

# Urgensi Etika Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Optimalisasi Corporate Social Responsibility

Anes Eka Sari \*<sup>1</sup>  
Herlinda Fitri Hikmatul Ulya <sup>2</sup>  
Rosy Yustika Amalia <sup>3</sup>  
Ellisa Khoirin Nida <sup>4</sup>  
Zuliyati <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Muria Kudus  
\*e-mail : [anesekasari@gmail.com](mailto:anesekasari@gmail.com)

## Abstrak

*Paradigma baru yang tercipta di era industri 4.0 mengarahkan suatu bisnis atau usaha pada konteks digitalisasi dan otomatisasi. Tetapi, adanya kemudahan dalam menjalankan bisnis menggunakan sistem digitalisasi, mengakibatkan suatu perusahaan kurang memperhatikan proses tanggung jawab sosial atau corporate social responsibility. CSR merupakan tanggung jawab perusahaan dalam turut serta mengupayakan kelestarian lingkungan dan memberdayakan masyarakat sekitar. Dalam implementasinya, terdapat perusahaan yang masih kurang bertanggung jawab secara sosial. Perusahaan yang terlena pada sistem teknologi, sering kali melalaikan optimalisasi dalam hal CSR. Oleh karena itu, kegiatan usaha atau bisnis memerlukan peraturan, norma, dan etika bisnis yang biasanya berlaku di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan analisis deskriptif. Analisis data terdapat tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis membantu mengoptimalkan CSR, dan ketika sistem CSR bisa maksimal diterapkan oleh perusahaan, maka dampak positif jangka pendek maupun jangka panjang bisa dirasakan oleh perusahaan. Urgensi etika bisnis diantaranya membantu optimalisasi tanggung jawab sosial sebagai upaya menghindari adanya pihak-pihak yang dirugikan*

**Kata Kunci:** etika bisnis, industri 4.0, corporate social responsibility

## Abstract

*The new paradigm created in the industrial era 4.0 directs a business or business to the context of digitalization and automation. However, the ease of running a business using a digitalization system results in a company not paying attention to the process of social responsibility or corporate social responsibility. CSR is the company's responsibility in participating in striving for environmental sustainability and empowering the surrounding community. In its implementation, there are companies that are still less socially responsible. Companies that are complacent about technology systems, often neglect optimization in terms of CSR. Therefore, business activities or businesses require regulations, norms, and business ethics that usually apply in the community around the company. This research uses qualitative method descriptive analysis approach. Data analysis has three stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion. The results of this study show that business ethics help optimize CSR, and when the CSR system can be maximally applied by the company, the positive short-term and long-term impacts can be felt by the company. The urgency of business ethics includes helping to optimize social responsibility as an effort to avoid disadvantaged parties*

**Keywords:** Business Ethics, Industry 4.0, Corporate Social Responsibility

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan dengan tujuan menghasilkan sesuatu, berupa barang maupun jasa atau layanan sosial (Purwanto, 2020). Definisi lain dari bisnis adalah usaha yang dilakukan secara individual maupun organisasi untuk menghasilkan pendapatan, dengan menyediakan berbagai produk yang dapat memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan konsumen (Purwanto, 2020; Needle, 2019). Bisnis beroperasi dalam berbagai bidang seperti ritel, media dan hiburan, transportasi, manufaktur, serta jasa keuangan. Saat ini, globalisasi dipandang oleh banyak kalangan sebagai kekuatan dominan dalam bisnis, karena telah memberikan perubahan pada sifat bisnis yang lebih kompleks dan mendunia (Needle, 2019). Perkembangan globalisasi

dalam bisnis ditandai dengan revolusi industri 4.0 yang mendorong pertumbuhan produktivitas serta optimalisasi proses produksi dalam suatu perusahaan.

