



## **ETIKA BISNIS SEBAGAI PILAR TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN DAN SOSIAL DI ERA MODERN**

**M Ammar Firas Wafiq**

*ammarfiras340@gmail.com*

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**Ersi Sisdianto**

*ersisisdianto@radenintan.ac.id*

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

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

Korespondensi penulis: *ammarfiras340@gmail.com*

**Abstrak :** *Business ethics is increasingly important in building social and environmental responsibility in the modern era, amidst globalization and technological advances. Companies are now required to not only focus on financial profits, but also on environmental sustainability and social welfare. The implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) which is based on transparency, justice and sustainability is key in making decisions that affect society and the environment. Although there are challenges in integrating business ethics, implementing these principles can result in long-term benefits such as better reputation, consumer loyalty, and investor attraction, making business ethics an important factor in corporate sustainability.*

**Keywords:** *Business ethics, social responsibility, environmental responsibility, sustainability, Corporate Social Responsibility (CSR), modern era, resource management, social impact.*

**Abstrak :** Etika bisnis semakin penting dalam membangun tanggung jawab sosial dan lingkungan di era modern, di tengah globalisasi dan kemajuan teknologi. Perusahaan kini dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang berbasis pada transparansi, keadilan, dan keberlanjutan menjadi kunci dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi masyarakat dan lingkungan. Meskipun ada tantangan dalam mengintegrasikan etika bisnis, penerapan prinsip-prinsip ini dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang seperti reputasi yang lebih baik, loyalitas konsumen, dan daya tarik investor, menjadikan etika bisnis sebagai faktor penting dalam keberlanjutan perusahaan.

**Kata Kunci:** *Etika bisnis, tanggung jawab sosial, tanggung jawab lingkungan, keberlanjutan, Corporate Social Responsibility (CSR), era modern, pengelolaan sumber daya, dampak sosial.*

### **PENDAHULUAN**

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan globalisasi yang mengubah peta ekonomi dunia, dunia bisnis kini dihadapkan pada tantangan baru yang lebih kompleks. Selain berkompetisi dalam mencari keuntungan, perusahaan-perusahaan di seluruh dunia juga dituntut untuk berperan aktif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan berkontribusi positif terhadap masyarakat. Etika bisnis, yang pada awalnya dipandang sebagai prinsip moral dasar yang mengatur perilaku perusahaan, kini telah menjadi elemen fundamental dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara dunia usaha, masyarakat, dan lingkungan. Etika bisnis tidak hanya terbatas pada kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga mencakup komitmen yang lebih luas

terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dapat memberi dampak jangka panjang bagi keberlanjutan perusahaan itu sendiri.<sup>1</sup>

Tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang semakin populer di dunia bisnis modern. CSR mengacu pada praktek bisnis yang tidak hanya fokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam kegiatan operasional perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang bertanggung jawab sosial tidak hanya mencari keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Dalam perspektif ini, etika bisnis berfungsi sebagai landasan yang membentuk dan membimbing kebijakan serta praktik CSR yang diterapkan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan konsep keberlanjutan yang semakin digalakkan oleh berbagai organisasi internasional, yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah perusahaan harus diukur tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan.<sup>2</sup>

Penerapan etika bisnis yang baik tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar. Dalam era di mana konsumen semakin peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, serta di tengah peningkatan kesadaran publik akan pentingnya keberlanjutan, perusahaan yang mengabaikan aspek etika dalam bisnisnya berisiko kehilangan kepercayaan konsumen dan stakeholder lainnya. Di sisi lain, perusahaan yang secara konsisten menerapkan etika bisnis yang baik, termasuk dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan, cenderung lebih dapat membangun reputasi yang positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menarik perhatian investor yang berorientasi pada keberlanjutan. Oleh karena itu, etika bisnis bukan hanya sebuah kewajiban moral, tetapi juga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan jangka panjang perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.<sup>3</sup>

Di Indonesia, penerapan etika bisnis yang mendukung tanggung jawab sosial dan lingkungan juga semakin mendapat perhatian serius. Berbagai regulasi yang mengatur tentang perlindungan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat telah diterapkan, meskipun tantangan dalam implementasinya masih sangat besar. Banyak perusahaan yang masih melihat tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai sesuatu yang sekadar memenuhi kewajiban hukum atau sebagai kegiatan filantropi belaka. Padahal, dengan mengintegrasikan etika bisnis dalam setiap aspek operasional perusahaan, tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi bisnis utama, yang pada gilirannya akan membawa manfaat tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat luas.<sup>4</sup>

Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji peran etika bisnis sebagai pilar utama dalam pengelolaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di era modern. Fokus utama dari artikel ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana perusahaan dapat mengintegrasikan prinsip etika dalam setiap aspek operasional mereka, serta bagaimana hal ini berkontribusi terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang pentingnya etika bisnis dalam dunia usaha, tetapi juga akan memberikan perspektif

---

<sup>1</sup> Suryanto, "Peran Etika Bisnis dalam Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, vol. 15, no. 2 (2020): 45-60.

