



## Eksplorasi Keterkaitan Antara Budaya Organisasi dan CSR : Pendekatan Bibliometrik

Adli Dzil Ikram <sup>1</sup>, Masiyah Kholmi <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No.246, Babatan, Tegalondo, Kec.Lowokwaru,  
Kota Malang, Jawa Timur 65144

Korespondensi penulis: [adlidzilikram11@gmail.com](mailto:adlidzilikram11@gmail.com)

**Abstract** This research aims to explore the relationship between organizational culture and Corporate Social Responsibility (CSR) through a bibliometric approach. Organizational culture and CSR are two important concepts that can mutually influence and impact a company's overall performance. By employing bibliometric analysis, this study identifies and analyzes relevant literature from various academic databases to understand research trends, collaboration patterns, and main topics in this field. The analysis results indicate a significant relationship between strong organizational culture and effective CSR implementation. Organizational cultures that support ethical values, sustainability, and social responsibility tend to encourage better CSR practices. These findings are expected to provide new insights for researchers and practitioners in developing organizational strategies that integrate corporate culture with CSR initiatives to enhance corporate performance and reputation.

**Keywords:** Bibliometric Approach, Corporate Social Responsibility, Organizational Culture

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana budaya organisasi berinteraksi dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) menggunakan metode bibliometrik. Budaya organisasi dan CSR adalah dua konsep kunci yang saling memengaruhi dan berdampak pada keseluruhan kinerja perusahaan. Melalui analisis bibliometrik, penelitian ini mengidentifikasi serta menganalisis literatur yang relevan dari berbagai sumber data akademik untuk memahami tren penelitian, pola kerjasama, dan topik utama dalam domain ini. Hasil analisis menunjukkan hubungan yang signifikan antara budaya organisasi yang kuat dan penerapan CSR yang efektif. Budaya organisasi yang mendorong nilai-nilai etis, keberlanjutan, dan kepedulian sosial cenderung mendukung praktik CSR yang lebih baik. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru kepada peneliti dan praktisi dalam merancang strategi organisasi yang mengintegrasikan budaya perusahaan dengan inisiatif CSR untuk meningkatkan kinerja dan reputasi perusahaan.

**Kata kunci:** Budaya Organisasi, Corporate Social Responsibility, Penelitian Bibliometrik

### LATAR BELAKANG

Budaya Organisasi dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah dua konsep yang menjadi sorotan utama dalam penelitian manajemen kontemporer. (Wahyudin, 2022). Budaya organisasi merujuk pada nilai-nilai, norma, dan perilaku yang mendefinisikan identitas dan karakteristik suatu perusahaan, sementara CSR mengacu pada kewajiban moral dan etika perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya (Wang et al., 2020). Keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR telah menjadi topik yang semakin menarik minat para peneliti dalam upaya untuk memahami bagaimana nilai-nilai dan norma dalam budaya organisasi dapat memengaruhi kebijakan dan praktik CSR sebuah perusahaan (Alizadeh, 2022).

Penelitian tentang keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR bisa memberikan pandangan yang berharga bagi praktisi dan manajer untuk merancang strategi CSR yang lebih efisien. Dengan menggunakan metode bibliometrik, kita bisa mengenali tren, pola, dan fokus penelitian yang ada dalam literatur ilmiah terkait topik ini. Analisis bibliometrik memungkinkan untuk melihat perkembangan dan evolusi konsep ini dari waktu ke waktu, serta mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang masih perlu dijelajahi lebih lanjut.

Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian mengenai keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR telah menunjukkan peningkatan signifikan. Namun, masih ada kekurangan dalam pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana budaya organisasi secara spesifik memengaruhi kebijakan CSR, dan sebaliknya. Oleh karena itu, penelitian tambahan diperlukan untuk mendalami dinamika hubungan antara kedua konsep tersebut secara lebih menyeluruh.

Tujuannya yaitu mengkaji literatur yang ada tentang keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR menggunakan pendekatan bibliometrik. Dengan melihat tren publikasi, keterkaitan antara konsep-konsep tersebut, dan kontribusi penelitian terbaru, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana hubungan antara budaya organisasi serta CSR yang telah dipelajari dan dipahami dalam literatur ilmiah (Setiawan et al., 2021).