Revolusi industri 4.0 merupakan pengaplikasian kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI) yang memiliki potensi untuk membantu peningkatan pendapatan secara global dan mengubah kualitas hidup masyarakat di dunia (Susriyati et al., 2021). Industri 4.0 mendorong sektor bisnis untuk melakukan transformasi dan perubahan khususnya terkait hal prosedur dan operasional perusahaan (Shayganmehr et al., 2021). Perubahan ini mampu menciptakan proses yang fleksibel dan efisien untuk menghasilkan produk berkualitas lebih baik dengan biaya minimum serta meningkatkan keunggulan kompetitif. Teknologi yang semakin pesat, mendorong perusahaan memaksimalkan penggunaan komputer dan robot, membuat koneksi jarak jauh antara konsumen dan pelanggan untuk mencapai proses transaksi yang lebih mudah (Shayganmehr et al., 2021). Industri 4.0 dapat mengubah semua proses bisnis termasuk perancangan, produksi, dan pengiriman sebagai upaya peningkatan efisiensi manufaktur.

Paradigma baru yang tercipta di era industri 4.0 mengarahkan suatu bisnis atau usaha pada konteks digitalisasi dan otomatisasi (Adamik & Nowicki, 2019). Ciri-ciri utamanya adalah kecepatan dan cakupan transfer informasi yang difasilitasi oleh Internet (Needle, 2019). Sehingga, hal tersebut mendorong inovasi dalam skala besar berupa efisiensi operasional, pertumbuhan ekonomi baru, serta peningkatan pemahaman tentang risiko (Susriyati et al., 2021). Selain itu, budaya di sekitar dunia bergerak semakin baik khususnya dalam hal gaya hidup. Tetapi, adanya kemudahan dalam menjalankan bisnis menggunakan sistem digitalisasi, mengakibatkan suatu perusahaan kurang memperhatikan proses tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (Nafi'a et al., 2023).

*Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan dalam turut serta mengupayakan kelestarian lingkungan dan memberdayakan masyarakat sekitar (Nafi'a et al., 2023). *Corporate social responsibility* didefinisikan sebagai suatu konsep dalam manajemen modern yang didasarkan pada peningkatan tekanan dari berbagai lingkungan yang memaksa perusahaan untuk mengambil tindakan yang tidak hanya bersifat ekonomi dan hukum, tetapi juga sosial dan ekologis dengan mempertimbangkan berbagai kelompok masyarakat (Adamik & Nowicki, 2019). CSR berkaitan dengan nilai etika dan menjunjung tinggi harkat masyarakat, manusia, dan lingkungan (Wahyuni & Zumaroh, 2019). CSR mendorong perusahaan untuk membuat komitmen berupa kontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan, dalam artian menyeimbangkan antara aspek ekonomi dan sosial (Wahyuni & Zumaroh, 2019).

Dalam implementasinya, terdapat perusahaan yang masih kurang bertanggung jawab secara sosial. Perusahaan yang terlena pada sistem teknologi, sering kali melalaikan optimalisasi dalam hal *corporate social responsibility*-nya. Banyak permasalahan yang timbul berkaitan dengan CSR diantaranya, beberapa perusahaan kurang memberikan perhatian pada dampak penggunaan digitalisasi terhadap lingkungan (Nafi'a et al., 2023). Contohnya mesin yang dijalankan untuk memproduksi barang dalam suatu bisnis menghasilkan limbah dalam jumlah besar sehingga berdampak pada kerusakan lingkungan. Banyak perusahaan yang masih enggan menerapkan program CSR, diantara sebabnya adalah kurangnya pemahaman mendalam berkaitan dengan praktik CSR, pengeluaran ekstra yang tidak memberikan keuntungan jangka pendek, serta ketidakmampuan perusahaan menyesuaikan diri dengan akuntabilitas lingkungan masyarakat (Wahyuni & Zumaroh, 2019). Oleh sebab itu, problematic CSR dapat diatasi dengan selalu memperhatikan etika bisnis bagi perusahaan. Perusahaan perlu menerapkan etika bisnis sebagai upaya optimalisasi *corporate social responsibility* yang akhir-akhir ini jarang diperhatikan. Kegiatan bisnis tidak dapat terpisahkan dari masyarakat sosial karena mereka adalah komponen utama dari suatu usaha (M. Rizky Mahaputra & Farhan Saputra, 2021). Oleh karena itu, kegiatan usaha atau bisnis memerlukan peraturan, norma, dan etika yang biasanya berlaku di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan.