<sup>2</sup> Andriani, "Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 18, no. 1 (2021): 78-90.

<sup>3</sup> Wibowo, "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Reputasi Perusahaan dalam Perspektif Konsumen," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, vol. 22, no. 3 (2019): 112-123.

<sup>4</sup> Nugroho, "Integrasi Etika Bisnis dalam Praktik CSR Perusahaan di Indonesia," *Jurnal Etika dan Bisnis*, vol. 10, no. 1 (2022): 134-146.

praktis mengenai penerapan etika bisnis yang efektif dalam konteks tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan pola dan strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan-perusahaan Indonesia untuk menciptakan dampak sosial dan lingkungan yang positif, sambil tetap mempertahankan daya saing dan pertumbuhan ekonomi.<sup>5</sup>

## KAJIAN TEORI

Etika bisnis adalah cabang dari etika yang berkaitan dengan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku bisnis dalam berbagai konteks. Dalam prakteknya, etika bisnis mencakup tidak hanya aspek kejujuran dan integritas dalam transaksi bisnis, tetapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan operasi mereka. Di era modern yang ditandai oleh kesadaran sosial dan ekologis yang semakin meningkat, etika bisnis telah berkembang menjadi lebih dari sekadar kewajiban hukum, tetapi juga sebagai elemen integral dalam pencapaian keberlanjutan dan reputasi perusahaan. Tinjauan pustaka ini akan membahas beberapa konsep penting dalam etika bisnis yang relevan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dunia bisnis modern.

### 1. Definisi dan Konsep Etika Bisnis

Secara umum, etika bisnis dapat dipahami sebagai seperangkat norma dan nilai yang memandu keputusan dan tindakan dalam dunia bisnis, dengan tujuan untuk menciptakan kesejahteraan bersama. Etika bisnis berfokus pada pertanyaan tentang apa yang benar dan salah dalam konteks transaksi bisnis, hubungan dengan pelanggan, karyawan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Etika bisnis mencakup berbagai keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang luas. Etika ini mencakup berbagai isu seperti keadilan, tanggung jawab sosial, transparansi, integritas, dan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku dalam industri tertentu.<sup>6</sup> Etika bisnis tidak hanya menyentuh aspek moral, tetapi juga berkaitan dengan penciptaan nilai yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, etika bisnis memainkan peran penting dalam membentuk reputasi perusahaan dan hubungan dengan masyarakat, serta menciptakan dasar yang kuat untuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

### 2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Etika bisnis tidak hanya menyentuh aspek moral dalam pengambilan keputusan, tetapi juga berhubungan langsung dengan penciptaan nilai yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat. Dalam hal ini, terdapat beberapa prinsip dasar etika bisnis yang perlu diperhatikan:

- a. Keadilan (Fairness): Perusahaan harus memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil bersifat adil dan tidak merugikan pihak manapun. Keputusan-keputusan yang diambil harus mempertimbangkan kesejahteraan karyawan, pelanggan, serta komunitas yang lebih luas.
- b. Transparansi (Transparency): Dalam menjalankan bisnis, perusahaan perlu memastikan bahwa semua proses yang dilakukan—termasuk kebijakan internal, laporan keuangan, dan interaksi dengan pemangku kepentingan—dilakukan dengan

<sup>5</sup> Darmanto, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Tinjauan dari Perspektif Etika Bisnis," *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, vol. 19, no. 4 (2021): 25-39.

<sup>6</sup> Wibowo, "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Reputasi Perusahaan dalam Perspektif Konsumen," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, vol. 22, no. 3 (2019): 112-123.

cara yang terbuka dan jujur. Transparansi adalah kunci dalam membangun kepercayaan antara perusahaan dengan masyarakat dan konsumen.

- c. Integritas (Integrity): Integritas menjadi landasan dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Kejujuran dan ketulusan dalam menjalankan setiap aspek bisnis penting untuk menjaga kredibilitas perusahaan.
- d. Kepatuhan terhadap hukum (Compliance): Etika bisnis juga mencakup kewajiban untuk mematuhi peraturan dan perundang-undangan yang berlaku di negara atau wilayah tempat perusahaan beroperasi. Kepatuhan terhadap hukum tidak hanya mencakup regulasi pajak, tetapi juga aturan terkait lingkungan, keselamatan kerja, dan perlindungan hak-hak konsumen.<sup>7</sup>

### 3. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Etika Bisnis

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan salah satu wujud implementasi etika bisnis yang sering dibahas dalam literatur manajemen dan bisnis. CSR mengacu pada komitmen perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan, di luar kewajiban yang ditetapkan oleh hukum. CSR berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran publik terhadap dampak sosial dan lingkungan dari operasi bisnis, seperti polusi, eksploitasi tenaga kerja, serta ketidakadilan sosial. Terdapat empat komponen utama: tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis, dan tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab etis, yang merupakan bagian dari etika bisnis, meliputi kewajiban perusahaan untuk bertindak secara adil, transparan, dan bertanggung jawab terhadap berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi semata, tetapi juga berusaha untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan memberikan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat sekitar.<sup>8</sup>

Tanggung jawab lingkungan, sebagai bagian dari CSR, semakin menjadi isu penting dalam dunia bisnis. Dalam berbagai penelitian, perusahaan yang mengintegrasikan kebijakan keberlanjutan dalam operasionalnya cenderung lebih dihargai oleh konsumen dan investor, serta memiliki daya saing yang lebih baik. Hal ini terkait dengan munculnya kesadaran global akan pentingnya pelestarian lingkungan, yang didorong oleh berbagai masalah ekologis seperti perubahan iklim, deforestasi, dan polusi.

