



## **TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN DALAM BISNIS: STRATEGI BERETIKA UNTUK MASA DEPAN HIJAU**

**Afif Setiawan Pratama**

Universitas Islam Raden Intan Lampung

**Ersi Sisdianto**

Universitas Islam Raden Intan Lampung

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

*Korespondensi penulis: [afifsetiawan357@gmail.com](mailto:afifsetiawan357@gmail.com)*

**Abstrak:** Saat ini, sejumlah negara telah mewajibkan bisnis untuk mematuhi etika bisnis dan secara teratur memasukkan keberlanjutan serta tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam operasi mereka. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi praktik bisnis yang mempromosikan tanggung jawab lingkungan dan penciptaan bisnis yang etis untuk masa depan yang lebih hijau. Studi ini mengumpulkan data menggunakan pendekatan kualitatif, termasuk tinjauan pustaka menggunakan dokumen, situs web, atau penelitian sebelumnya yang relevan. Reduksi data, penyajian data, dan perumusan kesimpulan adalah langkah selanjutnya dalam metodologi penelitian. Temuan studi menunjukkan bahwa bisnis harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka selain dampak finansial.

**Kata Kunci:** *Tanggung Jawab Lingkungan, Etika Bisnis, Keberlanjutan.*

*Abstract: Presently, a number of nations have mandated that businesses adhere to business ethics and regularly incorporate sustainability and social and environmental responsibility into their operations. The purpose of this study is to identify business practices that promote environmental responsibility and ethical business creation for a greener future. This study collects data using a qualitative approach, including literature reviews using documents, websites, or pertinent prior research. Data reduction, data presentation, and conclusion formulation are the next steps in the research methodology. The study's findings demonstrate that businesses must consider the social and environmental effects of their operations in addition to the financial ones.*

**Keywords:** *Environmental Responsibility, Business Ethics, Sustainability.*

### **PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi dan perkembangan industri yang pesat, isu keberlanjutan lingkungan menjadi salah satu perhatian utama dalam dunia bisnis. Perubahan iklim, penipisan sumber daya alam, serta kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas manusia telah mendorong berbagai pihak untuk mencari solusi berkelanjutan. Perusahaan, sebagai salah satu aktor utama dalam sistem ekonomi global, memiliki peran strategis dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan melalui penerapan tanggung jawab lingkungan dalam operasional bisnisnya.

Tanggung jawab lingkungan dalam bisnis bukan hanya sekadar kewajiban hukum atau kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga merupakan bagian dari strategi etis perusahaan untuk menciptakan nilai jangka panjang. Melalui praktik-praktik ramah lingkungan seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, perusahaan dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan sekaligus meningkatkan reputasi dan daya saing di

pasar global. Selain itu, kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan telah mendorong konsumen untuk lebih memilih produk dan layanan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kelestarian lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab lingkungan tidak hanya memberikan manfaat ekologis tetapi juga mendukung keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam strategi bisnis, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan sekaligus menciptakan masa depan yang lebih hijau.

Oleh karena itu, pengkajian terhadap strategi tanggung jawab lingkungan dalam bisnis menjadi relevan untuk memahami bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan tuntutan zaman dan berkontribusi pada terciptanya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan. Bisnis adalah sekumpulan tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan uang dengan menyediakan barang dan jasa. Karena laba merupakan dasar bagi kemampuan perusahaan untuk berkembang dan terus beroperasi, maka perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai (Hasda et al., 2024).

Bisnis harus memastikan bahwa kewajiban sosial mereka dapat dipenuhi saat menjalankan bisnis dengan mempertimbangkan bagaimana tindakan mereka memengaruhi ekonomi, lingkungan, dan masyarakat setempat. Saat ini, sejumlah negara mengamanatkan agar bisnis mengikuti etika perusahaan dan terus menerapkan keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam operasi mereka. Tekanan masyarakat setempat terhadap perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial memunculkan peraturan ini. Untuk menjamin bahwa bisnis dapat berfungsi secara berkelanjutan dan memenuhi harapan pemangku kepentingan, etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial menjadi semakin penting (Sjioen et al., 2023).

Untuk meningkatkan hubungan antara bisnis dan masyarakat serta mencegah konflik di masa mendatang yang dapat merugikan merek dan nama perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan masalah penting dalam dunia bisnis. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan praktik bisnis berkelanjutan memang telah berkembang dari waktu ke waktu dan kini menjadi bagian penting dari strategi perusahaan. Metode-metode ini berupaya meningkatkan keuntungan sosial dan ekonomi sekaligus mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. Berikut ini adalah beberapa komponen penting dari praktik bisnis berkelanjutan. Untuk mengurangi dampak lingkungan, bisnis secara bertahap menggunakan teknik produksi yang ramah lingkungan, mengurangi limbah, dan menghemat energi (Judijanto et al., 2024).

