

Corporate Digital Responsibility: Tanggung Jawab Etis Penggunaan Teknologi Digital dalam Bisnis Perusahaan

Moch. Marsa Taufiqurrohman¹, Elisatris Gultom²

Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran, Indonesia

¹ moch23009@mail.unpad.ac.id; ² elisatris68@gmail.com

Abstract

Digital technology has become a significant factor in company business development. However, digital technology can also cause problems. One of the biggest problems is the emergence of a type of artificial intelligence that is capable of manipulating and transmitting user information. New technologies offer new opportunities but reveal new threats, especially privacy and data security ethics. This article proposes Corporate Digital Responsibility (CDR) as a fascinating new field as a form of corporate ethical responsibility in the context of the use of digital technology. In existing research, adequate theoretical and legal basis has yet to be found to enable various types of corporate responsibility in dealing with the implications of implementing digital technology. Therefore, essential foundations and considerations are raised for developing corporate digital responsibility. This article uses a doctrinal juridical research method in collaboration with Reform Oriented Research. This article concludes that it is a fact that new technologies pose ethical and social risks, so companies have a responsibility to do this. Second, the absence of regulations regarding Industry 4.0 and unpredictable technological advances are not limitations for creating a CDR scenario. Ultimately, this article concludes that developing ethical responsibility in digital contexts is possible and necessary.

Keywords: *Corporate Responsibility; Corporate Digital Responsibility; Digital Transformation; Corporate Social Responsibility; Technology Ethics.*

Abstrak

Teknologi digital telah menjadi faktor utama dalam pengembangan bisnis perusahaan. Namun, teknologi digital juga dapat menimbulkan permasalahan. Salah satu permasalahan terbesar adalah munculnya jenis kecerdasan buatan yang mampu memanipulasi dan mengirimkan informasi pengguna. Teknologi baru menawarkan peluang baru namun juga mengungkap ancaman baru, terutama terkait etika privasi dan keamanan data yang perlu diatasi oleh perusahaan. Artikel ini mengusulkan Corporate Digital Responsibility (CDR) sebagai bidang baru yang menarik sebagai bentuk tanggungjawab etis perusahaan dalam konteks penggunaan teknologi digital. Pada penelitian-penelitian yang telah ada, tidak ditemukan landasan teoritis dan hukum yang memadai untuk memungkinkan berbagai jenis tanggungjawab perusahaan dalam menghadapi implikasi penerapan teknologi digital. Oleh karena itu, landasan dan pertimbangan penting dimunculkan untuk pengembangan tanggung jawab digital perusahaan. Artikel ini menggunakan metode penelitian yuridis doctrinal yang dikolaborasikan dengan Reform Oriented Research. Artikel ini menyimpulkan bahwa terdapat fakta bahwa teknologi baru menimbulkan risiko etis dan sosial, sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap hal ini. Kedua, ketiadaan regulasi mengenai industri 4.0 dan kemajuan teknologi yang tidak dapat diprediksi bukanlah batasan untuk menciptakan skenario CDR. Pada puncaknya, artikel ini menyimpulkan bahwa pengembangan tanggung jawab etis dalam konteks digital adalah mungkin dan perlu.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab Perusahaan; Corporate Digital Responsibility; Transformasi Digital; Corporate Social Responsibility; Etika Teknologi.*

A. Pendahuluan

Salah satu fenomena dengan dampak terbesar dalam konteks perkembangan teknologi digital dalam bisnis perusahaan adalah munculnya jenis kecerdasan buatan yang memanipulasi dan mengirimkan informasi pengguna. Ada perdebatan besar mengenai perpindahan angkatan kerja; pembuatan, penyimpanan, dan transmisi data; dan dampak yang ditimbulkan dari semua hal ini. Transformasi digital yang terjadi juga memberikan kemudahan bagi perusahaan-perusahaan dalam melakukan kegiatannya. Mulai dari produksi hingga distribusi, dapat dilakukan dengan lebih mudah dan dengan biaya yang jauh lebih murah. Tidak hanya itu, suatu perusahaan dapat menggunakan teknologi *machine learning data* untuk mempelajari bagaimana perilaku konsumen, strategi penjualan dan pemasaran yang efisien, bahkan hingga memprediksi penjualan untuk beberapa periode ke depan (Taufiqurrohman dkk., 2021).