Dengan memahami keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR melalui pendekatan bibliometrik, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih jelas tentang arah dan perkembangan penelitian di masa depan serta memberikan panduan bagi praktisi dalam merancang strategi CSR yang lebih sesuai dengan nilai dan budaya perusahaan..

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Budaya Organisasi**

Budaya organisasi adalah kumpulan nilai-nilai, keyakinan, dan norma yang diterima secara bersama oleh anggota suatu organisasi. Schein (1985) mengidentifikasi budaya organisasi sebagai "pola asumsi dasar bersama yang dipelajari oleh kelompok saat menyelesaikan masalah adaptasi eksternal dan integrasi internalnya." Budaya ini mempengaruhi perilaku individu dan kelompok dalam organisasi serta bagaimana organisasi tersebut berinteraksi dengan lingkungannya.

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

CSR mengacu pada kewajiban perusahaan untuk ikut serta dalam pembangunan yang berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada semua pihak yang terlibat. Menurut Carroll (1991), CSR dapat dipahami melalui piramida tanggung jawab yang mencakup tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. CSR mencakup praktik-praktik seperti keberlanjutan lingkungan, kepatuhan hukum, kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, dan etika bisnis.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan bibliometrik. Metode bibliometrik ini melibatkan analisis kuantitatif tentang literatur ilmiah yang relevan untuk topik artikel ini (Sheehy & Farneti, 2021). Metode bibliometrik akan digunakan untuk melakukan analisis terhadap berbagai artikel ilmiah yang telah dipublikasikan dalam bidang ini. Ini melibatkan software VOSviewer, Publish or Perish, statistika, dan teknik analisis data untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara Ragam konsep dan teori yang terkait dengan budaya organisasi (Meseguer-Sánchez et al., 2021).

Penelitian bibliometrik adalah bentuk analisis kuantitatif yang digunakan untuk meneliti literatur ilmiah (Diez-Cañamero et al., 2020). Fokusnya adalah memahami tren, pola, dan karakteristik dalam produksi karya ilmiah, seperti siapa penulisnya, di mana mereka dipublikasikan, dan bagaimana karya tersebut dikutip (Ashrafi et al., 2020). Melalui pendekatan ini, para peneliti dapat mengeksplorasi perkembangan dalam bidang ilmu tertentu, mengidentifikasi topik yang sedang populer, dan mengevaluasi dampak penelitian serta kebijakan ilmiah.

Penelitian bibliometrik merupakan cabang dari ilmu bibliometrika yang menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis literatur atau karya ilmiah (Liang & Renneboog, 2020). Tujuan utamanya adalah untuk memahami karakteristik, pola, dan tren dalam produksi ilmiah, serta hubungan antar berbagai elemen seperti penulis, jurnal, topik, dan institusi.

Berikut ini adalah beberapa poin umum tentang penelitian bibliometrik:

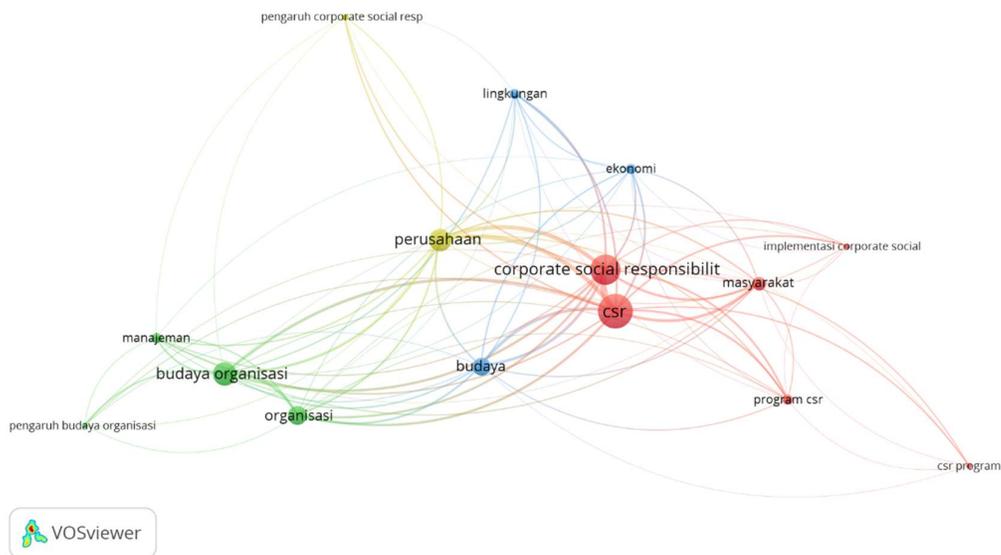
1. Analisis Publikasi: Penelitian bibliometrik sering kali melibatkan analisis jumlah publikasi ilmiah dalam bidang tertentu selama periode waktu tertentu. Ini dapat memberikan wawasan tentang aktivitas penelitian di suatu bidang.