Dalam praktiknya, etika bisnis mencakup berbagai keputusan yang dibuat oleh individu atau organisasi, baik yang berhubungan dengan operasional sehari-hari, maupun yang melibatkan strategi jangka panjang perusahaan. Keputusan-keputusan ini seringkali memiliki dampak sosial dan lingkungan yang cukup besar, baik dalam bentuk dampak langsung maupun tidak langsung. Sebagai contoh, perusahaan yang memutuskan untuk memotong biaya produksi dengan mengurangi standar keselamatan kerja dapat memperoleh keuntungan finansial dalam jangka pendek, tetapi keputusan ini dapat berakibat fatal terhadap kesehatan dan keselamatan pekerja, serta merusak citra perusahaan di mata publik. Sebaliknya, perusahaan yang memilih untuk mematuhi

---

<sup>7</sup>Suryani, S., & Yuliana, L. (2023). "Etika Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Sosial Perusahaan di Era Globalisasi," *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 17(1), 22-36.

<sup>8</sup>Andriani, "Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 18, no. 1 (2021): 78-90.

standar keselamatan yang ketat dan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan yang adil dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih aman dan produktif, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan mereka.

Pentingnya tanggung jawab sosial dalam etika bisnis terlihat dalam keputusan perusahaan untuk mengintegrasikan keberlanjutan sosial dan lingkungan dalam setiap aspek operasional mereka. Contohnya adalah perusahaan yang memilih untuk menggunakan sumber daya alam secara lebih efisien dan mengurangi emisi karbon, meskipun ini mungkin membutuhkan biaya investasi yang lebih tinggi di awal. Namun, keputusan semacam ini dapat membawa manfaat jangka panjang, baik dalam hal reputasi perusahaan, loyalitas konsumen, maupun keuntungan yang lebih stabil di masa depan.<sup>9</sup>

#### 4. Peran Etika Bisnis dalam Keberlanjutan Perusahaan

Keberlanjutan perusahaan tidak hanya mengacu pada kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan secara berkelanjutan. Perusahaan dapat mencapai keberlanjutan jangka panjang jika mereka mengintegrasikan strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memperhatikan faktor sosial dan lingkungan. Etika bisnis berperan penting dalam mendasari keputusan strategis yang mempertimbangkan semua aspek tersebut. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis yang baik cenderung lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan regulasi, serta lebih dipercaya oleh masyarakat dan konsumen. Perusahaan yang secara konsisten mengadopsi prinsip-prinsip etika dalam operasionalnya tidak hanya lebih dihargai oleh publik, tetapi juga mampu meraih kesuksesan finansial jangka panjang. Hal ini disebabkan oleh peningkatan kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, serta daya tarik investor yang semakin berfokus pada perusahaan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan. Oleh karena itu, etika bisnis yang baik tidak hanya menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan kinerja.<sup>10</sup>

Selain fokus pada penciptaan keuntungan jangka pendek, etika bisnis juga terkait erat dengan upaya perusahaan untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan. Ini melibatkan pertimbangan jangka panjang yang tidak hanya mengutamakan kepentingan ekonomi, tetapi juga berfokus pada keberlanjutan sosial dan lingkungan. Dalam hal ini, Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu instrumen penting yang memungkinkan perusahaan untuk menjalankan etika bisnis yang baik. Melalui CSR, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan masyarakat, perlindungan lingkungan, serta pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Program-program CSR yang baik mencakup berbagai aktivitas, mulai dari pemberdayaan masyarakat, pendidikan, kesehatan, hingga pengelolaan lingkungan. Dalam hal ini, CSR bukan hanya sebuah kewajiban moral, tetapi juga strategi yang

---

<sup>9</sup>Prabowo, J. D. (2023). "Etika Bisnis dalam Konteks Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Perusahaan Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan CSR*, 18(1), 45-58.