Bisnis menerapkan teknik manajemen rantai pasokan yang bertanggung jawab secara sosial (SR-SCM) untuk menjamin pengadaan yang etis, praktik ketenagakerjaan yang adil, dan pengelolaan lingkungan sebagai hasil dari meningkatnya kesadaran mereka terhadap dampak sosial dan lingkungan dari rantai pasokan mereka. Bisnis mengatasi masalah keberlanjutan dengan menciptakan model bisnis dan teknologi baru. Misalnya, para komuter bisnis dapat mengurangi waktu perjalanan dan emisi gas rumah kaca dengan menggunakan Sistem Optimalisasi Perjalanan Bisnis+ (B+COS). Dalam hal yang sama, Sheke Network (SKN), sebuah firma desain arsitektur Tiongkok, telah mengembangkan platform ekonomi berbagi melalui inovasi dalam model bisnis berkelanjutan untuk mempromosikan pembagian sumber daya, pengurangan biaya, dan peningkatan akses ke pengalaman arsitektur (Suprpto & Alvina, 2023).

Khususnya di kalangan usaha kecil dan menengah (UKM), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi semakin tertanam dalam strategi bisnis secara keseluruhan. Integrasi ini didorong oleh kebutuhan untuk komunikasi yang konstan dengan para pemangku kepentingan, semangat kewirausahaan, dan koeksistensi kebijakan CSR yang didorong secara etis dan

ekonomis. Bisnis sekarang perlu merangkul teknologi digital untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang berubah, seperti pandemi COVID-19. Misalnya, digitalisasi telah digunakan oleh bisnis makanan cepat saji Malaysia untuk melanjutkan operasi di tengah krisis. Untuk mengatasi tantangan sosial dan lingkungan serta mempromosikan praktik bisnis yang berkelanjutan, perusahaan memahami betapa pentingnya melibatkan para pemangku kepentingan, seperti pemasok, pelanggan, karyawan, dan regulator (Maulida et al., 2024).

Dari sekadar kegiatan filantropi, CSR dan praktik bisnis berkelanjutan telah berkembang menjadi elemen penting dari strategi perusahaan. Bisnis dapat mengurangi dampak buruknya terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan keuntungan sosial dan ekonomi dengan menerapkan operasi yang ramah lingkungan, manajemen rantai pasokan yang cermat, dan pendekatan yang kreatif. Perusahaan telah dipaksa untuk mengevaluasi kembali model konvensional yang berpusat pada laba dan merangkul pendekatan yang lebih holistik yang mencapai keseimbangan antara keuntungan finansial dan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai respons terhadap kebutuhan mendesak untuk memecahkan masalah global termasuk kesenjangan sosial, penipisan sumber daya, dan perubahan iklim. Meningkatnya penerapan strategi keberlanjutan dan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) oleh bisnis di seluruh dunia merupakan indikasi dari perubahan ini (Ni Putu Manik Julythiawati & Putu Agus Ardiana, 2023).

Program CSR berupaya meningkatkan dampak positif bisnis terhadap ekonomi, masyarakat, dan lingkungan sekaligus meminimalkan dampak negatifnya. Program ini dapat memberikan keuntungan non-moneter seperti meningkatkan inovasi, meningkatkan reputasi perusahaan, serta menarik dan mempertahankan staf. Lebih jauh lagi, bisnis yang telah mengadopsi prinsip keberlanjutan lingkungan, sosial, dan manajerial telah menunjukkan ketahanan yang lebih besar dalam menghadapi bencana seperti epidemi COVID-19 (Ni Putu Manik Julythiawati & Putu Agus Ardiana, 2023).

Kerangka kebijakan regional atau global yang terpadu dan internalisasi eksternalitas aktivitas ekonomi ke dalam model fiskal yang inklusif dan berkelanjutan diperlukan untuk mengatasi perubahan iklim dan ketimpangan melalui inisiatif CSR. Misalnya, untuk mengatasi ketimpangan dan perubahan iklim, negara-negara anggota ASEAN telah berupaya untuk mengintegrasikan dan menyelaraskan kerangka kebijakan regional. Dengan memberi para peneliti, pendidik, dan siswa sarana untuk menganalisis masalah secara kritis dan memberikan solusi, perangkat digital juga dapat sangat membantu dalam memerangi perubahan iklim. Siswa dapat berpartisipasi dalam narasi multimoda dan mengekspresikan pendapat mereka melalui aktivisme digital dengan menggunakan teknologi digital untuk menciptakan makna (Judijanto et al., 2024).