2. Pola Penulisan dan Penyebaran: Penelitian bibliometrik juga mencakup analisis pola penulisan, seperti jumlah penulis per artikel, negara atau institusi asal penulis, dan penyebaran geografis publikasi.
3. Peringkat Jurnal: Para peneliti sering menggunakan penelitian bibliometrik untuk mengevaluasi dan memeringkat jurnal ilmiah berdasarkan faktor dampak atau jumlah kutipan yang diterima oleh artikel yang dipublikasikan di dalamnya.
4. Analisis Kutipan: Salah satu aspek kunci dari penelitian bibliometrik adalah analisis kutipan, di mana kutipan dari sebuah karya dihitung dan dianalisis untuk melihat seberapa berpengaruh atau relevan karya tersebut dalam bidang ilmu tertentu.
5. Identifikasi Tren: Melalui penelitian bibliometrik, peneliti dapat mengidentifikasi tren penelitian, topik yang sedang populer, dan perubahan paradigma dalam suatu bidang ilmu.
6. Jaringan Kolaborasi: Penelitian bibliometrik juga membantu dalam memahami jaringan kolaborasi antara peneliti, institusi, dan negara dalam suatu bidang ilmu.
7. Pengembangan Metode: Selain itu, penelitian bibliometrik juga berkontribusi pada pengembangan metode analisis baru untuk mengatasi tantangan yang muncul dalam menganalisis literatur ilmiah yang semakin berkembang pesat.
8. Evaluasi Kebijakan: Penelitian bibliometrik juga dapat digunakan untuk mengevaluasi dampak kebijakan, investasi penelitian, dan inisiatif sains tertentu.

Penelitian bibliometrik sangat penting dalam mendukung pengambilan keputusan ilmiah, pemetaan literatur, serta pemahaman tentang dinamika dan evolusi dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan (Tamvada, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis VOSviewer



Dalam gambar VOSviewer : Budaya Organisasi dan CSR terdapat beberapa topik yang berhubungan dengan budaya organisasi dan corporate social responsibility. Bisa dilihat gambar VOSviewer diatas topik yang mendominasi atau yang paling dominan yaitu *corporate social responsibility* dan *csr* yang dimana dua topik ini berada di lingkaran merah yang besar dan memiliki banyak cabang topik di dalamnya.

*Corporate Social Responsibility* CSR adalah gagasan di mana perusahaan memasukkan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam aktivitas dan keterlibatan bisnis mereka dengan berbagai kelompok yang terkait, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat, dan ekosistem (Darmawan, 2022). CSR mencakup berbagai kegiatan seperti memberikan sumbangan kepada amal, mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan, mendukung pendidikan atau lingkungan, dan berpartisipasi dalam upaya sosial atau kemanusiaan (A et al., 2022).

Korelasi antara Budaya Organisasi dan CSR adalah bahwa Budaya Organisasi yang kuat dan positif dapat menjadi landasan bagi implementasi CSR yang efektif. Budaya Organisasi merujuk pada sekumpulan nilai, keyakinan, dan norma yang membentuk dinamika dan interaksi di dalam perusahaan (Astuti, 2022). Ketika nilai-nilai ini sejalan dengan prinsip-prinsip CSR, maka perusahaan cenderung untuk lebih terlibat dalam praktik CSR yang bertanggung jawab.