<sup>10</sup>Suryanto, "Peran Etika Bisnis dalam Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, vol. 15, no. 2 (2020): 45-60.

mendukung keberlanjutan jangka panjang perusahaan itu sendiri.<sup>11</sup>

Dengan mengintegrasikan prinsip etika bisnis dan CSR, perusahaan tidak hanya memperbaiki reputasinya, tetapi juga menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, etika bisnis berfungsi sebagai dasar yang kuat untuk mengimplementasikan kebijakan dan praktek keberlanjutan dalam bisnis, yang pada gilirannya akan memperkuat fondasi jangka panjang perusahaan. Etika bisnis juga memiliki dampak langsung terhadap reputasi perusahaan. Perusahaan yang menjalankan etika bisnis yang baik cenderung memperoleh kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya. Sebaliknya, perusahaan yang terlibat dalam praktik yang tidak etis, seperti penipuan, pengabaian keselamatan kerja, atau kerusakan lingkungan, dapat mengalami kerugian besar, baik dari segi finansial maupun reputasi. Di era digital seperti sekarang, di mana informasi mudah tersebar melalui media sosial dan platform online, reputasi perusahaan sangat mudah dipengaruhi oleh tindakan tidak etis yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis yang baik menjadi sangat penting untuk mempertahankan citra perusahaan, membangun loyalitas pelanggan, dan meningkatkan daya saing di pasar.<sup>12</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran etika bisnis sebagai pilar dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan di era modern. Untuk mencapai tujuan tersebut, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur (literature review) dan analisis kasus. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai teori dan praktik penerapan etika bisnis dalam konteks tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta menganalisis contoh-contoh nyata dari perusahaan yang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis di Indonesia.

1. **Desain Penelitian** Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena terkait penerapan etika bisnis dalam konteks tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam hal ini, penulis akan mengkaji bagaimana etika bisnis diintegrasikan dalam kebijakan CSR perusahaan dan bagaimana pengaruhnya terhadap reputasi, kinerja sosial, dan dampak lingkungan perusahaan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial di Indonesia.

2. **Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber sekunder yang meliputi:

- a. Jurnal-jurnal ilmiah terkait etika bisnis, CSR, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan.
- b. Laporan tahunan perusahaan yang memuat informasi mengenai kebijakan CSR dan praktik etika bisnis yang dijalankan.
- c. Dokumen kebijakan yang berkaitan dengan etika bisnis dan regulasi CSR di Indonesia dan dunia internasional.
- d. Studi kasus dari perusahaan-perusahaan di Indonesia yang dikenal memiliki program CSR yang baik dan menerapkan prinsip etika bisnis secara transparan.

---

<sup>11</sup>Wahyu, R. S. (2020). "Penerapan Etika Bisnis untuk Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Era Digital," *Jurnal Bisnis dan Teknologi Digital*, 5(2), 40-53.

<sup>12</sup>Rizki, N., & Fadila, H. (2021). "Peran Etika Bisnis dalam Pengelolaan Lingkungan oleh Perusahaan Besar di Indonesia," *Jurnal Manajemen Lingkungan*, 13(1), 51-64.

- e. Data sekunder ini diperoleh melalui pencarian di berbagai basis data akademik, seperti Google Scholar, JSTOR, dan portal jurnal ilmiah lainnya, serta dokumentasi yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan yang relevan. Dengan menggunakan data sekunder ini, penelitian ini akan menggali berbagai perspektif dan temuan dari penelitian sebelumnya serta praktik nyata yang dilakukan oleh perusahaan dalam penerapan etika bisnis.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan analisis kasus sebagai berikut:

- Studi Literatur: Penulis akan mengumpulkan dan menganalisis artikel-artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian terkait etika bisnis, CSR, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial serta dampaknya terhadap perusahaan dan masyarakat. Studi literatur ini akan memberikan gambaran teoritis yang kuat mengenai konsep-konsep yang menjadi dasar penelitian ini.
- Analisis Kasus: Penulis akan menganalisis beberapa kasus perusahaan di Indonesia yang telah menerapkan etika bisnis dan program CSR yang efektif. Kasus-kasus ini akan dipilih berdasarkan reputasi perusahaan dalam hal tanggung jawab sosial dan keberlanjutan, serta data yang tersedia mengenai kebijakan etika bisnis mereka. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik terbaik serta tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan CSR dan etika bisnis.

### **4. Prosedur Analisis Data**

Data yang terkumpul melalui studi literatur dan analisis kasus akan dianalisis menggunakan metode analisis konten. Teknik analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari berbagai sumber yang dianalisis. Prosedur analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam langkah-langkah berikut:

- a. Pengkodean (Coding): Data yang diperoleh akan dikategorikan dan diberi kode berdasarkan topik-topik tertentu, seperti "etika bisnis," "CSR," "tanggung jawab sosial," "keberlanjutan," dan "dampak lingkungan." Pengkodean ini membantu penulis untuk mengelompokkan data sesuai dengan tema-tema utama yang relevan dengan fokus penelitian.
- b. Identifikasi Tema dan Pola: Setelah pengkodean, penulis akan menganalisis pola-pola atau hubungan antara tema-tema yang muncul dalam literatur dan kasus yang dianalisis. Misalnya, apakah penerapan etika bisnis yang baik berhubungan langsung dengan peningkatan reputasi perusahaan atau keberhasilan dalam mengelola dampak lingkungan?
- c. Sintesis dan Interpretasi: Penulis akan mensintesis temuan-temuan yang diperoleh dari studi literatur dan analisis kasus untuk memberikan interpretasi yang lebih mendalam mengenai peran etika bisnis dalam meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil sintesis ini akan digunakan untuk mengembangkan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam menerapkan etika bisnis yang lebih baik.