Perusahaan-perusahaan terpaksa mengevaluasi ulang strategi tradisional yang berpusat pada laba dan mengadopsi pendekatan yang lebih holistik yang menyeimbangkan antara keuntungan finansial dan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai respons terhadap kebutuhan mendesak untuk mengatasi masalah global seperti kesenjangan sosial, penipisan sumber daya, dan perubahan iklim. Menurut latar belakang penulis, informasi yang diperoleh dari rumusan masalah yang akan disajikan adalah untuk memastikan tanggung jawab lingkungan perusahaan dan praktik bisnis yang bermoral demi masa depan yang lebih hijau (Satia Nur Maharani, 2020).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pengertian Bisnis**

Bisnis adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi untuk menghasilkan keuntungan melalui penyediaan barang atau jasa kepada konsumen. Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis mencakup semua kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah dan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang efisien dan efektif. Aktivitas ini mencakup berbagai proses, mulai dari produksi, distribusi, hingga penjualan barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis memegang peran penting sebagai penggerak utama dalam sistem perekonomian. Bisnis membantu memastikan ketersediaan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, serta menjadi sumber pendapatan bagi individu dan negara.

Bisnis adalah segala tindakan atau usaha yang dilakukan oleh orang atau organisasi dengan tujuan menghasilkan uang dengan menjual barang atau jasa kepada pelanggan. Dalam bidang ekonomi, bisnis berperan penting dalam menyediakan komoditas dan jasa yang dibutuhkan untuk operasi ekonomi yang efisien (Maulida et al., 2024).

Griffin dan Ebert mendefinisikan bisnis sebagai suatu badan usaha yang menjual barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Sukirno berpendapat bahwa tujuan bisnis adalah untuk memperoleh laba. Setiap orang, perusahaan, atau individu melakukan kegiatan usaha dengan tujuan yang tidak dapat dipungkiri yaitu memperoleh laba untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Tidak ada seorang pun yang mengejar kerugian dalam berbisnis (Hasda et al., 2024).

Madura berpendapat bahwa bisnis adalah suatu organisasi yang didirikan untuk menghasilkan barang dan jasa bagi konsumen. Setiap perusahaan menjalankan bisnis dengan individu. Merekalah yang menderita akibat bisnis tersebut. Dengan berfokus pada tuntutan para manajer dari berbagai bidang fungsional, kerja sama lintas fungsi dalam bisnis bertujuan untuk mengoptimalkan profitabilitas sekaligus mencapai tujuan bersama (Suprpto & Alvina, 2023).

### **2. Tanggung Jawab Lingkungan**

Tanggung jawab lingkungan merupakan kewajiban moral dan etika yang dimiliki oleh individu, organisasi, maupun masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini mencakup berbagai upaya yang bertujuan untuk melindungi, memelihara, dan memperbaiki kualitas lingkungan hidup agar tetap lestari untuk generasi saat ini dan mendatang. Konsep ini berakar pada kesadaran bahwa aktivitas manusia, terutama di bidang ekonomi dan industri, memiliki dampak signifikan terhadap keseimbangan ekosistem.

Dalam konteks bisnis, tanggung jawab lingkungan diwujudkan melalui komitmen perusahaan untuk mengurangi dampak negatif operasional terhadap lingkungan. Hal ini meliputi pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, efisiensi penggunaan energi, perlindungan sumber daya alam, dan penerapan teknologi yang mendukung keberlanjutan. Tidak hanya itu, tanggung jawab lingkungan juga mencakup upaya proaktif seperti reboisasi, pelestarian keanekaragaman hayati, dan pengembangan produk ramah lingkungan.

Kewajiban moral dan etika individu, organisasi, dan kelompok untuk menjaga dan melestarikan lingkungan dikenal sebagai tanggung jawab lingkungan. Tanggung jawab ini terdiri dari berbagai kegiatan yang dimaksudkan untuk mengurangi dampak

buruk terhadap lingkungan dan mendorong perilaku berkelanjutan (Rahayu et al., 2024). Komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup yang menguntungkan perusahaan, masyarakat setempat, dan masyarakat luas dikenal sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai berikut: "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya." Pengaturan mengenai tugas TJSL tersebut selanjutnya berupaya untuk menjaga terciptanya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan selaras dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, sebagaimana tercantum dalam Pasal 74 UUPT (Raodah & Qindy, 2024).