Kondisi tersebut membuat perusahaan dapat memperoleh dan mengelola data masyarakat dalam jumlah yang besar melalui teknologi digital. Kemudian ini menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan dalam mengelola data yang besar tersebut serta memastikan keamanannya (Taufiqurrohman, Priambudi, dkk., 2021). Perusahaan sering kali tidak memiliki rasa tanggung jawab yang besar dalam mengambil dan menggunakan data masyarakat karena menganggap perlindungan data adalah urusan dari pemangku kebijakan. Tanggung jawab digital secara etis pada suatu perusahaan seharusnya dapat mendorong penciptaan nilai dan *branding* bisnis yang dianggap dapat bertanggung jawab dan lebih dipercaya oleh konsumen maupun investor. Seperti halnya kasus Tokopedia yang memaksa pengguna untuk menyetujui Kebijakan Privasi melalui Perjanjian Baku. Salah satunya Tokopedia diberi wewenang untuk dapat mengatur portabilitas data pribadi pengguna dengan mengungkapkannya kepada anak perusahaan dan afiliasinya termasuk pihak ketiga untuk ikut mengolah data. Kasus serupa dilakukan oleh Facebook. Facebook memaksa pengguna untuk dapat memberikan wewenang kepadanya dalam melakukan perpindahan, transfer, dan pengolahan data kepada perusahaan afiliasi Facebook, seperti Whatsapp dan Instagram

Kemungkinan bahaya terkait privasi dan keamanan juga potensial muncul. Hal ini dapat menyebabkan masalah ekonomi, etika, atau hukum bagi konsumen dan perusahaan (Baumann dkk., 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap keamanan data mereka sangat penting bagi perusahaan untuk mengadopsi teknologi digital (Faujura dkk., 2021). Untuk mengatasi ketidakpastian teknologi digital ini dengan cara yang lebih komprehensif dan untuk mendukung serta meningkatkan kepercayaan dalam aktivitas

perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan kerangka panduan yang mendukung perilaku etis dan bertanggung jawab di dunia digital.

Beberapa penelitian memang mengusulkan solusi penerapan pedoman etika dan kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai mekanisme untuk mengurangi eksternalitas penerapan teknologi, khususnya yang terkait dengan industri 4.0 seperti yang diteliti oleh Lobschat dkk., (2021) maupun yang dikaji oleh (Londoño-Cardozo, 2020). Namun, saat ini, tidak ada konsensus mengenai cara terbaik untuk menangani tanggung jawab sosial perusahaan terkait teknologi. Kurangnya konsensus merupakan sebuah masalah. Hal ini disebabkan oleh karena teknologi bergantung pada nilai-nilai individu yang tidak selalu mengupayakan keberlanjutan sosial.

Di Indonesia sendiri, konsesus mengenai tanggung jawab sosial diatur tersebar berbagai peraturan perundang-undangan sektoral. Seperti di dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU 40/2007) dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012). Tanggung jawab sosial atau yang disebut sebagai CSR yang diatur di dalam peraturan perundang-undangan sektoral tersebut bersifat konvensional/tradisional, sehingga belum adaptif dengan perkembangan teknologi dan digital. Hal ini dikarenakan CSR pada peraturan perundang-undangan sektoral tersebut hanya memberi kewajiban sebatas terhadap lingkungan, sumber daya alam, dan masyarakat setempat agar sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat.

Terhadap permasalahan-permasalahan tersebut, artikel ini bertujuan untuk memberikan argumen teoretis dan hukum yang mengidentifikasi relevansi penerapan tanggung jawab perusahaan dalam konteks digital. Dalam konteks ini, konsep *Corporate Digital Responsibility* (CDR) menjadi proposal yang akan dianalisis oleh artikel ini. CDR merupakan turunan dari CSR yang secara khusus menangani isu digital. CDR memberikan panduan kepada organisasi bagaimana menangani potensi dampak negatif dan bagaimana memanfaatkan peluang digitalisasi (Carl dkk., 2022). CDR menempatkan, antara lain, upaya privasi dan keamanan data dalam konteks yang lebih luas untuk memberikan pendekatan yang lebih holistik terhadap tanggung jawab perusahaan dan untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap aktivitas perusahaan di dunia digital (Mueller, 2022).

B. Metode Penelitian

Artikel ini disusun menggunakan penelitian hukum yuridis doktrinal yang dikolaborasikan dengan metode *Reform Oriented Research* (Penelitian Berorientasi Pembaruan). Penelitian hukum normatif mencakup penelitian terhadap produk-produk hukum, asas-asas hukum, sistematika hukum, sinkronisasi hukum, baik vertikal maupun horizontal, perbandingan hukum termasuk melihat sejarah hukum yang ada (Efendi dkk., 2019). Penelitian doktrinal dilakukan untuk memeriksa kedudukan hukum pertanggungjawaban perusahaan berupa CSR dan CDR.

Artikel ini dimulai dengan melihat hukum yang ada, kemudian diikuti dengan pertimbangan masalah yang memengaruhi hukum, serta politik hukum yang mendasarinya. Metode *Reform Oriented Research* dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan aturan yang ada dan yang merekomendasikan perubahan terhadap aturan yang dianggap perlu. Model ini didasarkan pada metodologi riset reformasi hukum untuk memberikan saran tentang perubahan hukum yang ada. Puncaknya, model ini mengarahkan peneliti untuk mengusulkan konsepsi alas hukum dalam proses penegakan hukum (Efendi dkk., 2019).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Urgensi Pertanggungjawaban Etis pada Penerapan Teknologi Digital dalam Bisnis Perusahaan

Penerapan teknologi digital dalam semua konteks sosial membawa peluang baru, cara kerja, mekanisme komunikasi dan mengubah cara beberapa aktivitas sehari-hari dilakukan. Teknologi telah menjadi faktor yang harus diperhatikan baik oleh individu maupun organisasi, swasta maupun negara. Namun, hal ini juga dapat menimbulkan efek sebaliknya. Misalnya, ketidakamanan kerja dan pengangguran, masalah komunikasi, atau interaksi sosial yang berlebihan. Dualitas dampak teknologi dalam konteks sosial yang berbeda, mendorong perdebatan tentang penggunaan, relevansi, dan hubungan antara teknologi dan manusia dalam masyarakat.