### **5. Validitas dan Reliabilitas Data**

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini akan menggunakan triangulasi sumber dengan mengkombinasikan data yang diperoleh dari berbagai jenis sumber, seperti artikel jurnal, laporan tahunan perusahaan, dan studi kasus perusahaan. Triangulasi ini membantu meningkatkan keakuratan dan kredibilitas temuan penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bagian ini, akan dibahas hasil analisis yang berkaitan dengan peran etika bisnis sebagai pilar tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam era modern, serta bagaimana penerapannya

dapat mempengaruhi keberlanjutan dan kinerja perusahaan. Berdasarkan studi literatur dan beberapa kasus yang relevan, dapat dilihat bahwa etika bisnis berfungsi sebagai landasan bagi perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka secara lebih terstruktur dan berdampak. Pembahasan ini juga akan mengidentifikasi tantangan yang masih dihadapi dalam penerapan etika bisnis yang mendalam di Indonesia.

### **1. Pentingnya Etika Bisnis dalam Mewujudkan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**

Etika bisnis menjadi dasar penting dalam kebijakan perusahaan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR), memastikan keseimbangan antara keuntungan finansial dan dampak sosial maupun lingkungan. Dengan mengintegrasikan etika bisnis, perusahaan menciptakan hubungan yang sehat dengan pemangku kepentingan, memperkuat citra, dan mendukung keberlanjutan. Penerapan etika bisnis juga mencakup transparansi dalam pengelolaan lingkungan, seperti pengurangan emisi karbon dan limbah, serta keadilan dalam hubungan kerja, yang meningkatkan loyalitas karyawan dan stabilitas perusahaan. CSR dapat dilakukan pada skala besar maupun kecil, tergantung kapasitas perusahaan, dengan dampak signifikan pada masyarakat dan lingkungan. Perubahan sosial dan kesadaran keberlanjutan mendorong konsumen dan investor untuk mendukung perusahaan yang bertanggung jawab. Strategi CSR, seperti penggunaan energi terbarukan atau program sosial, membantu perusahaan mengurangi dampak negatif, meningkatkan reputasi, dan mencapai stabilitas jangka panjang. Dengan etika bisnis yang kuat, perusahaan tidak hanya meningkatkan kinerja finansial tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan. Perusahaan-perusahaan yang berkomitmen terhadap keberlanjutan sering kali menemukan bahwa pendekatan etika bisnis yang solid membantu mereka dalam mencapai tujuan jangka panjang yang lebih stabil. Misalnya, perusahaan yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan sering kali lebih diminati oleh investor yang melihat keuntungan jangka panjang dari perusahaan-perusahaan dengan strategi ramah lingkungan. Selain itu, mereka juga lebih mudah menarik pelanggan yang semakin peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan. Dalam kesimpulannya, etika bisnis adalah pondasi yang sangat penting dalam mewujudkan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dunia bisnis modern. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam operasional mereka, perusahaan tidak hanya bisa meningkatkan kinerja finansial mereka, tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.<sup>13</sup>

### **2. Pengaruh Etika Bisnis terhadap Program CSR dan Keberlanjutan Perusahaan**

Etika bisnis yang kuat berperan penting dalam keberhasilan implementasi program CSR, yang tidak hanya mengejar keuntungan finansial tetapi juga menciptakan nilai bagi masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dengan kebijakan etika yang baik lebih dihargai oleh konsumen, karyawan, dan investor, menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Konsumen kini lebih mendukung perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Implementasi CSR berbasis etika bisnis dapat meningkatkan reputasi, membangun loyalitas konsumen dan karyawan, serta memperkuat hubungan dengan pemerintah dan mitra bisnis.

---

<sup>13</sup>Hadiyanto, R. (2022). "Peran Etika Bisnis dalam Pengembangan Keberlanjutan Perusahaan di Era Globalisasi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Global*, 10(3), 50-67.



Contohnya, Bumi Resources dan Pertamina di Indonesia menjalankan program CSR yang fokus pada pengelolaan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat, seperti rehabilitasi lahan tambang dan pelatihan keterampilan. Program ini tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial tetapi juga mendukung keberlanjutan operasional mereka. Begitu juga dengan Pertamina, perusahaan energi terbesar di Indonesia, yang telah melaksanakan berbagai program CSR yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan, seperti pengurangan emisi gas rumah kaca (GHG) dan pengelolaan energi yang lebih efisien. Program pengurangan emisi gas rumah kaca yang diterapkan oleh Pertamina, melalui berbagai inisiatif seperti pengembangan energi terbarukan dan pengurangan ketergantungan pada bahan bakar fosil, menunjukkan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dapat meningkatkan keberlanjutan operasionalnya. Selain itu, Pertamina juga aktif dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan keterampilan, yang berfokus pada pengembangan sumber daya manusia di daerah-daerah yang terkena dampak langsung dari operasional perusahaan.