Pada tingkat global, konsep tanggung jawab lingkungan sering dikaitkan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya pada poin-poin yang berkaitan dengan perlindungan lingkungan seperti aksi terhadap perubahan iklim, pelestarian laut, dan pengelolaan sumber daya daratan.

Penerapan tanggung jawab lingkungan memberikan berbagai manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, perusahaan atau individu dapat mengurangi risiko hukum dan meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan sumber daya yang lebih baik. Secara tidak langsung, tanggung jawab lingkungan dapat meningkatkan reputasi, membangun kepercayaan masyarakat, dan menciptakan peluang baru dalam inovasi produk serta pasar.

Kesadaran terhadap pentingnya tanggung jawab lingkungan kini semakin meningkat di berbagai sektor. Masyarakat, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas terkait dampak lingkungan dari aktivitas suatu organisasi. Dengan demikian, tanggung jawab lingkungan bukan hanya menjadi kewajiban, tetapi juga strategi penting untuk menciptakan masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan.

Informasi tentang akuntabilitas lingkungan dapat diungkapkan dengan sejumlah cara, menurut Yanto. Cara pertama untuk mengomunikasikan informasi lingkungan melalui "pengungkapan" adalah dengan merangkul upaya pelestarian lingkungan perusahaan dan temuan evaluasi pihak ketiga yang independen atas kepatuhan entitas terhadap keberlanjutan lingkungan. Kedua, laporan keuangan fundamental juga dapat mencakup pelaporan tentang tanggung jawab lingkungan. Misalnya, peralatan yang dipasok untuk mengurangi pencemaran di lingkungan dapat ditampilkan sebagai aset tetap. Ketiga, biaya yang dikeluarkan untuk melindungi lingkungan dari pencemaran dapat dicatat sebagai biaya laporan laba rugi (Handoko & Santoso, 2023).

### 3. Keberlanjutan

Keberlanjutan (sustainability) adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Konsep ini melibatkan keseimbangan antara tiga aspek utama: ekonomi, lingkungan, dan sosial, yang sering disebut sebagai *triple bottom line* (TBL) atau 3P: *profit* (keuntungan), *people* (manusia), dan *planet* (lingkungan). Keberlanjutan mencakup berbagai upaya untuk melindungi dan melestarikan sumber daya alam, mengurangi jejak ekologi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks

bisnis, keberlanjutan diterapkan melalui praktik yang memadukan efisiensi ekonomi, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan

Kemampuan suatu bisnis untuk memenuhi permintaan saat ini tanpa membahayakan kapasitas generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri disebut sebagai keberlanjutan. Saat ini, *triple bottom line* (TBL), yang merupakan kerja sama dari tiga komponen ekonomi, sosial, dan lingkungan merupakan dasar dari gagasan keberlanjutan. Konsep keberlanjutan sangat bergantung pada tiga komponen, yang terkadang disebut sebagai 3P: *profit*, *people*, dan *planet*. Suatu perusahaan dianggap berkelanjutan jika semua operasi dan prosedur manufakturnya secara aktif mendukung pelestarian lingkungan, memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, dan tetap menghasilkan laba (Suprpto & Alvina, 2023).

#### 4. **Bisnis Berkelanjutan**

Bisnis keberlanjutan (*sustainable business*) adalah pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam setiap aspek operasionalnya. Hal ini mencakup penggunaan sumber daya secara efisien, pengurangan limbah, pengelolaan emisi karbon, serta pemberdayaan komunitas lokal.

Hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, kepuasan dan produktivitas karyawan yang lebih baik, mitigasi risiko, peningkatan reputasi dan citra merek, serta kinerja keuangan jangka panjang merupakan manfaat dari praktik bisnis yang berkelanjutan. Lebih jauh lagi, praktik yang berkelanjutan telah dikaitkan dengan ketahanan dan inovasi yang lebih besar, yang keduanya dapat membantu perusahaan menjadi lebih adaptif dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat (Sjioen et al., 2023).

Strategi bisnis keberlanjutan sering kali melibatkan investasi dalam teknologi hijau, adopsi energi terbarukan, serta desain produk yang lebih ramah lingkungan. Dengan demikian, bisnis tidak hanya menjadi alat pencetak keuntungan, tetapi juga agen perubahan untuk masa depan yang lebih baik.

#### 5. **Etika Bisnis**

bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku dan keputusan dalam dunia bisnis. Konsep ini mencakup standar kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan saling menghormati dalam interaksi antara perusahaan dengan karyawan, konsumen, mitra bisnis, serta masyarakat luas.