Berikut adalah beberapa poin yang menjelaskan hubungan antara Budaya Organisasi dan CSR:

1. Nilai dan Etika Perusahaan: Budaya organisasi yang mencerminkan nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial akan mendukung praktik CSR yang konsisten dengan nilai-nilai tersebut (Kuswati, 2023). Misalnya, jika perusahaan menekankan pentingnya integritas, maka mereka mungkin lebih cenderung untuk menghindari praktik-praktik bisnis yang merugikan lingkungan atau masyarakat.
2. Komitmen terhadap Karyawan: Budaya organisasi yang peduli terhadap karyawan akan memperhatikan kesejahteraan mereka dan mencari cara untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Peny, 2023). Ini bisa mencakup menyediakan lingkungan kerja yang aman dan sehat, peluang pengembangan karir, dan program kesejahteraan karyawan. Ketika karyawan merasa dihargai dan didukung, mereka mungkin lebih termotivasi untuk berkontribusi pada inisiatif CSR perusahaan.
3. Keterlibatan Masyarakat: Budaya organisasi yang inklusif dan proaktif mendorong keterlibatan dengan masyarakat di sekitarnya (Mertayasa & Wijaya, 2023). Perusahaan dengan budaya seperti ini cenderung untuk berkolaborasi dengan komunitas lokal dalam proyek-proyek CSR seperti program-program pendidikan, kesehatan, atau pengembangan ekonomi masyarakat setempat.
4. Transparansi dan Akuntabilitas: Budaya organisasi yang transparan dan akuntabel akan menciptakan lingkungan di mana praktik CSR dapat dievaluasi dan dipertanggungjawabkan (Peny et al., 2023). Perusahaan yang berkomitmen untuk mengungkapkan informasi terkait CSR secara terbuka cenderung memiliki budaya yang mendukung akuntabilitas dan keterbukaan.

Dengan demikian, Budaya Organisasi yang kuat dan sesuai dengan prinsip-prinsip CSR dapat menjadi faktor kunci dalam menentukan sejauh mana sebuah perusahaan berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Tabel Klaster CSV Budaya Organisasi dan CSR

Klaster	Items	Total Link	Occurrence
1	Corporate Social Responsibility	14	350
	Csr	14	441
	Csr Program	6	15
	Corporate Social Responsibility	8	15
	Masyarakat	13	71

	Program Csr	11	43
2	Budaya Organisasi	13	210
	Manajemen	10	38
	Organisasi	12	133
	Pengaruh Budaya Organisasi	7	16
3	Budaya	12	124
	Ekonomi	11	39
	Lingkungan	10	41
4	Pengaruh Corporate Social Responsibility	7	19
	Perusahaan	14	186

Bisa dilihat dari tabel CSV diatas bahwa terdapat 4 klaster yang dimana tiap klaster terdiri dari 2 atau 3 materi yang menjelaskan tentang Budaya Organisasi dan CSR.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah ide dimana perusahaan bertanggung jawab atas implikasi sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional mereka, sambil berusaha memberikan manfaat positif kepada masyarakat (Popkova et al., 2021). Keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR sangat erat, di mana budaya organisasi yang kuat dan mendukung dapat memperkuat implementasi CSR dalam perusahaan.

Budaya organisasi melibatkan nilai-nilai, keyakinan, dan norma yang dipertahankan oleh anggota organisasi (He & Harris, 2020). Apabila perusahaan mengadopsi budaya yang menonjolkan prinsip etika, tanggung jawab, dan perhatian terhadap sosial, maka CSR akan menjadi elemen yang tak terpisahkan dari rencana bisnis mereka (Singh & Misra, 2021). Kepemimpinan yang berkomitmen terhadap CSR dapat menginspirasi karyawan untuk terlibat lebih aktif dalam program-program sosial dan lingkungan (Zhou et al., 2021).

Komunikasi yang terbuka dan transparan dalam organisasi membantu semua anggota memahami pentingnya CSR dan bagaimana mereka bisa berkontribusi (W et al., 2021). Selain itu, budaya yang mendorong inovasi dan kreativitas memungkinkan perusahaan menemukan cara-cara baru untuk mengatasi tantangan sosial dan lingkungan, seperti mengembangkan produk ramah lingkungan atau inisiatif komunitas yang efektif (Praditya, 2022).