Kedua perusahaan ini menunjukkan bahwa implementasi CSR yang mengedepankan keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat bukan hanya memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga secara langsung meningkatkan kinerja keuangan jangka panjang perusahaan. Program-program CSR yang berbasis etika bisnis dapat memperkuat reputasi perusahaan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta mempermudah akses ke pasar dan sumber daya. Dengan kata lain, perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan sosial dan lingkungan akan mendapatkan manfaat finansial dalam jangka panjang, yang sejalan dengan tujuan <sup>14</sup>

### 3. Tantangan dalam Penerapan Etika Bisnis di Indonesia

Meskipun banyak perusahaan di Indonesia yang mulai menyadari pentingnya etika bisnis dalam program **Corporate Social Responsibility (CSR)**, penerapannya masih menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Tantangan-tantangan ini menghalangi banyak perusahaan untuk secara optimal mengintegrasikan etika bisnis ke dalam kebijakan dan operasional mereka. Sebagian besar tantangan ini berakar pada kurangnya pemahaman yang mendalam tentang konsep etika bisnis itu sendiri, keterbatasan sumber daya, dan perbedaan pandangan antara kewajiban sosial dan keuntungan finansial. Untuk itu, dalam konteks Indonesia, penting untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai hambatan yang ada agar dapat mencari solusi yang efektif.

#### a. Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman tentang Etika Bisnis

Salah satu tantangan utama penerapan etika bisnis di Indonesia adalah rendahnya kesadaran dan pemahaman, terutama di kalangan pengusaha kecil dan menengah (UMKM). Banyak perusahaan menganggap CSR hanya sebagai kewajiban hukum atau kegiatan filantropi, bukan bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Rendahnya edukasi tentang manfaat etika bisnis membuat CSR dianggap memerlukan anggaran besar dan tidak dilihat sebagai investasi jangka panjang. Padahal, CSR berbasis etika bisnis dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen, yang berpotensi mendatangkan keuntungan besar dan menciptakan keunggulan kompetitif. Perubahan pola pikir diperlukan agar

---

<sup>14</sup> Arifin, Z., & Naufal, M. (2023). "Corporate Social Responsibility dan Keberlanjutan Bisnis: Studi Kasus Perusahaan Multinasional," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Internasional*, 14(2), 112-130.

perusahaan memanfaatkan CSR sebagai alat strategis untuk keberlanjutan bisnis sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

b. Kendala Pendanaan dan Sumber Daya

Keterbatasan pendanaan menjadi kendala signifikan bagi perusahaan kecil dan menengah dalam menjalankan program CSR. Banyak perusahaan khawatir bahwa alokasi dana untuk CSR akan mengurangi profitabilitas, terutama karena fokus mereka lebih pada pertumbuhan finansial jangka pendek. Kurangnya pemahaman tentang cara mengukur dampak positif CSR terhadap kinerja bisnis, seperti loyalitas pelanggan atau peningkatan citra, juga memperburuk situasi. Akibatnya, CSR sering diabaikan demi prioritas operasional inti seperti produksi dan pemasaran. Sebaliknya, perusahaan besar dengan sumber daya lebih memadai mampu mengelola program CSR secara terstruktur, menciptakan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan bisnis mereka.

c. Tantangan dalam Sektor-sektor Tertentu

Beberapa sektor industri di Indonesia yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan dan sosial juga menghadapi tantangan besar dalam penerapan etika bisnis yang bertanggung jawab. **Industri pertambangan, kelapa sawit, dan tekstil** adalah beberapa contoh sektor yang sering kali mendapat sorotan publik terkait isu keberlanjutan dan etika bisnis.

1. Industri Pertambangan

Menghadapi masalah lingkungan seperti deforestasi, limbah berbahaya, dan polusi udara. Beberapa perusahaan telah menjalankan CSR berupa rehabilitasi lahan dan pengelolaan limbah, tetapi banyak yang masih mengabaikan etika bisnis karena investasi teknologi ramah lingkungan dianggap memberatkan, terutama bagi perusahaan kecil.

2. Industri Kelapa Sawit

Tantangan utama adalah deforestasi dan konversi hutan menjadi perkebunan. Meskipun ada perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan melalui RSPO, implementasi konsisten dan pengawasan rantai pasokan masih lemah, dengan banyak praktik merusak lingkungan yang terus berlangsung.