Dalam dua dekade terakhir digitalisasi terjadi, kemajuan digital telah menciptakan berbagai macam sistem dengan kemampuan yang luar biasa. Saat ini dunia mulai mengalami transaformasi digital ke arah sistem kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence (AI)* dan teknologi *Machine Learning Data* yang saat ini turut mengambil peran besar dalam berbagai industri dunia. Transformasi digital yang terjadi juga memberikan kemudahan bagi perusahaan-perusahaan dalam melakukan kegiatannya. Mulai dari produksi hingga distribusi, dapat dilakukan dengan lebih mudah dan dengan biaya yang jauh lebih murah. Tidak hanya

itu, suatu perusahaan dapat menggunakan teknologi *machine learning data* untuk mempelajari bagaimana perilaku konsumen, strategi penjualan dan pemasaran yang efisien, bahkan hingga memprediksi penjualan untuk beberapa periode ke depan (Taufiqurrohman dkk., 2021).

Begitu juga dengan konsumen yang diberikan berbagai kemudahan dengan adanya transformasi digital ini, mulai proses pemesanan, pembayaran, hingga barang sampai ke tangan mereka, membuat penggunaan teknologi digital semakin lebih luas dan masif lagi. Penggunaan teknologi digital semakin gencar (Taufiqurrohman, 2020). Saat ini, segala kegiatan dipaksa untuk bisa dilakukan secara *online* atau tanpa adanya interaksi antar-manusia secara langsung. Kondisi ini membuat perusahaan dapat memperoleh dan mengelola data masyarakat dalam jumlah yang besar melalui teknologi digital. Kemudian ini menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan dalam mengelola data yang besar tersebut serta memastikan keamanannya (Taufiqurrohman, Priambudi, dkk., 2021).

Beberapa penelitian menyoroti adanya perdebatan di antara perusahaan, pemerintah, dan pembuat kebijakan dalam pandangannya terhadap perlindungan data. Di mana banyak perusahaan menganggap bahwa keamanan data konsumen merupakan tanggung jawab dari pemerintah. Sehingga banyak perusahaan yang tidak memiliki pedoman atau aturan dalam perlindungan data konsumen, dalam hal ini sebagai mitigasi risiko dari maraknya kejahatan siber. Selain itu, dari pembuat kebijakan hanya melihat dari sisi pengawasan dan perlindungan data dari perusahaan, bukan melihat dari sisi bagaimana data itu digunakan.

Meskipun Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU 27/2022) telah mewajibkan pengelola data termasuk perusahaan untuk dapat mengelola data sesuai dengan peraturan perundangundangan, namun masalah yang ada bukan tentang kepatuhan normatif, melainkan mengenai etis. UU 27/2022 tidak memberikan kewajiban etis bagi perusahaan dalam mengelola data pribadi konsumen. UU 27/2022 hanya memberikan daya penegakan hukum secara administrative dan pidana. Kebijakan perlindungan data yang ada tidak berjalan efektif seperti semestinya, dan perusahaan akhirnya tidak memiliki rasa tanggung jawab yang besar dalam mengambil dan menggunakan data masyarakat karena menganggap perlindungan data adalah urusan dari pemangku kebijakan.

Di sisi lain Yokoi dkk., 2021 dalam risetnya tentang menanamkan tanggung jawab digital pada perusahaan, menambahkan bahwa seiring dengan meningkatnya ekspektasi masyarakat terkait penggunaan teknologi digital yang bertanggung jawab, perusahaan mulai mempromosikan praktik yang lebih baik dan menjadikan keunggulan bagi perusahaan itu sendiri. Menurut studi tahun 2022, 58% konsumen, 60% karyawan, dan 64% investor membuat

keputusan penting berdasarkan keyakinan dan nilai-nilai mereka (Puriwat & Tripopsakul, 2022). Tanggung jawab digital pada suatu perusahaan dapat mendorong penciptaan nilai dan *branding* bisnis yang dianggap dapat bertanggung jawab dan lebih dipercaya oleh konsumen maupun investor (Gultom, 2002).

Kemungkinan bahaya terkait privasi dan keamanan juga potensial muncul. Hal ini dapat menyebabkan masalah ekonomi, etika, atau hukum bagi konsumen dan perusahaan [Ba19]. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap keamanan data mereka sangat penting bagi perusahaan untuk mengadopsi teknologi digital. Untuk mengatasi ketidakpastian teknologi digital ini dengan cara yang lebih komprehensif dan untuk mendukung serta meningkatkan kepercayaan dalam aktivitas perusahaan, diperlukan kerangka panduan yang mendukung perilaku etis dan bertanggung jawab di dunia digital.