Keterlibatan karyawan juga menjadi faktor kunci. Budaya yang menekankan partisipasi karyawan akan meningkatkan efektivitas CSR, karena karyawan yang merasa terlibat dan dihargai lebih mungkin untuk mendukung tujuan sosial perusahaan (Febriani

& Ramli, 2023). Fleksibilitas budaya organisasi juga penting, karena memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan sosial dan lingkungan (Alfian & Susanti, 2023).

Singkatnya, keberhasilan CSR sangat bergantung pada budaya organisasi. Perusahaan yang secara sadar membangun budaya yang mendukung nilai-nilai etika, inovasi, keterlibatan, dan adaptabilitas akan lebih mampu menjalankan CSR secara efektif dan berkelanjutan, Menyebabkan manfaat yang positif yang terlihat bagi masyarakat dan lingkungan.

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perusahaan adalah upaya untuk memastikan bisnis tidak hanya beroperasi demi keuntungan, Namun memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan (Qiu et al., 2021). Proses ini dimulai dengan komitmen kuat dari manajemen puncak yang menetapkan visi dan misi terkait tanggung jawab sosial (Popkova et al., 2021). CSR kemudian diintegrasikan ke dalam strategi bisnis perusahaan, memastikan setiap keputusan bisnis mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan (Alizadeh, 2022).

Program dan inisiatif CSR dirancang untuk menangani isu-isu spesifik seperti pengurangan jejak karbon, kegiatan sukarelawan, dan pemberdayaan komunitas lokal (Setiawan et al., 2021). Pelibatan pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, dan komunitas lokal sangat penting untuk memastikan program CSR relevan dan bermanfaat (Sheehy & Farneti, 2021). Selain itu, perusahaan harus mengukur dan melaporkan kinerja CSR secara transparan untuk menilai efektivitasnya (Meseguer-Sánchez et al., 2021).

Budaya organisasi berperan besar dalam keberhasilan implementasi CSR (Wahyudin, 2022). Nilai dan norma perusahaan yang mendukung etika dan tanggung jawab sosial akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi program CSR (Xin et al., 2022). Pemimpin perusahaan yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial dapat menginspirasi seluruh organisasi, mendorong keterlibatan karyawan, dan memastikan komunikasi internal yang efektif (Wang et al., 2020).

Budaya organisasi yang mendorong inovasi dan adaptasi juga penting untuk mengembangkan program CSR yang kreatif dan responsif terhadap perubahan kebutuhan (Velte, 2022). Dengan demikian, sinergi antara budaya organisasi dan CSR dapat memperkuat kedua elemen ini, menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi perusahaan, karyawan, dan masyarakat luas.

Budaya organisasi merangkum nilai-nilai, standar, keyakinan, dan tindakan yang diterima dan dilaksanakan oleh individu dalam suatu organisasi. Ini melibatkan cara individu bekerja, berkolaborasi, dan menyesuaikan diri dalam lingkungan kerja mereka (Mahmud et al., 2021). Ketika berbicara tentang eksplorasi keterkaitan antara budaya organisasi dan Corporate Social Responsibility (CSR), kita melihat bagaimana Nilai-nilai dan norma-norma dalam budaya organisasi bisa memengaruhi tingkat komitmen dan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Budaya organisasi yang berorientasi pada tanggung jawab sosial seringkali menekankan pentingnya kontribusi positif terhadap masyarakat, lingkungan, dan stakeholder lainnya (Diez-Cañamero et al., 2020). Ini dapat tercermin dalam sikap terbuka, transparansi, dan kesadaran akan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis. Ketika budaya organisasi memprioritaskan kepedulian sosial dan lingkungan, perusahaan cenderung lebih cermat dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip CSR ke dalam keputusan dan operasi mereka.

Sebaliknya, budaya organisasi yang kurang peduli terhadap tanggung jawab sosial cenderung fokus pada pencapaian tujuan finansial semata. Hal ini bisa mengarah pada perilaku yang lebih mengabaikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan dalam upaya mencapai keuntungan. Namun, bukan berarti perusahaan dengan budaya semacam ini tidak dapat mengadopsi CSR; namun, mereka mungkin memerlukan perubahan budaya yang lebih mendalam untuk melakukan hal itu secara efektif.

