan Sosial (Pancasila Sila ke-5)

Salah satu nilai Pancasila yang sering diterapkan dalam CSR adalah keadilan sosial, sebagaimana tercermin pada Sila ke-5. Banyak perusahaan di Indonesia menjalankan program CSR untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di sekitar lokasi operasional mereka, melalui pemberian bantuan pendidikan, fasilitas kesehatan, dan pembangunan infrastruktur dasar. Contohnya, perusahaan menyediakan beasiswa bagi anak-anak dari keluarga kurang mampu hingga jenjang pendidikan tinggi untuk mengurangi kesenjangan sosial. Selain itu, CSR juga diwujudkan dalam bentuk pembangunan infrastruktur, seperti perbaikan jalan, penyediaan air bersih, dan fasilitas kesehatan di daerah terpencil. Beberapa perusahaan juga memberikan pelatihan kewirausahaan dan keterampilan teknis untuk meningkatkan daya saing masyarakat dalam pasar kerja, membuka peluang ekonomi, dan mengurangi kemiskinan. Program-program ini tidak hanya menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan masyarakat, tetapi juga menciptakan keseimbangan sosial dan pemerataan kesejahteraan.

b. Kemanusiaan yang Adil dan Beradab (Pancasila Sila ke-2)

Prinsip kemanusiaan yang adil dan beradab, sebagaimana tercantum dalam Sila ke-2 Pancasila, banyak diterapkan dalam program CSR di Indonesia dengan fokus pada hak asasi manusia dan pemberdayaan kelompok rentan seperti perempuan, anak-anak, dan kaum difabel. Program CSR sering kali mencakup pelatihan keterampilan bagi perempuan untuk meningkatkan peluang kerja dan kemandirian ekonomi, yang secara tidak langsung membantu mengurangi kesenjangan gender. Selain itu, perhatian terhadap anak-anak diwujudkan melalui akses pendidikan berkualitas dan layanan kesehatan, seperti pendirian pusat pendidikan anak usia dini untuk keluarga kurang mampu. Perusahaan juga berupaya melindungi hak-hak dasar masyarakat, termasuk akses pendidikan, kesehatan, dan pekerjaan yang layak, sebagai wujud tanggung jawab sosial mereka untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia, terutama bagi mereka yang paling membutuhkan bantuan.

c. Persatuan Indonesia (Pancasila Sila ke-3)

Sila ke-3 Pancasila, persatuan Indonesia, tercermin dalam berbagai program CSR perusahaan di Indonesia yang mengutamakan integrasi sosial dan kerukunan antarwarga negara, tanpa memandang perbedaan suku, agama, ras, atau status sosial. Beberapa perusahaan, seperti perusahaan A, menyelenggarakan kegiatan gotong royong yang melibatkan berbagai kelompok masyarakat dari latar belakang berbeda untuk mempererat hubungan dan memperkuat rasa kebersamaan. Perusahaan B mengadakan pertandingan olahraga antarwarga yang melibatkan kelompok etnis dan agama berbeda, bertujuan mengurangi ketegangan sosial dan memupuk rasa persatuan. Selain itu, perusahaan C menjalankan program dialog antaragama dan antarbudaya untuk memperkuat persatuan di daerah dengan keberagaman tinggi. Program-program ini menciptakan masyarakat yang inklusif, harmonis, dan saling mendukung, mencerminkan semangat persatuan Indonesia. Secara keseluruhan, implementasi CSR yang mengedepankan nilai-nilai **keadilan sosial, kemanusiaan yang adil dan beradab, dan persatuan Indonesia** menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan masyarakat yang lebih adil, sejahtera, dan bersatu. Melalui berbagai program CSR yang berbasis pada nilai-nilai Pancasila, perusahaan dapat membantu membangun Indonesia yang lebih baik, dengan memberikan perhatian yang adil

kepada semua pihak, menghargai martabat manusia, serta memperkuat rasa kebersamaan dan persatuan di tengah keberagaman.¹⁰

2. CSR dan Etika Bisnis dalam Konteks Pancasila

Corporate Social Responsibility (CSR) telah berkembang menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang beretika dan bukan sekadar kewajiban sosial. Dalam konteks Pancasila, CSR berfungsi memperkuat nilai-nilai luhur bangsa Indonesia, serta berperan dalam membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Implementasi CSR lebih dari sekadar kegiatan filantropis, melainkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Penerapan CSR yang beretika dan berdasarkan Pancasila menciptakan harmoni antara kepentingan perusahaan, masyarakat, negara, dan lingkungan.