Perusahaan yang terus-menerus melakukan inovasi teknologi untuk menaklukkan masa depan, tidak boleh melupakan nilai-nilai yang menjadi dasar masa depan yang ingin dibangunnya. Jika tidak, cakrawala sosial perusahaan akan hilang. Oleh karena itu, masalah biaya-manfaat dalam teknologi dapat menjadi masalah sosial (Pérez de Paz, 2020). Artinya, ketika teknologi dipandang sebagai ancaman terhadap nilai-nilai masyarakat seperti kebebasan, keamanan, perdamaian, kepentingan bersama, rasa hormat, maka hal tersebut beralih ke tingkat sosial. Dengan demikian, teknologi 4.0 dan 5.0 adalah persoalan masyarakat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa, jika ditemukan cara untuk melindungi nilai-nilai ini, maka bagian sosial yang melibatkan risiko teknologi akan tercakup. Di sinilah pertanggungjawaban etis perusahaan berperan, dan misinya adalah melindungi nilai-nilai sosial dari risiko teknologi (Kurniawan dkk., 2022).

Di Indonesia, pertanggungjawaban etis perusahaan diatur tersebar berbagai peraturan perundang-undangan sektoral. Seperti di dalam UU 40/2007 dan PP 47/2012. Pertanggungjawaban etis yang dikenal di dalam kedua peraturan perundang-undangan disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), atau secara modern disebut sebagai CSR. Pasal 74 UU 40/2007 menerangkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika kewajiban ini tidak dijalankan, perusahaan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Meski dalam Pasal 74 UU 40/2007 hanya disebutkan aturan TJSL atau CSR tersebut berlaku bagi perusahaan dengan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam, faktanya TJSL atau CSR ini merupakan tanggung jawab perusahaan secara luas, baik yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya

alam. Aturan tersebut tertuang dalam PP 47/2012. Ketentuan Pasal 2 PP 47/2012 menerangkan bahwa setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Lebih lanjut, bagian Penjelasan Pasal 2 PP 47/2012 menerangkan bahwa pada dasarnya setiap perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan perusahaannya yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat. PP 47/2012 menguraikan sejumlah aturan terkait kewajiban CSR perusahaan secara terperinci. Beberapa di antaranya adalah TJSL atau CSR menjadi kewajiban bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam dan kewajiban tersebut wajib dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan (Pasal 3 PP 47/2012).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan dewan komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perusahaan. Kemudian, rencana kerja tahunan perseroan tersebut harus memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan TJSL atau CSR (Pasal 4 PP 47/2012). Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Kemudian, realisasi anggaran untuk pelaksanaan TJSL atau CSR yang dilaksanakan oleh Perseroan diperhitungkan sebagai biaya perseroan (Pasal 5 PP 47/2012). Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS (Pasal 6 PP 47/2012). Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab TJSL atau CSR dikenakan sanksi (Pasal 7 PP 47/2012). Sebagaimana diterangkan, CSR merupakan tanggung jawab semua perusahaan dan menjadi kewajiban bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Apabila tidak dijalankan, perusahaan akan dikenai sanksi.

Namun, CSR yang diatur di dalam peraturan-peraturan sektoral tersebut bersifat konvensional/tradisional, sehingga belum adaptif dengan perkembangan teknologi dan digital. Hal ini dikarenakan CSR pada peraturan-peraturan sektoral tersebut hanya memberi kewajiban sebatas terhadap lingkungan, sumber daya alam, dan masyarakat setempat agar sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat. CSR belum mampu menjadi seperangkat nilai dan norma

bersama yang memandu operasi organisasi terkait teknologi digital serta pembuatan dan pengoperasian data.

Dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur pertanggungjawaban etis perusahaan yang ada, tidak ada kewajiban mengharuskan perusahaan yang menggunakan teknologi digital. Secara khusus, tidak ada kewajiban bagi perusahaan, pengembang dan perancang individu, serta aktor korporasi mana pun yang menggunakan teknologi digital atau pemrosesan data, untuk menyadari bahwa kegiatan yang mereka hasilkan atau terapkan, serta data yang mereka kumpulkan dan proses secara inheren menciptakan tanggung jawab etis bagi mereka (Lobschat dkk., 2021).

Belum ada preseden mengenai kekuatan digitalisasi, analisis data, algoritme, dan kecerdasan buatan bagi pengelola data, organisasi, dan manusia. Hal ini menimbulkan masalah etis yang harus diselesaikan secepat dan semandiri mungkin. Perlu dicatat bahwa, pada awalnya, kerangka teknologi yang menjadi dasar penggunaan pertanggungjawaban etis terhadap penggunaan teknologi digital pada bisnis perusahaan adalah industri 4.0. Hal ini juga termasuk semua teknologi yang mencakupnya, terutama yang terkait dengan pembuatan, penyimpanan, dan penggunaan data.