Dengan demikian, eksplorasi keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR menyoroti pentingnya budaya yang mendukung nilai-nilai keberlanjutan, kepedulian sosial, dan transparansi untuk mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Ini menekankan betapa pentingnya keselarasan antara budaya organisasi dan tujuan-tujuan CSR untuk mencapai dampak yang positif dalam masyarakat dan lingkungan.

Manajemen yang efektif dalam konteks "Eksplorasi Keterkaitan antara Budaya Organisasi dan CSR" mengharuskan pemahaman yang dalam tentang bagaimana budaya organisasi memengaruhi strategi dan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Ahmad et al., 2022).

Manajemen harus memahami bahwa budaya organisasi bukan hanya sekadar seperangkat nilai dan norma yang dipegang oleh karyawan, tetapi juga mempengaruhi cara perusahaan berinteraksi dengan stakeholder dan masyarakat secara lebih luas

(Ashrafi et al., 2020). Dalam konteks CSR, budaya organisasi yang inklusif, berorientasi pada keberlanjutan, dan bertanggung jawab akan mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip CSR ke dalam semua aspek operasionalnya (Liang & Renneboog, 2020).

Manajemen harus memastikan bahwa budaya organisasi mendukung komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial (Tamvada, 2020). Ini melibatkan komunikasi yang jelas tentang nilai-nilai perusahaan, pelatihan untuk memperkuat pemahaman dan kesadaran tentang CSR, serta insentif yang mendorong perilaku yang bertanggung jawab.

Selain itu, manajemen perlu memastikan bahwa budaya organisasi memfasilitasi kolaborasi internal dan eksternal yang diperlukan untuk mengimplementasikan inisiatif CSR dengan efektif. Hal ini mencakup membangun kemitraan dengan pihak-pihak terkait, seperti pemerintah, organisasi nirlaba, dan komunitas lokal.

Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dalam suatu masyarakat (Kadek Budiantara, 2022). Di dalam ekonomi, konsep-konsep seperti pasar, persaingan, dan keuntungan sangat penting (Wiratama et al., 2022). Namun, dalam konteks bisnis modern, ada aspek lain yang semakin diperhatikan, yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan budaya organisasi.

CSR mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan mereka (Firmansyah & Maria, 2022). Hal ini mencakup berbagai inisiatif, mulai dari mendukung komunitas lokal hingga memperhatikan dampak lingkungan. CSR bukan hanya tentang "memberi kembali" kepada masyarakat, tetapi juga tentang memastikan bahwa bisnis beroperasi secara bertanggung jawab (Madjidu et al., 2022).

Sementara itu, budaya organisasi mencakup nilai-nilai, norma, dan perilaku yang dianut oleh anggota suatu organisasi. Budaya organisasi yang kuat dapat memengaruhi bagaimana perusahaan berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara umum (Avotra et al., 2021). Ini juga dapat memengaruhi keputusan bisnis, termasuk kebijakan CSR.

Hubungan antara ekonomi, budaya organisasi, dan CSR sangat kompleks. Di satu sisi, praktik CSR dapat dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti tekanan pasar dan keuntungan jangka panjang. Di sisi lain, budaya organisasi yang kuat dapat mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan CSR ke dalam nilai inti mereka dan mengambil keputusan yang lebih berkelanjutan.

Jadi, ketika kita mempertimbangkan eksplorasi keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR, kita harus memahami bagaimana faktor-faktor ekonomi memengaruhi keputusan bisnis dan bagaimana budaya organisasi dapat membentuk pendekatan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial. Ini adalah tantangan yang menarik dan penting dalam mengelola bisnis modern secara berkelanjutan.

Dengan memadukan manajemen yang efektif dengan pemahaman yang mendalam tentang keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pelaksanaan inisiatif CSR yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, sambil meningkatkan kinerja jangka panjang perusahaan secara keseluruhan.

Lingkungan adalah salah satu faktor penting yang berpengaruh pada budaya organisasi dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Paruzel et al., 2021). Dalam konteks ini, lingkungan tidak hanya merujuk pada aspek fisik seperti alam dan sumber daya alam, tetapi juga pada lingkungan sosial, politik, dan ekonomi di mana organisasi beroperasi (Putri et al., 2023).