Upaya mencapai kesuksesan dari suatu bisnis, maka yang perlu diperhatikan tidak hanya sebatas manajemen dan kualitas sumber daya yang baik, tetapi juga perlu menerapkan etika yang baik dalam bisnisnya (M. Rizky Mahaputra & Farhan Saputra, 2021). Etika bisnis adalah bentuk

evaluasi terhadap benar atau salahnya dari suatu peristiwa, keputusan, aktivitas, dan situasi dalam bisnis (Vaddhano, 2023). Memahami apa yang benar dan salah serta dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan ekspektasi organisasi dan masyarakat merupakan bagian dari etika bisnis (Susriyati et al., 2021). Etika bisnis merupakan tata cara untuk mengatur bisnis dengan memperhatikan moral dan norma yang berlaku secara umum khususnya di sekitar lingkungan perusahaan (Nafi'a et al., 2023). Perusahaan yang baik akan menjunjung profesionalitas dengan menerapkan etika bisnis sebagai prinsip utama. Bisnis tidak akan sukses dan berjalan lancar apabila pembeli dan penjual tidak memiliki kepercayaan satu sama lain, karyawan yang melakukan kecurangan dan kebohongan, serta pelanggaran-pelanggaran etika lainnya (Vaddhano, 2023). Oleh karena itu, penerapan etika bisnis akan membantu sebuah perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat maupun pelaku bisnis lainnya.

Artikel ini akan menganalisis urgensi etika bisnis di era revolusi industri 4.0 sebagai upaya optimalisasi *corporate social responsibility*. Implementasi CSR yang kurang maksimal di sebagian perusahaan mengharuskan adanya kesadaran penerapan etika bisnis khususnya di era industri 4.0. Harapannya penulisan ini bisa dijadikan acuan terkait pentingnya implementasi etika bisnis di perusahaan, sebagai upaya mendapatkan kepercayaan dan mampu memberikan layanan secara loyal kepada konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan proses mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data naratif (non numerik) dan visual secara komprehensif dengan tujuan mendapatkan wawasan terkait fenomena tertentu yang menarik (Gay & Mills, 2019). Definisi lain mengenai penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk menggali, mengeksplorasi, dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial dan kemanusiaan (John W, 2014). Pendekatan yang digunakan adalah analisis deskriptif yang merupakan cara untuk mendeskripsikan fakta-fakta untuk kemudian dianalisis. Fakta-fakta tersebut didapatkan dari studi pustaka sesuai dengan variabel penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi pustaka. kegiatan yang dilakukan adalah mencari informasi dari sumber tertulis yang memiliki korelevansi dengan topik atau variabel penelitian. Sumber tertulis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi dari sumber buku dan jurnal yang dapat mendukung penulisan. Beberapa situs web yang penulis manfaatkan untuk mencari literatur diantaranya Google Scholar, MDPI, Researchgate, Libgen, dan situs lainnya yang memberikan akses ke berbagai jurnal ilmiah dan buku. Dengan memanfaatkan platform online terpercaya, harapannya literatur yang digunakan memiliki tingkat akurasi tinggi. Sehingga, penyajian tulisan lebih tepat dan dapat diverifikasi. Selain itu, sumber yang digunakan tidak terbatas pada publikasi dalam negeri, melainkan juga menggunakan publikasi internasional sebagai sumber literatur.

Analisis data terdapat tiga tahapan diantaranya: 1) Reduksi data berupa kegiatan menyeleksi data yang dirasa tidak relevan dengan variabel atau topik penelitian. Sebagai upaya mempersingkat seleksi, peneliti biasanya membaca abstrak dari literatur tersebut. Apabila dalam abstrak tersebut tidak memuat fakta-fakta yang dibutuhkan untuk penulisan, maka sumber tersebut diseleksi. 2) Penyajian data adalah proses peneliti mengolah sumber yang sudah dikategorikan relevan dengan variabel atau topik penelitian, memahami fakta yang terkandung di dalamnya, kemudian diinterpretasikan menjadi narasi. 3) Kesimpulan, pada tahap ini peneliti memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian yakni bagaimana urgensi etika bisnis di era revolusi industry 4.0 sebagai upaya mengoptimalkan *corporate social responsibility*.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Etika Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0**

Bisnis adalah suatu kegiatan untuk menciptakan dan menghasilkan sesuatu berupa barang maupun jasa (Purwanto, 2020). Bisnis juga didefinisikan sebagai kegiatan usaha perseorangan yang diselenggarakan untuk memproduksi atau menjual barang dan jasa sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Aravik et al., 2023). Bisnis bisa dilakukan oleh berbagai kalangan, tidak hanya masyarakat yang memiliki modal besar, tetapi juga masyarakat yang memiliki modal kecil dengan skala usaha kecil (Aravik et al., 2023). Dikatakan berhasil apabila bisnis yang dikembangkan mampu menghasilkan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang.