2. Probabilitas Penerapan *Corporate Digital Responsibility* sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Etis pada Penerapan Teknologi Digital dalam Bisnis Perusahaan

Artikel ini mendefinisikan pertanggungjawaban etis terhadap penggunaan teknologi digital pada bisnis perusahaan sebagai CDR. CDR merupakan turunan dari CSR yang secara khusus menangani isu digital. Secara garis besar CSR dan CDR memiliki tujuan yang sama dengan fokusnya terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial. Namun perbedaannya adalah pada bentuk dari tanggung jawab yang diberikan dari kedua konsep tata kelola manajemen tersebut. Di mana tanggung jawab pada konsep CSR berbentuk ‘fisik’ artinya karena CSR muncul akibat dari aktivitas sebuah perusahaan yang secara tidak langsung memberikan dampak terhadap masyarakat sekitar, sehingga tanggung jawab yang diberikan akan bersinggungan secara langsung dengan masyarakat sekitar. Sementara CDR merupakan perluasan dari CSR yang baru dan muncul sebagai akibat dari digitalisasi yang terjadi pada perusahaan-perusahaan saat ini. Di mana perusahaan mulai melakukan aktivitasnya mulai dari produksi hingga distribusi secara digital, sehingga perlu adanya tanggung jawab dari perusahaan akan digitalisasi yang

terjadi. Bentuk tanggung jawab perusahaan berbentuk ‘digital’ kepada masyarakat, misalnya perlindungan data konsumen.

CDR memberikan panduan kepada organisasi bagaimana menangani potensi dampak negatif dan bagaimana memanfaatkan peluang digitalisasi. CDR menempatkan, antara lain, upaya privasi dan keamanan data dalam konteks yang lebih luas untuk memberikan pendekatan yang lebih holistik terhadap tanggung jawab perusahaan dan untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap aktivitas perusahaan di dunia digital (Mueller, 2022). Terkait probabilitas penerapan CDR, artikel ini memberikan dua pilihan penerapan CDR. Pertama, menjadikan CDR sebagai subjek baru yang dijadikan satu dalam CSR. Kedua, pemisahan CDR dan CSR konvensional/tradisional.

CDR sebagai Subjek Baru dari CSR

Pilihan pertama, pertanggungjawaban etis terhadap penggunaan teknologi digital pada bisnis perusahaan dijadikan sebagai subjek baru yang dijadikan satu dalam CSR konvensional/tradisional. Konteks digital tidak dapat dipisahkan dari konteks tradisional karena organisasi dan orang-orang yang membentuk masyarakat telah mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari kehidupan mereka. Saat ini, tidak ada aspek sehari-hari yang lepas dari intervensi teknologi. Oleh karena itu, usulan bentuk tanggung jawab baru yang dibatasi hanya pada konteks teknologi akan menyisakan kekosongan sehubungan dengan total aktivitas yang dilakukan oleh manusia dan organisasi. Namun, meski teknologi menjadi saluran dan instrumennya, kegiatan sosial tidak hanya terfokus pada faktor teknologi saja.

Pengambilan keputusan bersifat otonom seperti penggunaan AI atau dilakukan oleh seseorang berdasarkan informasi, memengaruhi secara langsung atau secara langsung orang dan aktor lain. Faktor ini saja yang membenarkan integrasi pertanggungjawaban etis terhadap penggunaan teknologi digital pada bisnis perusahaan sebagai komponen tambahan dari CSR konvensional/tradisional, bukan sebagai usulan yang menggantikan. Inilah yang diusulkan agar CDR menjadi subjek atau ruang lingkup penerapan baru untuk CSR konvensional/tradisional (Londoño-Cardozo & Paz, 2021). Penerapannya harus bersifat transversal dan mempertimbangkan faktor-faktor teknologi, kelompok-kelompok kepentingan baru, dan tokoh-tokoh sosial, korporasi, dan tenaga kerja baru yang muncul.

CSR dan CDR berkorelasi dan keduanya merupakan bagian dari tanggung jawab Etis Perusahaan, namun penelitian dan praktik harus fokus secara terpisah pada CDR untuk mengatasi risiko dan tantangan spesifik dari penggunaan teknologi digital dalam bisnis

perusahaan (Napoli, 2023). CSR menggambarkan tanggung jawab perusahaan untuk menyelaraskan diri dengan harapan, tujuan, dan nilai-nilai yang dimiliki masyarakat dan pemangku kepentingan. Menurut CSR, perusahaan harus mempertimbangkan konsekuensi ekonomi, sosial, dan ekologi dari tindakan mereka (Herden dkk., 2021), dan memberikan peningkatan kualitas hidup dengan mengambil tanggung jawab sosial.

Meskipun perusahaan harus mengikuti kewajiban hukum (misalnya peraturan, undang-undang) ketika menawarkan produk atau layanan, CSR bermaksud menyelaraskan perilaku mereka dengan perilaku yang bertanggung jawab secara etis sesuai dengan apa yang benar, adil dan adil, bahkan ketika mereka tidak diwajibkan oleh perusahaan (Girrbach, 2021). Oleh karena itu, kesukarelaan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial para pemangku kepentingan yang terkena dampak kegiatan ekonomi perusahaan merupakan inti dari CSR (Liyanaarachchi dkk., 2021).