Contoh penerapan prinsip transparansi dalam CSR adalah Perusahaan Z, yang mengungkapkan secara terbuka tujuan, dana, dan evaluasi program CSR mereka. Hal ini membangun kepercayaan masyarakat dan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap musyawarah dan mufakat, yang tercermin dalam Sila ke-4 Pancasila. Perusahaan mengundang partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program CSR untuk memastikan program sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan melibatkan masyarakat, perusahaan dapat menciptakan program yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

CSR yang beretika dan berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila juga membantu meningkatkan citra perusahaan di mata publik, memperkuat loyalitas pelanggan, dan membuka peluang kerjasama. Selain itu, perusahaan yang mengedepankan keberlanjutan sosial dan lingkungan, dengan prinsip-prinsip Pancasila, berkontribusi pada upaya menjaga keseimbangan sosial dan ekologis, serta memenuhi kewajiban hukum terkait lingkungan. Dengan memastikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan, perusahaan dapat membangun hubungan yang harmonis dan memperkuat posisi mereka di pasar, menciptakan hubungan bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, CSR dalam konteks Pancasila bukan hanya sebuah kewajiban sosial yang harus dipenuhi perusahaan, tetapi lebih dari itu, CSR menjadi bagian dari strategi bisnis yang beretika dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan menanamkan nilai-nilai Pancasila seperti keadilan sosial, kemanusiaan yang adil dan beradab, serta musyawarah untuk mufakat dalam setiap aspek program CSR, perusahaan dapat memberikan dampak positif yang lebih luas kepada masyarakat dan lingkungan, sekaligus meningkatkan citra dan kepercayaan publik. CSR yang beretika, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama akan menjadi pilar utama dalam menciptakan dunia bisnis yang lebih berkelanjutan dan harmonis.¹¹

3. Tantangan dan Hambatan dalam Implementasi CSR yang Berbasis Pancasila

Meskipun semakin banyak perusahaan yang mengimplementasikan Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis Pancasila, tantangan dalam mewujudkannya secara optimal masih banyak ditemui. Beberapa tantangan utama yang sering muncul meliputi ketidakpastian regulasi, kurangnya pemahaman tentang Pancasila, dan keterbatasan sumber

¹⁰Surya, A., & Suryani, E. (2023). *Peran Corporate Social Responsibility dalam Pengembangan Sosial Ekonomi Masyarakat di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 85-102.

¹¹Pratama, F. A., & Handayani, R. (2022). *Analisis Implementasi CSR dalam Mewujudkan Keadilan Sosial dan Pembangunan Berkelanjutan di Perusahaan Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Pembangunan*, 19(3), 231-245.

daya.

- a. ketidakpastian regulasi
menjadi tantangan utama, karena meskipun telah ada kebijakan seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, banyak perusahaan merasa regulasi tersebut terlalu umum dan tidak mendukung implementasi CSR secara efektif. Hal ini menyebabkan kesenjangan antara kebijakan pemerintah dan kebutuhan nyata di lapangan.
- b. kurangnya pemahaman tentang Pancasila
di kalangan pengelola dan pelaksana CSR juga menghambat implementasi CSR berbasis nilai-nilai Pancasila. Banyak perusahaan lebih fokus pada keuntungan jangka pendek dan aspek ekonomi tanpa memahami secara mendalam nilai-nilai sosial, keadilan, dan persatuan yang terkandung dalam Pancasila. Tanpa pemahaman ini, program CSR yang dijalankan bisa menjadi simbolis dan tidak menyentuh masalah sosial yang mendasar.
- c. terbatasnya sumber daya
terutama bagi perusahaan kecil dan menengah (UKM), menjadi tantangan besar. UKM sering kali kekurangan dana, infrastruktur, dan tenaga kerja terampil untuk menjalankan program CSR yang berdampak besar dan berkelanjutan. Hal ini menyebabkan mereka hanya dapat menjalankan program CSR kecil-kecilan, yang mungkin tidak mencakup semua dimensi nilai Pancasila secara menyeluruh. Sumber daya yang terbatas juga menghambat pengembangan program CSR yang berkelanjutan dan evaluasi yang efektif. Perusahaan besar mungkin memiliki kapasitas yang lebih baik untuk menangani tantangan ini dengan menyediakan anggaran lebih besar atau memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi program CSR mereka. Namun, untuk UKM, tantangan ini lebih berat, karena mereka harus lebih selektif dalam memilih jenis program CSR yang dapat memberikan dampak positif sekaligus terjangkau dari segi biaya. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini, diperlukan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait yang dapat menyediakan pendampingan, insentif, atau subsidi untuk membantu perusahaan kecil dan menengah dalam melaksanakan CSR berbasis Pancasila secara lebih efektif.¹²