Adapun indikator keberhasilan bisnis diantaranya keuntungan yang diperoleh, layanan yang baik terhadap pelanggan, produk dan jasa yang dihasilkan memiliki nilai kualitas tinggi, dapat berinovasi sesuai zaman yang sedang *trend* atau berkembang, serta organisasi dalam bisnis yang saling bekerjasama dan komitmen mencapai tujuan (Purwanto, 2020). Kegiatan bisnis diantaranya meliputi penyediaan barang pada waktu yang tepat, jumlah barang memadai, berkualitas tinggi, dan harga terjangkau. Dunia usaha yang terus berkembang dan bersifat dinamis, mengharuskan pemilik usaha bisa menyesuaikan perubahan tersebut di masa depan.

Berkaitan dengan industri 4.0 yang menjadi titik transformasi integrasi teknologi digital dan fisik, mampu menciptakan sistem bisnis yang lebih fleksibel, efisien, dan terhubung (Daú et al., 2019). Fenomena ini mampu mengaburkan sekat antara dunia maya dan dunia nyata (Vaddhano, 2023). Pemanfaatn teknologi menjadi poin utama dalam menjalankan bisnis di era 4.0. Adanya teknologi, menimbulkan revolusi yang cukup signifikan pada setiap aspek bisnis (Rajput & Singh, 2020). Hal tersebut bisa dilihat dari berbagai contoh seperti cara pelanggan melakukan interaksi dengan penjual, yang dulunya pelanggan langsung mendatangi tempat penyedia jasa, tetapi sekarang bisa dilakukan secara online menggunakan *gadget*. Selain itu, alat-alat produksi untuk membantu kinerja karyawan juga semakin canggih sehingga memberikan kemudahan dalam prosesnya. Revolusi industri 4.0 membantu produksi mencapai akurasi, efisiensi, dan presisi yang baik (Rajput & Singh, 2020).

Inovasi bisnis yang ditetapkan oleh revolusi industri 4.0 salah satunya adalah *business to business* (B2B). B2B merupakan kegiatan bisnis yang melibatkan pelanggan atau pebisnis lain dalam proses pengembangan produk dan layanan (Adamik & Nowicki, 2019). Melalui kolaborasi ini, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan khalayak, sehingga bisa menjadi ide kreasi untuk melakukan inovasi produk dan layanan. Kolaborasi dalam pengembangan mencerminkan peralihan sistem produk yang lebih kompleks dan menyesuaikan solusi dari permasalahan yang ada. Proses ini tidaklah sederhana dan dapat terus berjalan lancar, karena pengembangan bersama dengan pihak lain pasti memiliki konsekuensi (Adamik & Nowicki, 2019). Konsekuensi tersebut bisa berupa pertentangan, perbedaan pendapat, perselisihan, dan konflik yang akhirnya menyebabkan kerja sama terhambat. Oleh karena itu memerlukan kode etik, agar proses inovasi produksi tidak melanggar norma-norma dan tanggung jawab sosial.