Kegiatan CSR juga dapat mendukung kepentingan perusahaan (Risi dkk., 2023), dan berlaku untuk semua ukuran, industri, dan jenis perusahaan. Derajat dan jenis penerapan CSR bervariasi dan bergantung pada pengaruh, misalnya pemangku kepentingan, peraturan, atau standar yang berlaku. Pada tahun 2010, *International Organization for Standardization (ISO)* menerbitkan standar ISO 26000 Panduan Tanggung Jawab Sosial. Meskipun tidak dapat disertifikasi, standar ini harus berfungsi sebagai pedoman bagi organisasi untuk bertindak sesuai dengan tujuan tanggung jawab sosial dan berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Pedoman ini berlaku untuk semua jenis organisasi.

Menurut ISO 26000, tanggung jawab sosial harus menjadi bagian integral dari strategi inti perusahaan. Atribut utama dari tanggung jawab sosial adalah inisiatif organisasi untuk mengintegrasikan pertimbangan sosial dan lingkungan ke dalam proses pengambilan keputusannya dan bertanggung jawab atas dampak keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, organisasi harus mengidentifikasi pemangku kepentingan, dan mempertimbangkan kepentingan dan harapan mereka.

Standar CSR bertujuan untuk mendorong organisasi agar lebih dari sekedar mematuhi hukum, menjadikannya sebagai tugas mendasar organisasi mana pun dan bagian penting dari tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, ISO 26000 menuntut perilaku transparan dan etis yang berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Singkatnya, perusahaan harus mengintegrasikan CSR ke seluruh organisasi, hubungan mereka, dan memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan.

CDR yang Dipisahkan dari CSR

Opsi kedua, yakni pemisahan CDR dari CSR beranjak dari penemuan (Lobschat dkk., 2021). Lobschat menilai pemisahan tersebut menjadi tiga elemen. Pertama, perkembangan teknologi disajikan secara eksponensial; Kedua, masalah etika harus memahami kelenturan teknologi digital; dan Ketiga kebutuhan untuk mengatasi permasalahan ini disebabkan oleh kehadiran teknologi digital di semua aspek kehidupan manusia dan organisasi.

Dalam kasus elemen pertama, kecepatan perkembangan teknologi harus diperhitungkan, dan kemungkinan munculnya teknologi yang lebih disruptif harus diantisipasi. Pada elemen kedua, penting untuk mengidentifikasi bahwa teknologi digital dapat dibentuk untuk berbagai kegunaan (Richter & Riemer, 2013). Oleh karena itu, niat pembuatannya dapat dimodifikasi dan memungkinkan munculnya fenomena seperti berita palsu, manipulasi informasi, mata-mata pengguna, dan banyak lainnya (Trebble-Greening, 2019). Elemen ketiga, terdapat bukti ketidakmungkinan melaksanakan aktivitas sehari-hari dalam organisasi tanpa ketergantungan teknologi langsung atau tidak langsung.

Artikel ini menekankan pada pemisahan CSR dan CDR. Artikel ini beranggapan bahwa CDR merupakan konsep independen yang melengkapi prinsip-prinsip CSR dengan mengatasi tantangan dan kekhasan dunia digital (Lobschat dkk., 2021). Untuk mencapai tujuan ini, CDR menempatkan risiko terkait teknologi digital, misalnya masalah privasi dan keamanan data, dalam konteks yang lebih luas untuk memberikan pendekatan yang lebih holistik terhadap tanggung jawab perusahaan dan untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap aktivitas perusahaan di dunia digital. Meskipun terdapat peningkatan upaya penelitian mengenai CDR dan konseptualisasinya (Herden dkk., 2021), sepanjang pengetahuan kami, belum ada penelitian sebelumnya yang mengevaluasi penerapan panduan CSR yang telah ditetapkan dalam konteks CDR.

Titik fokus yang paling penting pada CDR adalah bagaimana perusahaan mampu secara etis mengelola privasi dan keamanan data. Privasi data mencakup kemampuan konsumen untuk mengontrol data mereka, sedangkan keamanan data menyiratkan perlindungan data terhadap kemungkinan risiko (Girrbach, 2021). Oleh karena itu, konsep CDR memupuk perlindungan privasi dan keamanan data melebihi peraturan yang bersifat sukarela. Penanganan data yang bertanggung jawab dalam hal pengumpulan dan penggunaan data membentuk sub-dimensi privasi. Standar CDR mengakui semakin pentingnya data pribadi sebagai sumber daya untuk produk dan layanan digital dalam konteks basis data yang lebih besar dan teknologi komunikasi

digital (Putra & Taufiqurrohman, 2022). Hal ini memerlukan persetujuan konsumen pada saat pengumpulan data.

Standar CDR mencakup privasi data. Namun demikian, diperlukan perubahan besar untuk mencakup topik ini dalam konteks digital. CDR harus mendapat konotasi yang lebih luas yang melampaui pemahaman CSR. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan wawasan terperinci mengenai cakupan masing-masing delapan dimensi CDR dan evaluasi penerapannya secara keseluruhan, penelitian ini menyarankan pengembangan standar CDR mampu yang mengatasi kekhasan dan tantangan unik dunia digital.