3. Industri Tekstil

Masalah utama meliputi eksploitasi pekerja, penggunaan bahan kimia berbahaya, dan polusi air. Beberapa perusahaan mulai mengadopsi bahan baku ramah lingkungan dan menjaga hak pekerja, tetapi sebagian besar masih belum memenuhi standar etika bisnis yang memadai.

d. Ketimpangan Pengawasan dan Regulasi

Selain tantangan yang terkait dengan kebijakan internal perusahaan, masalah pengawasan dan **regulasi yang belum memadai** juga turut memperburuk implementasi etika bisnis di Indonesia. Meskipun sudah ada beberapa peraturan yang mengatur pelaksanaan CSR, implementasinya seringkali **tidak konsisten**, dan kurangnya pengawasan yang ketat dari pemerintah serta lembaga terkait memungkinkan perusahaan untuk **mengabaikan** aspek etika dalam operasional mereka. Di beberapa sektor, terutama yang berkaitan dengan lingkungan dan hak pekerja, masih banyak perusahaan yang tidak mematuhi standar-standar keberlanjutan yang diharapkan.

e. Solusi untuk Mengatasi Tantangan

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, **pendidikan dan pelatihan** tentang etika bisnis perlu ditingkatkan, khususnya di kalangan pengusaha kecil dan menengah. Pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan organisasi internasional dapat berperan aktif dalam memberikan informasi dan pelatihan yang diperlukan agar perusahaan dapat memahami pentingnya etika bisnis dalam jangka panjang. Selain itu, **insentif fiskal** atau pajak bagi perusahaan yang mengimplementasikan program CSR yang efektif juga dapat membantu mempercepat adopsi prinsip etika bisnis. Pemerintah perlu memperkuat regulasi dan pengawasan terkait penerapan CSR dan etika bisnis di Indonesia untuk memastikan bahwa seluruh sektor industri berkontribusi pada pencapaian tujuan keberlanjutan yang lebih luas.<sup>15</sup>

4. Dampak Penerapan Etika Bisnis terhadap Reputasi dan Keberlanjutan Perusahaan

Penerapan etika bisnis yang baik memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi perusahaan dan keberlanjutan jangka panjang. Dalam konteks dunia bisnis yang semakin global dan transparan, perusahaan yang tidak menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis berisiko kehilangan kepercayaan dari pemangku kepentingan, termasuk konsumen, investor, dan bahkan karyawan. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan etika bisnis dengan konsisten dapat menikmati berbagai keuntungan, baik dalam hal reputasi maupun dalam keberlanjutan operasional mereka.

a. Reputasi Perusahaan sebagai Hasil Penerapan Etika Bisnis

Penerapan etika bisnis meningkatkan reputasi perusahaan, aset intangible yang berperan besar dalam keputusan konsumen dan investor. Di era digital, reputasi mudah terbentuk namun juga rentan rusak. Perusahaan yang konsisten menerapkan etika seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen, yang kini semakin sadar akan keberlanjutan dan isu sosial.

Contohnya, PT Astra International dan PT Telkom Indonesia sukses memperkuat reputasi melalui program CSR, seperti pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Langkah ini menunjukkan tanggung jawab sosial yang nyata, menciptakan loyalitas pelanggan, dan membedakan mereka dari pesaing yang hanya fokus pada laba.

b. Etika Bisnis sebagai Faktor Pendorong Keberlanjutan Bisnis

Keberlanjutan perusahaan jangka panjang bergantung pada integrasi etika dalam operasional, mencakup keuntungan finansial, sosial, dan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis membangun reputasi baik dan fondasi kokoh untuk keberlanjutan. Dalam aspek lingkungan, praktik green business seperti penggunaan bahan baku ramah lingkungan, pengurangan emisi karbon, dan daur ulang membantu efisiensi operasional serta mengurangi risiko reputasi. Di sisi sosial, program CSR yang mendukung pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat memperkuat hubungan dengan konsumen dan pemangku kepentingan, sekaligus menarik minat investor yang peduli pada keberlanjutan.

---

<sup>15</sup> Rahman, S. (2023). "Tantangan Implementasi Etika Bisnis dalam Corporate Social Responsibility di Indonesia," *Jurnal Bisnis dan Hukum Indonesia*, 17(4), 87-101.

- c. Pengaruh Etika Bisnis terhadap Daya Tarik Investor  
Reputasi yang baik yang dihasilkan dari penerapan etika bisnis yang kuat juga memiliki dampak langsung terhadap daya tarik investor. Investor, terutama investor yang berbasis di negara-negara maju, semakin mencari perusahaan yang dapat menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Mereka lebih cenderung berinvestasi pada perusahaan yang mematuhi standar Environmental, Social, and Governance (ESG) yang tinggi. Ini mengarah pada pertumbuhan investasi jangka panjang yang lebih stabil dan berkelanjutan.
- d. Kasus Nyata Penerapan Etika Bisnis dan Keberlanjutan di Indonesia  
PT Astra International dan PT Telkom Indonesia menjadi contoh sukses penerapan etika bisnis untuk meningkatkan reputasi dan keberlanjutan. Astra melalui program CSR-nya, seperti pemberdayaan masyarakat, pendidikan, dan pengelolaan lingkungan, telah memberikan dampak positif sekaligus memperkuat citranya. Telkom Indonesia mengedepankan keberlanjutan dengan membangun infrastruktur digital untuk pendidikan di daerah terpencil, menciptakan loyalitas pelanggan dan kepercayaan investor. Kedua perusahaan ini menunjukkan bagaimana etika bisnis tidak hanya memperkuat daya saing di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional yang semakin menuntut keberlanjutan.
- e. Etika Bisnis sebagai Pilar dalam Mencapai Keberlanjutan Jangka Panjang  
Dalam dunia bisnis yang kompleks, etika bisnis tidak hanya menjadi tanggung jawab moral tetapi juga kunci keberlanjutan perusahaan. Dengan membangun hubungan saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi, dan mendukung keberlanjutan sosial serta lingkungan, perusahaan dapat mendukung pertumbuhan mereka sekaligus berkontribusi pada pembangunan yang lebih luas. Secara keseluruhan, etika bisnis yang kuat memastikan reputasi dan daya saing tetap terjaga di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, etika bisnis bukan hanya sebuah kewajiban moral, tetapi juga strategi yang sangat efektif dalam menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan.<sup>16</sup>  
Etika bisnis memiliki peran krusial dalam mendukung tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan keberlanjutan dan kinerja perusahaan. Meskipun tantangan dalam penerapannya, terutama terkait kesadaran, pendanaan, dan sektor tertentu, perusahaan yang berhasil mengintegrasikan etika bisnis dapat meraih keuntungan jangka panjang yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan, terutama di Indonesia, untuk meningkatkan pemahaman tentang etika bisnis dan menjadikannya bagian dari strategi utama. Pemerintah dan lembaga terkait juga perlu memperkuat kebijakan yang mendorong perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, guna menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan.