4. Peran CSR dalam Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis

Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang sukses dalam menjalankan CSR berbasis Pancasila memiliki kinerja yang lebih baik dalam jangka panjang. Salah satu alasan utama adalah bahwa CSR yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila tidak hanya memberi manfaat bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan membangun reputasi positif di pasar. Perusahaan yang menjalankan CSR berbasis Pancasila, yang mengedepankan nilai-nilai seperti keadilan sosial, kemanusiaan, dan musyawarah, cenderung mampu membangun hubungan yang lebih baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pelanggan, karyawan, investor, dan pemerintah. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya bertindak sebagai entitas yang fokus pada keuntungan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

¹²Kusnadi, Y., & Setiawan, H. (2024). Penerapan Nilai Pancasila dalam Praktik Corporate Social Responsibility: Studi Kasus Perusahaan Multinasional di Indonesia. *Jurnal Corporate Governance*, 20(1), 17-33.

Program-program CSR yang melibatkan pemberdayaan masyarakat atau pengurangan kesenjangan sosial dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kepercayaan ini memperkuat hubungan perusahaan dengan masyarakat, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa bahwa perusahaan peduli terhadap kesejahteraan mereka dan berkontribusi pada pengembangan sosial lebih cenderung untuk tetap setia menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Program CSR yang relevan dan berfokus pada tujuan sosial yang positif ini juga dapat menciptakan basis pelanggan yang lebih stabil dan loyal, yang berperan penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan temuan-temuan di atas, peneliti memberikan beberapa rekomendasi bagi perusahaan dan pembuat kebijakan untuk lebih mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam CSR:

- a. Perusahaan perlu meningkatkan pemahaman dan pelatihan tentang penerapan nilai-nilai Pancasila dalam program CSR mereka.
- b. Pemerintah harus memperjelas dan mendukung regulasi terkait CSR, terutama dalam kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan.
- c. Perusahaan harus lebih kreatif dalam merancang program CSR yang sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya di Indonesia.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dapat menjadi instrumen yang sangat efektif untuk mewujudkan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis. Penerapan prinsip keadilan sosial, kemanusiaan yang beradab, dan persatuan Indonesia melalui program CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga bagi keberlanjutan bisnis itu sendiri.

KESIMPULAN

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran yang sangat strategis dalam mewujudkan nilai-nilai Pancasila di dunia bisnis. Penelitian ini menemukan bahwa banyak perusahaan di Indonesia yang telah mengimplementasikan CSR dengan merujuk pada prinsip-prinsip yang terkandung dalam Pancasila. Secara keseluruhan, CSR bukan hanya sekadar kegiatan sosial yang dilakukan untuk memenuhi kewajiban perusahaan terhadap masyarakat, melainkan juga sebagai upaya nyata untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dengan mengintegrasikan nilai-nilai luhur Pancasila yang sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya Indonesia. Penerapan CSR yang berbasis pada Pancasila terutama tercermin dalam tiga nilai utama yang menjadi pijakan bangsa Indonesia: keadilan sosial, kemanusiaan yang adil dan beradab, serta persatuan Indonesia. Dalam konteks ini, banyak perusahaan yang menunjukkan komitmen mereka terhadap nilai keadilan sosial dengan mengalokasikan dana untuk program-program yang mendukung kesejahteraan masyarakat, seperti pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi. Program-program CSR yang berfokus pada pemberdayaan perempuan, pengurangan kemiskinan, dan penyediaan akses pendidikan bagi anak-anak kurang mampu adalah bentuk konkret penerapan nilai keadilan sosial Pancasila.

Selain itu, prinsip kemanusiaan yang adil dan beradab juga menjadi landasan penting dalam banyak inisiatif CSR. Banyak perusahaan yang menyadari pentingnya menjaga martabat manusia melalui pemberdayaan masyarakat, perlindungan hak asasi manusia, serta penciptaan lingkungan yang adil dan tidak diskriminatif. Program-program CSR yang memberikan pelatihan keterampilan, kesempatan kerja yang adil, serta pemberdayaan kelompok marginal merupakan

upaya untuk mewujudkan masyarakat yang lebih beradab dan berkeadilan, yang selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan dalam Pancasila. Tidak kalah pentingnya, nilai persatuan Indonesia yang terkandung dalam Pancasila juga terwujud dalam CSR yang mengedepankan kebersamaan, kerja sama, dan harmoni antarwarga. Banyak perusahaan yang memfasilitasi kegiatan sosial yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat, tanpa membedakan suku, agama, atau latar belakang sosial. Program-program CSR yang memperkuat kohesi sosial, menyatukan perbedaan, dan mendukung kebersamaan dalam membangun Indonesia yang lebih baik sangat berperan dalam memperkokoh rasa persatuan.