Eksplorasi keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR melibatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana nilai-nilai, norma, dan praktik yang dianut oleh sebuah organisasi mempengaruhi sikap dan perilaku perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya (Widiatmoko, 2020). Lingkungan memainkan peran penting dalam membentuk budaya organisasi ini (Astuti, 2022). Misalnya, dalam lingkungan yang didominasi oleh kesadaran lingkungan dan tuntutan untuk bertanggung jawab secara sosial, organisasi cenderung menginternalisasi nilai-nilai ini ke dalam budaya mereka, mendorong praktik CSR yang lebih kuat.

Sebaliknya, lingkungan yang kurang memperhatikan isu-isu lingkungan dan sosial dapat mendorong budaya organisasi yang lebih fokus pada keuntungan finansial semata, dengan sedikit perhatian terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya (Kuswati, 2023). Dalam konteks ini, penelitian dan analisis tentang keterkaitan antara budaya organisasi dan CSR dapat membantu organisasi memahami bagaimana lingkungan eksternal mereka mempengaruhi internalisasi nilai-nilai CSR, sehingga memungkinkan mereka untuk mengembangkan strategi CSR yang lebih efektif dan sesuai dengan tuntutan lingkungan yang berubah.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian mengenai keterkaitan antara budaya organisasi dan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan pendekatan bibliometrik menunjukkan bahwa budaya organisasi yang kuat dan positif sangat berperan dalam mendorong implementasi CSR. Organisasi yang memiliki nilai-nilai dan norma yang mendukung etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial cenderung lebih aktif dalam kegiatan CSR. Literatur yang ada mengungkapkan bahwa budaya yang baik dapat menjadi pendorong utama dalam mengintegrasikan CSR ke dalam strategi bisnis utama, bukan hanya sebagai inisiatif tambahan. Studi-studi dalam bidang ini telah berkembang pesat, menunjukkan minat yang besar baik dari kalangan akademisi maupun praktisi.

Untuk memaksimalkan keterkaitan positif antara budaya organisasi dan CSR, perusahaan disarankan untuk memperkuat budaya internal mereka melalui pelatihan dan pengembangan kebijakan yang mendukung CSR. Integrasi CSR ke dalam strategi bisnis utama sangat penting agar CSR menjadi bagian integral dari operasi dan budaya organisasi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana berbagai jenis budaya organisasi mempengaruhi implementasi CSR di berbagai industri dan wilayah. Kolaborasi antara akademisi, praktisi bisnis, dan pembuat kebijakan juga penting untuk mengembangkan praktik-praktik terbaik dalam mengintegrasikan CSR dengan budaya organisasi. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan tidak hanya akan meningkatkan reputasi dan kinerja bisnis mereka tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A, N. A., Tajang, A. R., & Taufik, A. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kelurahan Daya Kota Makassar. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 2(1), 286–300. <https://doi.org/10.58191/jomel.v2i1.65>
- Ahmad, N., Ullah, Z., AIDhaen, E., Han, H., Ariza-Montes, A., & Vega-Muñoz, A. (2022). Fostering Advocacy Behavior of Employees: A Corporate Social Responsibility Perspective From the Hospitality Sector. *Frontiers in Psychology*, 13(April). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865021>
- Alfian, & Susanti, R. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Padang. *Jurnal Economina*, 2(2), 3–4.
- Alizadeh, A. (2022). The Drivers and Barriers of Corporate Social Responsibility: A Comparison of the MENA Region and Western Countries. *Sustainability*