Suatu perusahaan memiliki kendali yang bebas untuk menjalankan bisnisnya. Namun, kebebasan tersebut bukan berarti tidak terbatas dan lepas dari tanggung jawab (Aravik et al., 2023). Perusahaan penting memperhatikan bagaimana etika yang perlu diimplementasikan sebagai wujud tanggung jawab serta membentuk reputasi baik perusahaan. Dalam dunia bisnis, terdapat istilah etika bisnis yang didefinisikan sebagai prinsip atau nilai yang memberikan petunjuk atas benar atau salahnya dari suatu kondisi, aktivitas, situasi, dan keputusan dalam bisnis (Vaddhano, 2023). Beberapa menganggap bahwa etika bisnis sesuatu yang terlalu idealias dan tidak realistis, karena tujuan utama bisnis didirikan hanya untuk mendatangkan keuntungan semata. Tetapi, etika bisnis dalam perusahaan perlu diimplementasikan karena mencakup norma atau aturan yang memberikan batasan akan kebebasan untuk bertindak (Vaddhano, 2023). Selain itu, etika bisnis memberikan manfaat terhadap perusahaan untuk menciptakan keseimbangan dan meminimalisir kerugian dari tindakan-tindakan yang tidak sesuai aturan.

Penerapan etika bisnis dimulai sejak seseorang pertama kali berniat untuk membangun suatu usaha atau bisnis. Kegiatan bisnis yang akan dijalankan harus dilatarbelakangi oleh idealisme yang luhur (Kamijaya, 2021). Sehingga tujuan utama dari bisnis adalah mencapai keadilan yang kumulatif serta proses transaksi sebanding di antara berbagai pihak yang terlibat.

Fokus perhatian bisnis adalah berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik sesuai kebutuhan masyarakat dan dari pelayanan tersebut akan memperoleh profit atau keuntungan (Kamijaya, 2021). Bisnis yang berorientasi dengan baik pasti memiliki misi untuk meningkatkan standar hidup masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan secara etis.

Etika bisnis di era revolusi industri 4.0 membantu perusahaan untuk memaksimalkan perkembangan tanpa merugikan berbagai kalangan baik lingkungan internal maupun eksternal. Namun, perusahaan saat ini lebih terkonsentrasi pada digitalisasi dan seringkali mengabaikan dampak yang ditimbulkan (Nafi'a et al., 2023). Tidak sedikit perusahaan saling bersaing dan berkompetensi untuk mengganti sistem manual yang digunakan sebelumnya menjadi digitalisasi dan otomatisasi, dengan tujuan mencapai profit sebesar-besarnya (Nafi'a et al., 2023). Dampak-dampak yang muncul berupa kerusakan lingkungan, gangguan terhadap masyarakat sekitar, serta lainnya jarang diperhatikan. Oleh karena itu, perusahaan harus kembali pada konsep pentingnya penerapan etika bisnis. Hal ini akan menjadi tantangan bagi perusahaan untuk tetap menjaga reputasinya di kalangan konsumen dan pebisnis lain dengan cara memperhatikan etika-etika yang ada. Etika diperlukan agar terciptanya kondisi lingkungan yang baik dalam kegiatan usaha dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan (M. Rizky Mahaputra & Farhan Saputra, 2021). Karena etika mengatur tentang norma atau tata cara berperilaku secara wajar dalam berbisnis.

## 2. Urgensi Etika Bisnis dalam Optimalisasi Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dianggap sebagai salah satu tantangan terpenting dalam tata kelola perusahaan (Ferrell et al., 2019). CSR adalah tanggung jawab sosial perusahaan yang diwujudkan melalui komitmen untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi, peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta membangun hubungan baik dengan komunitas lokal yaitu masyarakat (Suprpto & Alvina, 2023). CSR merupakan konsep manajemen dimana perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban yang berlaku, tetapi juga perlu memperluas upaya mereka untuk mempromosikan bisnisnya yang lebih bertanggung jawab secara sosial (Beji et al., 2021). Secara khusus, perusahaan jadi lebih peduli terhadap lingkungan, hak asasi manusia, kondisi karyawan, dan harapan-harapan masyarakat.