Etika bisnis juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan reputasi perusahaan. Ketika sebuah organisasi menjalankan praktik bisnis yang adil dan transparan, hal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga menarik investor dan mitra strategis. Selain itu, etika bisnis memberikan panduan untuk menghindari konflik kepentingan dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Praktik menjalankan bisnis secara adil di semua bidang yang berkaitan dengan organisasi, orang, sektor, dan masyarakat dikenal sebagai etika bisnis. Lebih jauh, pengetahuan yang mengatur norma moral pelaku bisnis di bidang produksi, distribusi, dan konsumsi tertentu juga dapat dipahami sebagai etika bisnis (Maulida et al., 2024). Penggunaan praktik bisnis yang baik dapat meningkatkan kebahagiaan karyawan, menjamin kelangsungan operasi jangka panjang, dan memberi perusahaan kesempatan untuk mengambil langkah lebih jauh menuju globalisasi. Menurut Keraf (1998) dalam

(Ali, 2020), otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral merupakan nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi dalam etika bisnis.

Dengan mengintegrasikan etika bisnis ke dalam praktik sehari-hari, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Etika bisnis yang kuat adalah dasar dari keberhasilan jangka panjang dalam dunia usaha yang semakin kompleks dan kompetitif.

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan oleh tim penulis. Penelitian yang dilakukan untuk mengamati dan memahami fenomena tanpa menggunakan statistik dan angka dikenal sebagai penelitian kualitatif. Fungsi etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam operasi bisnis global merupakan fenomena yang diteliti dalam artikel ini. Kerangka utama untuk menjelaskan temuan analisis adalah landasan teoritis.

Penelitian kualitatif sangat cocok untuk mengeksplorasi fenomena kompleks yang melibatkan interaksi manusia, nilai-nilai moral, dan kebijakan perusahaan yang memengaruhi lingkungan bisnis secara luas. Proses penelitian ini melibatkan analisis mendalam terhadap data deskriptif yang dikumpulkan melalui studi pustaka, sehingga menghasilkan temuan yang relevan dan bermakna.

Dalam artikel ini, kerangka teoritis berperan sebagai landasan utama untuk menjelaskan temuan yang diperoleh dari analisis data. Kerangka tersebut digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema utama yang muncul dalam diskusi tentang etika bisnis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya memberikan gambaran tentang bagaimana fenomena tersebut terjadi, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang signifikansi dan dampaknya terhadap operasional bisnis global.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka untuk mengumpulkan data primer dan sekunder guna mendukung penulisan makalah ini. Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemeriksaan teori dari berbagai literatur yang relevan dengan subjek. Dengan menggunakan metode ini, penulis mengumpulkan berbagai fakta terkait dengan meninjau buku, jurnal, catatan, dan literatur yang relevan.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka atau *literature review* untuk memperoleh data primer dan sekunder yang relevan dengan topik pembahasan. Studi pustaka adalah metode sistematis yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan interpretasi teori serta informasi dari berbagai sumber literatur yang kredibel, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lainnya. Melalui studi pustaka, penulis dapat mengeksplorasi fakta-fakta yang relevan dengan tema penelitian, yaitu etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dalam konteks bisnis. Data yang dikumpulkan mencakup berbagai perspektif teoritis dan empiris yang mendukung pembahasan, sehingga memberikan dasar yang kuat untuk analisis

### 3. Teknik Analisis Data

Tiga langkah membentuk pendekatan analisis data kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (Ni Putu Manik Julythiawati & Putu Agus Ardiana, 2023)

#### 1. Reduksi Data

Mengurangi jumlah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber merupakan langkah awal dalam melakukan analisis. Tujuan dari teknik ini adalah untuk meringkas dan menyederhanakan data sehingga hanya informasi penting yang digunakan.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan langkah selanjutnya yang perlu diselesaikan setelah reduksi data. Pengelompokan data menurut sub-bab yang disusun secara metodis dalam bentuk teks atau narasi merupakan cara penyajian data.