CDR sebagai Tanggungjawab Etis Perusahaan: Perlunya Penelitian Lanjutan

Meskipun telah berupaya semaksimal mungkin, artikel ini bukannya tanpa keterbatasan. Diperlukan fokus penelitian di masa depan pada interaksi perusahaan dengan satu kelompok pemangku kepentingan tertentu. Meski demikian, CDR menyasar beberapa kelompok pemangku kepentingan seperti karyawan atau masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, artikel ini mencoba memotivasi penelitian di masa depan untuk mengatasi kesenjangan ini dan menilai penerapan standar saat ini pada aspek-aspek CDR. Keterbatasan ini sekali lagi menyoroti perlunya konsensus mengenai nomenklatur dan ruang lingkup CDR. Terlepas dari kekurangannya, artikel ini merupakan langkah awal menuju standardisasi CDR dan dengan demikian mendukung pembentukan konsep tersebut dalam praktik.

D. Simpulan

Konsensus mengenai tanggung jawab sosial sebenarnya diatur tersebar berbagai peraturan perundang-undangan sektoral. Seperti di dalam UU 40/2007 dan PP 47/2012. CSR yang diatur di dalam peraturan perundang-undangan sektoral tersebut bersifat konvensional/tradisional, sehingga belum adaptif dengan perkembangan teknologi dan digital. Hal ini dikarenakan CSR pada peraturan perundang-undangan sektoral tersebut hanya memberi kewajiban sebatas terhadap lingkungan, sumber daya alam, dan masyarakat setempat agar sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat.

Artikel ini mendefinisikan pertanggungjawaban etis terhadap penggunaan teknologi digital pada bisnis perusahaan sebagai CDR. CDR merupakan turunan dari CSR yang secara khusus menangani isu digital. Terkait probabilitas penerapan CDR, artikel ini memberikan dua pilihan penerapan CDR. Pertama, menjadikan CDR sebagai subjek baru yang dijadikan satu dalam CSR. Kedua, pemisahan CDR dan CSR konvensional/tradisional. Terhadap pilihan

menjadikan CDR menjadi satu kesatuan dengan CSR didasarkan oleh argumen bahwa konteks digital tidak dapat dipisahkan dari konteks tradisional. Hal ini disebabkan oleh karena organisasi dan orang-orang yang membentuk masyarakat telah mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari kehidupan mereka. Saat ini, tidak ada aspek sehari-hari yang lepas dari intervensi teknologi. Opsi kedua, yakni pemisahan CDR dari CSR beranjak dari tiga elemen alasan. Pertama, perkembangan teknologi disajikan secara eksponensial; kedua, masalah etika harus memahami kelenturan teknologi digital; dan ketiga kebutuhan untuk mengatasi permasalahan ini disebabkan oleh kehadiran teknologi digital di semua aspek kehidupan manusia dan organisasi.

Artikel ini menyarankan agar dilakukan penelitian di masa depan yang memfokuskan pada interaksi perusahaan dengan satu kelompok pemangku kepentingan tertentu. Lebih lanjut, artikel menyarankan agar penelitian di masa depan mampu untuk meneliti mengenai penerapan standar saat ini pada aspek-aspek CDR. Diperlukan penelitian lanjutan juga mengenai konsensus nomenklatur dan ruang lingkup CDR.

E. Daftar Pustaka

Buku

- Carl, K. V., Zilcher, T., & Hinz, O. (2022). Corporate Digital Responsibility and the current Corporate Social Responsibility standard: An analysis of applicability. Open Identity Summit 2022.
- Efendi, A., Susanti, D. O., & Tektona, R. I. (2019). Penelitian Hukum Doktrinal. Yogyakarta: LaksBang Justitia.

Jurnal

- Baumann, A., Haupt, J., Gebert, F., & Lessmann, S. (2019). The price of privacy: An evaluation of the economic value of collecting clickstream data. *Business & Information Systems Engineering*, 61, 413-431.
- Faujura, R. P., Gultom, E., & Sudjana, S. (2021). The Monopoly Practice and Unfair Business Competition in the Technology Transfer Activity Through the Foreign Patent in Indonesia. *UUM Journal of Legal Studies*, 12(1), 69–91.
- Girrbach, P. (2021). Corporate Responsibility in the Context of Digitalization. *Tehnički Glasnik*, 15(3), 422–428.
- Jayus; Ulum, Muhammad Bahrul; Taufiqurrohman, Moch. Marsa. (2020). Examining Recall