CSR atau tanggungjawab sosial bisnis mencakup etika, ekspektasi ekonomi, hukum, serta kebijakan yang dimiliki masyarakat terhadap suatu perusahaan (Adamik & Nowicki, 2019). CSR bertujuan untuk membentuk keseimbangan antara kegiatan perusahaan dengan lingkungan sekitar (Nafi'a et al., 2023). CSR dikemas dalam tiga komponen yaitu *profit* (perusahaan tidak hanya mencari keuntungan saja); *planet* (memiliki kepedulian terhadap lingkungan); serta *people* (mensejahterakan masyarakat luas termasuk pemerintah dan karyawan) (Said, 2020). Perusahaan yang mampu memaksimalkan penerapan CSR terwujud dalam beberapa program yang biasanya digalangkan untuk kepentingan masyarakat luas. Contohnya pemberian beasiswa kepada mahasiswa berprestasi, memberikan bantuan berupa pupuk organik kepada masyarakat, menyumbangkan bantuan material untuk pembangunan jalan, bantuan dana kegiatan desa, kesehatan, penyuluhan, bimbingan, dan lain sebagainya (Bastomi, 2023). Tujuan dari contoh-contoh yang telah disebutkan tidak lain untuk memberdayakan masyarakat supaya lebih berkembang (Putri & Wediawati, 2023). Bisnis bergantung kepada masyarakat untuk eksistensi, kelangsungan, dan pertumbuhannya (Singh & Misra, 2021). Apabila perusahaan dapat memperlakukan masyarakat dengan baik maka mereka juga akan memberikan kesan positif terhadap perusahaan.

Di era industri 4.0 menciptakan ketegangan pada suatu usaha atau bisnis sebagai akibat dari perubahan-perubahan yang terjadi dalam sains, ekonomi, teknologi, dan masyarakat (Adamik & Nowicki, 2019). Perubahan yang berorientasi pada perkembangan dan kemajuan ternyata memiliki efek samping ke berbagai aspek seperti malpraktik, skandal, penipuan, serta ketidakmampuan untuk bertanggung jawab secara sosial. Masih terdapat perusahaan yang dengan sengaja menerapkan kegiatan CSR dengan tujuan membangun dan meningkatkan reputasi saja untuk menarik pelanggan tanpa adanya dorongan secara murni dari naluri (Benitez et al., 2020). Adapun problematik CSR dalam lingkup karyawan misalnya kurangnya jaminan

keselamatan para pekerja, upah yang diberikan kurang layak, serta jam kerja kurang tepat (Susriyati et al., 2021).

Lingkup pemerintah biasanya terdapat pelanggaran berupa penunggakan atau tidak membayar pajak. Pelanggaran lain yang terjadi cukup banyak seperti ketidakmampuan perusahaan mengolah limbah produksi sehingga merugikan lingkungan sekitar yang merupakan tempat tinggal masyarakat, mengeksploitasi sumber daya alam secara berlebihan, kegiatan produksi yang mengganggu stabilitas keamanan masyarakat, dan lain sebagainya (M. Rizky Mahaputra & Farhan Saputra, 2021). Selain itu, CSR perusahaan hanya memberikan bantuan berupa materi dan uang tunai kepada sasaran tanpa mendukung proses pemberdayaan kepada masyarakat (Putri & Wediawati, 2023). Program CSR juga dinilai beberapa problematik yang telah disebutkan sebelumnya mempengaruhi penerapan CSR yang kurang maksimal. Penerapan CSR yang salah akan mengurangi kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan, keunggulan operasional menurun, serta tidak memiliki daya saing yang tinggi (Adamik & Nowicki, 2019). Sehingga perlunya etika bisnis untuk membantu optimalisasi CSR khususnya di era industri 4.0 ini.

Dalam suatu bisnis perlu diimplementasikannya etika bisnis sebagai upaya terciptanya kondisi lingkungan yang baik dalam kegiatan usaha. Pebisnis sering berhadapan dengan dua pilihan yang cukup dilema untuk ditentukan yaitu berbisnis secara etis di era industri 4.0 atau cukup berorientasi pada profit. Kedua orientasi tersebut bersifat *mutually exclusive* atau tidak sejalan antara satu dengan lainnya (Kamijaya, 2021). Apabila suatu perusahaan ingin mencapai laba yang tinggi, maka kemungkinan akan mengabaikan etika bisnisnya. Tetapi, jika mengutamakan etika, maka cukup mustahil untuk mendapatkan profit sebesar-besarnya. Namun, semuanya bisa diusahakan karena etika dalam berbisnis menjadi kunci keberhasilan dari jasa atau barang yang ditawarkan terhadap konsumen (Kamijaya, 2021). Bisnis yang berdimensi etis akan memprioritaskan sumber daya manusia dibandingkan modal, saling menghargai harkat dan martabat sesama manusia, profit sharing, serta memberikan perhatian lebih kepada pihak yang lemah.