<sup>16</sup> Kurniawan, A., & Oktaviani, N. (2023). "Reputasi Perusahaan dan Etika Bisnis: Studi Kasus pada Perusahaan Terbesar di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 22(1), 45-60.

## KESIMPULAN

Etika bisnis merupakan pilar utama dalam menciptakan keberlanjutan dunia usaha di era modern, di mana perusahaan semakin dituntut untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan dari operasional mereka. Di tengah globalisasi dan kemajuan teknologi, kesadaran konsumen terhadap pentingnya prinsip etika semakin tinggi, yang tidak hanya berfokus pada kualitas produk atau jasa, tetapi juga pada bagaimana perusahaan berinteraksi dengan lingkungan dan masyarakat. Etika bisnis yang baik mencakup pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana, penerapan keadilan dalam hubungan bisnis, dan kontribusi terhadap kesejahteraan sosial melalui program CSR yang terukur.

Penerapan etika bisnis yang kuat tidak hanya memperbaiki reputasi perusahaan tetapi juga membawa dampak positif yang lebih luas, seperti perlindungan lingkungan, pengentasan kemiskinan, dan penciptaan lapangan kerja yang adil. Dalam era digital, ketidaktransparanan atau pelanggaran terhadap etika bisnis dapat dengan cepat merusak citra perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang menjalankan etika bisnis dengan baik akan mendapatkan kepercayaan dan mendukung kesuksesan jangka panjang. Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis yang konsisten dan serius akan membangun hubungan harmonis antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan, menciptakan dunia yang lebih berkelanjutan dan adil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, "Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 18, no. 1 (2021): 78-90.
- Arifin, Z., & Naufal, M. (2023). "Corporate Social Responsibility dan Keberlanjutan Bisnis: Studi Kasus Perusahaan Multinasional," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Internasional*, 14(2), 112-130.
- Darmanto, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Tinjauan dari Perspektif Etika Bisnis," *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, vol. 19, no. 4 (2021): 25-39.
- Hadiyanto, R. (2022). "Peran Etika Bisnis dalam Pengembangan Keberlanjutan Perusahaan di Era Globalisasi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Global*, 10(3), 50-67.
- Kurniawan, A., & Oktaviani, N. (2023). "Reputasi Perusahaan dan Etika Bisnis: Studi Kasus pada Perusahaan Terbesar di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 22(1), 45-60.
- Nugroho, "Integrasi Etika Bisnis dalam Praktik CSR Perusahaan di Indonesia," *Jurnal Etika dan Bisnis*, vol. 10, no. 1 (2022): 134-146.
- Prabowo, J. D. (2023). "Etika Bisnis dalam Konteks Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Perusahaan Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan CSR*, 18(1), 45-58.
- Rahman, S. (2023). "Tantangan Implementasi Etika Bisnis dalam Corporate Social Responsibility di Indonesia," *Jurnal Bisnis dan Hukum Indonesia*, 17(4), 87-101.

- Rizki, N., & Fadhila, H. (2021). "Peran Etika Bisnis dalam Pengelolaan Lingkungan oleh Perusahaan Besar di Indonesia," *Jurnal Manajemen Lingkungan*, 13(1), 51-64.
- Suryani, S., & Yuliana, L. (2023). "Etika Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Sosial Perusahaan di Era Globalisasi," *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 17(1), 22-36.
- Suryanto, "Peran Etika Bisnis dalam Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, vol. 15, no. 2 (2020): 45-60.
- Wahyu, R. S. (2020). "Penerapan Etika Bisnis untuk Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Era Digital," *Jurnal Bisnis dan Teknologi Digital*, 5(2), 40-53.
- Wibowo, "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Reputasi Perusahaan dalam Perspektif Konsumen," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, vol. 22, no. 3 (2019): 112-123.