- of the House Member: How Does It Impact on Eradicating Corruption in Indonesia?.
Lentera Hukum, 7, 101.
- Kurniawan, F., Taufiqurrohman, M. M., & Nugraha, X. (2022). Legal Protection of Trade Secrets over the Potential Disposal of Trade Secrets Under the Re-Engineering Precautions. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 16(2), 267-282.
- Liyanaarachchi, G., Deshpande, S., & Weaven, S. (2021). Market-oriented corporate digital responsibility to manage data vulnerability in online banking. *International Journal of Bank Marketing*, 39(4), 571–591.
- Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., Kroschke, M., & Wirtz, J. (2021a). Corporate digital responsibility. *Journal of Business Research*, 122, 875–888.
- Mueller, B. (2022). Corporate Digital Responsibility. *Business & Information Systems Engineering*, 64(5), 689–700.
- Napoli, F. (2023). Corporate Digital Responsibility: A Board of Directors May Encourage the Environmentally Responsible Use of Digital Technology and Data: Empirical Evidence from Italian Publicly Listed Companies. *Sustainability*, 15(3), 2539.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2022). From ESG to DESG: The Impact of DESG (Digital Environmental, Social, and Governance) on Customer Attitudes and Brand Equity. *Sustainability*, 14(17).
- Putra, R., & Taufiqurrahman, M. M. (2022). Governing The Ombudsman As An Independent State Institution In The Constitution: An Attempt To Strengthen Public Service Supervision In Indonesia. *Aldaulah Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan*, 11(1).
- Risi, D., Vigneau, L., Bohn, S., & Wickert, C. (2023). Institutional theory-based research on corporate social responsibility: Bringing values back in. *International Journal of Management Reviews*, 25(1), 3–23.
- Setiawan, P. J., Nugraha, X., & Taufiqurrohman, M. M. (2020). Penggunaan Daluwarsa sebagai Dasar Gugatan Praperadilan di Indonesia: Antara Formil atau Materiil. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, 145-161.
- Suarda, I., Widhiana, G., & Taufiqurrohman, M. (2021). Limiting the Legality of Determining Suspects in Indonesia Pre-Trial System. *Indon. L. Rev.*, 11, 137.
- Taufiqurrohman, M. M. (2022). Adopting Osman Warning In Indonesia: An Effort To Protect Potential Victims Of Crime Target. *Jurnal Hukum Dan Peradilan*, 11(3), 477-498.
- Taufiqurrohman, M.M. (2020). Koalisi Partai Politik Dan Implikasinya Terhadap Sistem Presidensial Multipartai Di Indonesia. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 9(1), 131-

148.

- Taufiqurrohman, M. M. (2021). Meninjau Penerapan Ambang Batas Pemilihan pada Sistem Pemilihan Umum Proporsional di Indonesia. *POLITIKA*, 12(1), 129.
- Taufiqurrohman, M. M. (2020). Model Konsultasi Digital Dalam Membantu Tim Pengawal, Pengamanan Pemerintahan Dan Pembangunan Daerah (TP4D) Guna Mewujudkan Kejaksanaan Yang Profesional, Komunikatif, Dan Akuntabel. *Jurnal Media Komunikasi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 2(2), 267-276.
- Taufiqurrohman, M. M., & Bahar, M. G. F. (2023). Problematik Kedudukan, Kepastian, dan Penegakan Hukum Regulasi FIFA di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 20(3), 14-25.
- Taufiqurrohman, M. M., & Jayanti, D. R. (2022). Farmers' Regeneration Policy in the Context of Food Security: An Effort and Guarantee for the Protection of the Rights to the Food. *Jurnal HAM*, 13(1), 29-44.
- Taufiqurrohman, M. M., & Fahri, M. T. Farmer Regeneration Policy against Food Security: A Thing Left Unnoticed. *Agricultural Law Issues in Multicultural Societies*, 113.
- Taufiqurrohman, M. M., Jayus, J., & Efendi, A. (2022). Integrasi Sistem Peradilan Pemilihan Umum melalui Pembentukan Mahkamah Pemilihan Umum. *Jurnal Konstitusi*, 18(3), 562-584.
- Taufiqurrohman, M. M., Fahri, M. T., Wijaya, R. K., & Wiranata, I. G. P. (2021). Meninjau Perang Siber: Dapatkah Konvensi-Konvensi Hukum Humaniter Internasional Meninjau Fenomena Ini? *Jurnal Kawruh Abiyasa*, 1(2), 145-165.
- Taufiqurrohman, M. M., Fahri, M. T., Wijaya, R. K., & Wiranata, I. G. P. (2021). The Use of Necessitas Non Habet Legem and Wederspanningheid in Law Enforcement for Covid-19 Vaccination in Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(4), 473-488.
- Taufiqurrohman, M. M., Priambudi, Z., & Octavia, A. N. (2021). Mengatur Petisi Di Dalam Peraturan Perundang-Undangan: Upaya Penguatan Posisi Masyarakat Terhadap Negara Dalam Kerangka Perlindungan Kebebasan Berpendapat. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(1), 1.
- Treble-Greening, J. (2019). Raising The Stakes: Creating An International Sanction To Generate Corporate Compliance With Data Privacy Laws. 2019(2).
- Yokoi, T., Obwegeser, N., & Beretta, M. (2021). How digital inclusion can help solve grand challenges. *MIT Sloan Management Review*, 62(4), 1-5.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
Perseroan Terbatas