Etika mengatur tentang norma dan tata cara berperilaku dalam bisnis (M. Rizky Mahaputra & Farhan Saputra, 2021). Memahami apa yang benar atau salah dan dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan ekspektasi perusahaan dan masyarakat merupakan prinsip etika bisnis (Susriyati et al., 2021). Kesenambungan antara bisnis dan masyarakat menjadikan etika sebagai faktor penting yang menjadi kendali atas hubungan baik diantara keduanya. Berbisnis tentunya harus saling menguntungkan berbagai pihak serta tidak boleh melanggar aturan yang sebelumnya telah disepakati bersama (M. Rizky Mahaputra & Farhan Saputra, 2021). Urgensi etika bisnis diantaranya membantu optimalisasi tanggung jawab sosial sebagai upaya menghindari adanya pihak-pihak yang dirugikan baik sesama pelaku bisnis, karyawan, pemerintah, maupun masyarakat (Susriyati et al., 2021). Etika bisnis bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan telah beroperasi dengan tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar maupun masyarakat (Suprpto & Alvina, 2023). Dengan demikian, konsep ini selaras dengan CSR yang dipandang sebagai salah satu bentuk norma dan moralitas perusahaan dalam upayanya memberikan kepedulian kepada masyarakat (Putri & Wediawati, 2023).

Etika bisnis dalam mengoptimalkan CSR dapat menguntungkan perusahaan karena mampu meningkatkan profitabilitas. Etika bisnis bisa membentuk citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Perusahaan lain dan masyarakat memberikan citra baik karena percaya bahwa perusahaan tersebut tidak mengesampingkan lingkungan dan sosial dalam proses kegiatannya (Said, 2020). Perusahaan kompetitif cenderung transparansi dalam kegiatan *corporate social responsibility*, untuk menunjukkan komitmen dan membangun reputasi yang baik di berbagai kalangan (Adamik & Nowicki, 2019). Selain itu, mengimplementasikan etika bisnis membantu perusahaan meminimalisir biaya akibat kelalaian yang berdampak pada lingkungan dan sosial. Berdampak juga pada peningkatan kualitas kinerja karyawan dan memperbesar kemungkinan untuk mendapatkan intensif dan investor (Said, 2020). Etika bisnis membantu mengoptimalkan CSR, dan ketika sistem CSR bisa maksimal diterapkan oleh perusahaan, maka dampak positif jangka pendek maupun jangka panjang bisa dirasakan oleh perusahaan.

## KESIMPULAN

Industri 4.0 adalah bentuk transformasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat khususnya dalam dunia bisnis. Perusahaan memanfaatkan teknologi dalam setiap kegiatan prosedurnya. Hal ini berdampak positif khususnya pada peningkatan profit atau keuntungan. Tetapi, setiap perubahan pasti menimbulkan dampak negatif juga. Adanya konteks digitalisasi dan otomatisasi sering kali membuat perusahaan mengabaikan dampak yang ditimbulkan. Perubahan yang berorientasi pada perkembangan dan kemajuan ternyata memiliki efek samping ke berbagai aspek seperti malpraktik, skandal, penipuan, khususnya ketidakmampuan untuk bertanggung jawab secara sosial atau *corporate social responsibility*.