(Switzerland), 14(2). <https://doi.org/10.3390/su14020909>

- Ashrafi, M., Magnan, G. M., Adams, M., & Walker, T. R. (2020). Understanding the conceptual evolutionary path and theoretical underpinnings of corporate social responsibility and corporate sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12030760>
- Astuti, D. (2022). Pengaruh Komitmen Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 55–68.
- Avotra, A. A. R. N., Chengang, Y., Sandra Marcelline, T. R., Asad, A., & Yingfei, Y. (2021). Examining the Impact of E-Government on Corporate Social Responsibility Performance: The Mediating Effect of Mandatory Corporate Social Responsibility Policy, Corruption, and Information and Communication Technologies Development During the COVID era. *Frontiers in Psychology*, 12(October), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.737100>
- Darmawan, D. (2022). Budaya Organisasi, Kepemimpinan dan Komitmen: Determinan Efektivitas Organisasi yang Akurat. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(7), 260–266. <https://doi.org/10.47065/tin.v3i7.4121>
- Diez-Cañamero, B., Bishara, T., Otegi-Olaso, J. R., Minguez, R., & Fernández, J. M. (2020). Measurement of corporate social responsibility: A review of corporate sustainability indexes, rankings and ratings. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/su12052153>
- Febriani, F. A., & Ramli, A. H. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Keterikatan Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 309–320. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1999>
- Firmansyah, N. A., & Maria, V. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. The Univenus Serang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(12), 3841–3848.
- He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116(May), 176–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Kadek Budiantara, N. wayan E. (2022). Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Outsourcing Pada Perusahaan Penyedia Jasa Outsourcing Pt.Adidaya Madani Denpasar. *Jurnal Emas*, 3, 139–151.
- Kuswati, E. W. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi, Moralitas Individu, Pengendalian Internal dan Whistleblowing System Terhadap Pencegahan Kecurangan Akuntansi. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(1), 66–76. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i1.7>
- Liang, H., & Renneboog, L. (2020). Corporate Social Responsibility and Sustainable Finance: A Review of the Literature. *SSRN Electronic Journal*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3698631>



- Pengembangan Karier, Budaya Organisasi dan Beban Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Literature Review MSDM). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(2), 99–110. <https://dinastirev.org/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Qiu, S. (Charles), Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H., & Yuan, X. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93(November 2020), 102759. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102759>
- Sapitri, D., & Pancasasti, R. (2022). Efek Moderasi Budaya Organisasi Untuk Peningkatan Kinerja Karyawan. *Technomedia Journal*, 6(2 Februari), 252–262. <https://doi.org/10.33050/tmj.v6i2.1756>
- Setiawan, D., Brahmana, R. K., Asrihapsari, A., & Maisaroh, S. (2021). Does a foreign board improve corporate social responsibility? *Sustainability (Switzerland)*, 13(20), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su132011473>
- Sheehy, B., & Farneti, F. (2021). Corporate social responsibility, sustainability, sustainable development and corporate sustainability: What is the difference, and does it matter? *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13115965>
- 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), 100139. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100139>
- Tamvada, M. (2020). Corporate social responsibility and accountability: a new theoretical foundation for regulating CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0045-8>
- Velte, P. (2022). Meta-analyses on Corporate Social Responsibility (CSR): a literature review. In *Management Review Quarterly* (Vol. 72, Issue 3). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00211-2>
- W, R. W. A., Kunyanti, S. A., & Mujiono, M. (2021). Community Empowerment-based Corporate Social Responsibility Program in Panglima Raja Village. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 11(1), 12–19. <https://doi.org/10.35335/ijosea.v10i1.2>
- Wahyudin, H. (2022). yoga,+8.+JURNAL+HENDRA. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal.*, 1(3), 51–56.
- Wang, H., Gibson, C., & Zander, U. (2020). Editors' comments: Is research on corporate social responsibility undertheorized? *Academy of Management Review*, 45(1), 1–6. <https://doi.org/10.5465/amr.2019.0450>
- Widiatmoko, J. (2020). Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Firm Value. *Relevance: Journal of Management and Business*,

3(1), 13–25. <https://doi.org/10.22515/relevance.v3i1.2345>

- Wiratama, R. A. A., Widyani, A. A. dwi, & Saraswati, N. P. A. S. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi, Stres Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Koperasi Lumbung Sari Sedana Buduk Kabupaten Badung. *Jurnal Emas*, 3(8), 190–199.
- Xin, D., Yi, Y., & Du, J. (2022). Does digital finance promote corporate social responsibility of pollution-intensive industry? Evidence from Chinese listed companies. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(56), 85143–85159. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-21695-9>
- Zhou, G., Sun, Y., Luo, S., & Liao, J. (2021). Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit. *Energy Economics*, 97, 105190. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105190>