Namun, meskipun implementasi CSR berbasis Pancasila telah menunjukkan dampak positif, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh perusahaan. Salah satu tantangan utama adalah ketidakpastian regulasi yang mengatur CSR, yang seringkali membingungkan perusahaan dalam merancang dan melaksanakan program-program sosial yang benar-benar berdampak dan sesuai dengan harapan masyarakat. Selain itu, kurangnya pemahaman mendalam mengenai nilai-nilai Pancasila dalam banyak perusahaan juga menjadi hambatan dalam menerapkan CSR secara optimal. Beberapa perusahaan terjebak dalam paradigma CSR yang hanya sebatas kegiatan amal tanpa mengaitkannya dengan prinsip-prinsip dasar Pancasila yang lebih holistik.

Selain itu, keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun sumber daya manusia, menjadi kendala dalam pelaksanaan program CSR yang berskala besar dan berdampak luas. Hal ini sering kali mengarah pada pemilihan program-program yang lebih kecil dan terbatas, meskipun memiliki potensi yang besar dalam menciptakan perubahan sosial yang berarti. Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, diperlukan kolaborasi yang lebih erat antara sektor bisnis, pemerintah, dan masyarakat untuk menciptakan regulasi yang jelas, meningkatkan pemahaman tentang nilai-nilai Pancasila, dan menyediakan sumber daya yang cukup untuk pelaksanaan CSR. Ke depan, perusahaan di Indonesia perlu lebih giat untuk mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila dalam setiap lini kegiatan bisnis mereka. Penerapan nilai-nilai Pancasila melalui CSR harus menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi perusahaan, bukan hanya sebagai kegiatan sosial yang terpisah dari tujuan bisnis utama. Dengan cara ini, CSR tidak hanya akan memberikan dampak positif bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat keberlanjutan bisnis itu sendiri dengan menciptakan hubungan yang lebih harmonis dan berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat. Pemerintah juga diharapkan untuk lebih mendukung dan menyempurnakan kebijakan CSR yang mendorong integrasi nilai-nilai Pancasila dalam dunia bisnis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa CSR yang berbasis pada nilai-nilai Pancasila dapat berperan penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan sosial yang adil dan berkelanjutan, serta menciptakan dunia bisnis yang tidak hanya mengutamakan keuntungan semata, tetapi juga memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat dan bangsa Indonesia. Hal ini sejalan dengan semangat Pancasila sebagai dasar negara yang mengedepankan keadilan, kemanusiaan, dan persatuan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Husodo, A. (2016). *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 22(2), 119-132.

- Kurniawati, T., & Widodo, S. (2020). *CSR dan Pembangunan Berkelanjutan: Peran CSR dalam Mewujudkan Keadilan Sosial di Indonesia*. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 15(1), 102-116.
- Kusnadi, Y., & Setiawan, H. (2024). **Penerapan Nilai Pancasila dalam Praktik Corporate Social Responsibility: Studi Kasus Perusahaan Multinasional di Indonesia**. *Jurnal Corporate Governance*, 20(1), 17-33.
- Lestari, A. P. (2018). *CSR Berbasis Pancasila dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 13(4), 72-84
- Pratama, F. A., & Handayani, R. (2022). **Analisis Implementasi CSR dalam Mewujudkan Keadilan Sosial dan Pembangunan Berkelanjutan di Perusahaan Indonesia**. *Jurnal Manajemen dan Pembangunan*, 19(3), 231-245.
- Putri, A., & Kurniawan, D. (2017). *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat di Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(3), 45-59.
- Sembiring, E. (2018). *Peran CSR dalam Mendorong Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi & Sosial*, 24(1), 76-89.
- Soerjono, H. (2019). *Corporate Social Responsibility dan Pancasila: Membangun Kesejahteraan Sosial dalam Bisnis*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 100-112.
- Surya, A., & Suryani, E. (2023). **Peran Corporate Social Responsibility dalam Pengembangan Sosial Ekonomi Masyarakat di Indonesia**. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 85-102.
- Widyastuti, D. (2019). *Implementasi Corporate Social Responsibility Berbasis Pancasila dalam Pembangunan Sosial di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 27(2), 114-128.
- Yulianto, B. (2017). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Implementasi Nilai Pancasila dalam Bisnis*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(3), 45-56.