#### 3. Simpulan/Verifikasi

Tahap terakhir atau tahap ketiga yang harus dilakukan oleh tim penulis adalah menarik kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan oleh tim penulis. Penelitian yang dilakukan untuk mengamati dan memahami fenomena tanpa menggunakan statistik dan angka dikenal sebagai penelitian kualitatif. Fungsi etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam operasi bisnis global merupakan fenomena yang diteliti dalam artikel ini. Kerangka utama untuk menjelaskan temuan analisis adalah landasan teoritis.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka untuk mengumpulkan data primer dan sekunder guna mendukung penulisan makalah ini. Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemeriksaan teori dari berbagai literatur yang relevan dengan subjek. Dengan menggunakan metode ini, penulis mengumpulkan berbagai fakta terkait dengan meninjau buku, jurnal, catatan, dan literatur yang relevan. studi pustaka, yang bertujuan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder sebagai dasar untuk mendukung penulisan makalah. Studi pustaka merupakan metode yang melibatkan pengkajian dan analisis berbagai teori serta informasi dari literatur yang relevan dengan subjek penelitian.

Dalam proses ini, penulis mengumpulkan berbagai fakta dan informasi dengan cara meninjau buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lainnya yang memiliki relevansi kuat dengan topik yang dibahas. Teknik ini tidak hanya memungkinkan penulis memperoleh data yang akurat, tetapi juga memberikan perspektif teoretis yang mendalam untuk menganalisis fenomena yang diteliti.

Melalui studi pustaka, penelitian ini mampu membangun dasar teori yang kokoh, mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya, dan menyusun argumen yang didukung oleh bukti ilmiah. Pendekatan ini juga memungkinkan penulis untuk menjelaskan hubungan antara teori yang ada dan fenomena yang diamati secara

menyeluruh. Teknik studi pustaka menawarkan efisiensi waktu dan sumber daya, karena memungkinkan penulis mengakses data yang telah tersedia. Dengan demikian, teknik ini menjadi landasan penting untuk menghasilkan temuan penelitian yang valid dan dapat dipercaya.

### 3. Teknik Analisis Data

Tiga langkah membentuk pendekatan analisis data kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (Ni Putu Manik Julythiawati & Putu Agus Ardiana, 2023)

#### 1. Reduksi Data

Mengurangi jumlah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber merupakan langkah awal dalam melakukan analisis. Tujuan dari teknik ini adalah untuk meringkas dan menyederhanakan data sehingga hanya informasi penting yang digunakan.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan langkah selanjutnya yang perlu diselesaikan setelah reduksi data. Pengelompokan data menurut sub-bab yang disusun secara metodis dalam bentuk teks atau narasi merupakan cara penyajian data.

#### 3. Simpulan/Verifikasi

Tahap terakhir atau tahap ketiga yang harus dilakukan oleh tim penulis adalah menarik kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4. Praktik Bisnis yang Berkelanjutan

Bagi sebuah bisnis, keberlanjutan merupakan komponen yang krusial. Keberlanjutan dan etika merupakan dua aspek bisnis yang saling terkait dan saling memengaruhi. Sementara keberlanjutan mengacu pada kapasitas perusahaan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa membahayakan kapasitas generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, etika bisnis mengacu pada prinsip-prinsip moral yang memandu perilaku dan aktivitas perusahaan saat menjalankan bisnis. Bisnis yang berdedikasi pada praktik bisnis yang etis biasanya mempertimbangkan bagaimana operasi mereka akan memengaruhi masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam menciptakan operasi yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan (Sjioen et al., 2023).

Karena dapat memengaruhi kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi di masa mendatang, keberlanjutan merupakan aspek penting dalam bisnis. Bisnis dapat menurunkan biaya dan meningkatkan efisiensi operasional dengan menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan. Bisnis dapat merasakan keuntungan ini jika mereka dapat menggunakan teknologi yang lebih efisien untuk mengurangi penggunaan energi dan sumber daya alam, atau jika mereka dapat meningkatkan kualitas produk dan meminimalkan limbah untuk meningkatkan efisiensi produksi (Bengu et al., 2024).

Menurut penelitian perusahaan publik Indonesia, bisnis yang berdedikasi pada praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan juga dapat melihat peningkatan dalam hasil keuangan jangka panjang mereka. Kepercayaan pemangku kepentingan dalam melakukan investasi dapat didorong oleh bukti konkret bahwa proses produksi perusahaan mempertimbangkan isu sosial dan lingkungan melalui penerbitan laporan keberlanjutan. Hal ini akan meningkatkan laba perusahaan (Suprpto & Alvina, 2023).