Oleh sebab itu, etika bisnis memiliki urgensi untuk lebih mengoptimalkan CSR dalam suatu bisnis. Etika bisnis membuat perusahaan lebih bertanggung jawab secara sosial sebagai upaya menghindari adanya pihak-pihak yang dirugikan. Etika bisnis juga membantu mengoptimalkan CSR, dan ketika sistem CSR bisa maksimal diterapkan oleh perusahaan, maka dampak positif jangka pendek maupun jangka panjang bisa dirasakan oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamik, A., & Nowicki, M. (2019). Pathologies and paradoxes of co-creation: A contribution to the discussion about corporate social responsibility in building a competitive advantage in the age of Industry 4.0. *Sustainability (Switzerland)*, 11(18), 2–38. <https://doi.org/10.3390/su11184954>
- Aravik, H., Harun, M., & Febrianti, R. (2023). The Urgency of Islamic Business Ethics In The Era of The Industrial Revolution 4.0. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 8(2), 303–326. <https://doi.org/10.36908/isbank.v8i2.706>
- Bastomi, A. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility ( CSR ) Di PT Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat ( Suatu Tinjauan Etika Bisnis Islam ) Alliful Bastomi Addiarrhman Addiarrhman Anzu Elvia Zahara Corporate Social Responsibility ( CSR ). konsep ba. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 436–457.
- Beji, R., Yousfi, O., Loukil, N., & Omri, A. (2021). Board Diversity and Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from France. *Journal of Business Ethics*, 173(1), 133–155. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04522-4>
- Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A., & Llorens, J. (2020). How corporate social responsibility activities influence employer reputation: The role of social media capability. *Decision Support Systems*, 129, 1–36. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.113223>
- Daú, G., Scavarda, A., Scavarda, L. F., & Portugal, V. J. T. (2019). The healthcare sustainable supply chain 4.0: The circular economy transition conceptual framework with the corporate social responsibility mirror. *Sustainability (Switzerland)*, 11(12), 2–19. <https://doi.org/10.3390/su11123259>
- Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 95(8), 491–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039>
- Gay, L. R., & Mills, G. E. (2019). Competencies for analysis and application. In *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*. Pearson Education.
- John W, C. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication.
- Nafi'a, I., Lailatul Nikmah Kholisna Putri, N., & Sekar Ananta, S. (2023). Corporate social responsibility dalam etika bisnis dengan sudut pandang nilai-nilai pancasila di tengah revolusi industri 4.0. *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan*, 4(2), 79–87. <https://doi.org/10.34199/oh.v4i2.116>

- M. Rizky Mahaputra, & Farhan Saputra. (2021). Application of Business Ethics and Business Law on Economic Democracy that Impacts Business Sustainability. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(3), 115–125. <https://doi.org/10.38035/jlph.v1i3.56>
- Kamijaya, M. (2021). Etika Bisnis dalam Memperoleh Profit di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sosial Sains*, 1(7), 669–678. <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i7.112>
- Needle, D. (2019). Business in context. In *Long Range Planning* (Vol. 24, Issue 2). Annabel Ainscow. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(91\)90142-b](https://doi.org/10.1016/0024-6301(91)90142-b)
- Purwanto, E. (2020). *PENGANTAR BISNIS Era Revolusi Industri 4.0 Eko Purwanto*. Sasanti Institute.
- Putri, A., & Wediawati, T. (2023). Studi Fenomenologi Motif Corporate Social Responsibility ( CSR ) Dalam Perspektif Etika Bisnis Pada PT . United Tractors Site Loa Janan-Sanga. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 228–240.
- Rajput, S., & Singh, S. P. (2020). Industry 4.0 Model for circular economy and cleaner production. *Journal of Cleaner Production*, 277, 2–20. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123853>
- Said, R. L. (2020). Buku Ajar Etika Bisnis Dan Profesi. In *Buku Ajar Etika Bisnis Dan Profesi* (Issue July). Lakeisha. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-33-1>
- Shayganmehr, M., Kumar, A., Garza-Reyes, J. A., & Mektadir, M. A. (2021). Industry 4.0 enablers for a cleaner production and circular economy within the context of business ethics: A study in a developing country. *Journal of Cleaner Production*, 281, 1–42. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125280>
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 2–10. <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2020.100139>
- Suprpto, Y., & Alvina, J. (2023). Peran Etika, Keberlanjutan, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 598–606. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3966>
- Susriyati, S., Istianingsih, N., & Latief, M. (2021). Etika Bisnis Dan Perusahaan Dalam Era Revolusi Industri 4.0 Dan 5.0. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora (JASIORA)*, 4(2), 54. <https://doi.org/10.56957/jsr.v4i2.159>
- Vaddhano, N. (2023). Pemasaran Berbasis Big Data Dalam Revolusi Industri 4.0: Sebuah Perspektif Etika Bisnis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 910–920.
- Wahyuni, D., & Zumaroh. (2019). Problematika Implementatif Corporate Social Responsibility Pada Bank Syariah Di Indonesia. *MIZANI : Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan*, 6(2), 93–105.