Peningkatan daya saing bisnis juga dipengaruhi oleh keberlanjutan dalam operasi perusahaan. Dengan memenuhi permintaan konsumen akan barang dan jasa yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, bisnis yang berdedikasi pada keberlanjutan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Bisnis yang berinvestasi dalam praktik bisnis yang berkelanjutan dapat memperoleh kepercayaan dan loyalitas dari investor dan pelanggan di seluruh dunia, karena keberlanjutan menjadi perhatian yang lebih penting bagi kedua kelompok tersebut (Pratika et al., 2022). Namun, untuk menjangkau pasar baru, bisnis juga dapat menggunakan praktik bisnis yang berkelanjutan untuk membantu mereka memenuhi standar pasar dan peraturan yang semakin ketat. Bisnis yang berdedikasi untuk mengurangi emisi karbon dan memanfaatkan sumber energi terbarukan, misalnya, dapat memasuki pasar dengan undang-undang lingkungan yang ketat (Ni Putu Manik Julythiawati & Putu Agus Ardiana, 2023).

Seperti halnya penerapan etika bisnis yang baik, bisnis dapat meningkatkan reputasi mereka di mata konsumen, investor, dan masyarakat umum dengan memasukkan keberlanjutan ke dalam operasi mereka. Telah dibuktikan bahwa memasukkan keberlanjutan ke dalam aspek sosial dan lingkungan perusahaan akan meningkatkan nilainya. Dengan melakukan ini, bisnis dapat meningkatkan hubungan mereka dengan pemerintah daerah dan regulator serta memenangkan kepercayaan dan dukungan masyarakat (Suprpto & Alvina, 2023).

##### **5. Mewujudkan Tanggung Jawab Lingkungan yang Beretika**

Pendekatan yang dikenal sebagai tanggung jawab lingkungan yang etis menekankan pada kesadaran moral dalam interaksi antara manusia dan lingkungan. Sebagai bagian dari kewajiban moral kita terhadap lingkungan dan semua makhluk hidup, gagasan ini menyoroti betapa pentingnya melestarikan dan melindungi alam. Studi tentang hubungan moral antara manusia dan lingkungan, serta tindakan yang tepat untuk melestarikan dan merawat alam, dikenal sebagai etika lingkungan (Agung et al., 2022). Ini termasuk menyadari bahwa manusia memiliki tugas untuk melestarikan keseimbangan ekosistem di samping hak atas sumber daya alam.

Etika lingkungan didasarkan pada sejumlah gagasan mendasar: (Suprpto & Alvina, 2023)

1. Menghormati Nilai Intrinsik Alam: Alam harus dianggap sebagai entitas dengan nilai intrinsik selain sebagai sumber daya.
2. Saling Ketergantungan Ekosistem dan Spesies: Karena alam dan manusia saling bergantung, kerusakan pada salah satu akan memengaruhi yang lain.

3. Keberlanjutan Ekologis: Untuk menjaga keberlanjutan ekosistem, diperlukan penggunaan sumber daya alam secara bijaksana.
4. Tanggung Jawab Manusia: Setiap orang berkewajiban untuk berperilaku moral terhadap lingkungan, termasuk memperhitungkan dampak jangka panjang dari aktivitas mereka.
5. Solidaritas Kosmik: Menyadari pentingnya semua makhluk hidup dan kebutuhan bersama mereka untuk membantu melestarikan lingkungan.

Ada beberapa cara untuk memasukkan etika lingkungan ke dalam kehidupan sehari-hari, termasuk: (Kusumaningrum & Safitra, 2020)

1. Menggunakan lebih sedikit sumber daya alam (misalnya, air dan energi).
2. Memotong emisi karbon dengan menggunakan angkutan umum.
3. Menerapkan pengelolaan sampah menggunakan 3R (Reduce, Reuse, Recycle).
4. Mendukung undang-undang yang memprioritaskan konservasi dan keberlanjutan lingkungan.

Etika bisnis memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku dan keputusan perusahaan. Berikut ini adalah beberapa aspek penting dari fungsi etika dalam dunia bisnis: (Suprpto & Alvina, 2023)

1. Membangun Kredibilitas dan Kepercayaan  
Reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh etika bisnisnya. Pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya cenderung lebih memercayai bisnis yang menjunjung tinggi standar etika yang tinggi. Melalui referensi yang baik, kepercayaan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas klien tetapi juga menarik bisnis baru..
2. Mempertahankan Keadilan dan Keterbukaan  
Etika bisnis mendorong bisnis untuk berperilaku adil dan terbuka dalam semua urusan mereka, baik dengan mitra, pelanggan, maupun karyawan. Pendekatan ini mencakup memperlakukan semua pihak secara setara, berkomunikasi dengan jujur, dan menghindari manipulasi data. Dengan melakukan hal ini, bisnis dapat mengurangi kemungkinan terjadinya perselisihan dan memperkuat ikatan yang langgeng.
3. Meningkatkan Budaya Organisasi  
Budaya bisnis yang positif dihasilkan dengan menerapkan etika secara konsisten. Tempat kerja yang produktif dapat dibangun dan motivasi karyawan meningkat melalui budaya ini. Pekerja lebih berdedikasi pada tujuan perusahaan dan lebih loyal ketika mereka yakin bahwa mereka bekerja untuk organisasi yang beretika.
4. Menurunkan Risiko Finansial dan Hukum  
Perusahaan yang menjunjung tinggi prinsip moral cenderung tidak akan terlibat dalam kegiatan yang melanggar hukum atau tidak bermoral, yang dapat mengakibatkan denda atau kerugian finansial lainnya. Perusahaan dapat melindungi diri dari dampak negatif jangka panjang dengan menjauhi perilaku yang meragukan secara moral atau hukum.

## 6. Strategi Penerapan Tanggung Jawab Lingkungan Untuk Masa Depan Hijau

Mengintegrasikan nilai-nilai moral ke dalam pengelolaan sumber daya alam dan interaksi manusia dengan lingkungan merupakan metode untuk tanggung jawab lingkungan yang etis dan masa depan yang hijau. Berikut ini adalah beberapa taktik yang dapat digunakan:

### 1. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) harus dimasukkan ke dalam rencana bisnis. CSR merupakan dedikasi untuk menegakkan prinsip-prinsip moral dan memberikan dampak positif pada lingkungan dan masyarakat. Ini mencakup program-program seperti: Mengurangi emisi karbon: Menggunakan teknologi ramah lingkungan untuk mengurangi emisi karbon. Pengelolaan Limbah: Menerapkan teknik pengelolaan limbah yang benar, seperti daur ulang dan pengurangan penggunaan plastik (Maulida et al., 2024).

### 2. Metode Bisnis Berkelanjutan

Bisnis harus membuat pedoman yang mendukung keberlanjutan, seperti: Penggunaan Energi Terbarukan: Melakukan transisi ke sumber energi terbarukan yang lebih hijau. Rantai pasokan yang berkelanjutan adalah rantai yang mematuhi peraturan lingkungan yang ketat (Agung et al., 2022).

### 3. Kesadaran dan Pendidikan tentang Lingkungan

Dengan mengadakan lokakarya dan sesi pelatihan bagi anggota staf tentang kegiatan ramah lingkungan, dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dan karyawan tentang nilai etika lingkungan. Kampanye Kesadaran: Memulai inisiatif untuk memberi tahu masyarakat tentang bagaimana tindakan mereka memengaruhi lingkungan. (Rahayu et al., 2024)

### 4. Bekerja sama dengan para pemangku kepentingan

Bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti masyarakat setempat, LSM, dan pemerintah, untuk: Proyek Konservasi: Menciptakan inisiatif kerja sama untuk melestarikan ekosistem regional. Komunikasi Terbuka: Membangun komunikasi yang jujur dengan para pemangku kepentingan mengenai kebijakan dan prosedur lingkungan perusahaan (Raodah & Qindy, 2024).

### 5. Menerapkan Prinsip Etika Lingkungan ke dalam Praktik

Mencantumkan nilai-nilai etika lingkungan ke dalam semua aspek operasi bisnis, seperti: Menghormati nilai alamiah alam berarti memandangnya sebagai entitas yang memiliki nilai alamiah, bukan sekadar sumber daya. Memastikan bahwa tidak ada aktivitas komersial yang membahayakan keanekaragaman hayati atau ekosistem dikenal sebagai keberlanjutan ekologis (Dharma Nurhalim, 2023).

## KESIMPULAN

Dalam era modern yang semakin menekankan pentingnya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan, perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar untuk berkontribusi terhadap masa depan yang hijau melalui praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Praktik tanggung jawab

lingkungan bukan hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga strategi penting untuk memastikan keberlanjutan operasional perusahaan dalam jangka panjang. Dengan menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bagian integral dari strategi bisnis, perusahaan dapat menunjukkan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan, sekaligus memperkuat citra merek dan hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Pendidikan dan kesadaran lingkungan menjadi elemen kunci dalam mendorong perubahan pola pikir, baik di dalam organisasi maupun di masyarakat. Melalui edukasi, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan, tetapi juga menginspirasi tindakan nyata yang berkontribusi pada pelestarian ekosistem. Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, komunitas, dan organisasi non-pemerintah, menjadi langkah strategis untuk menciptakan sinergi dalam mengatasi tantangan lingkungan yang kompleks.

Selain itu, penerapan konsep etika lingkungan dalam setiap aspek operasional perusahaan memberikan dasar yang kuat untuk membangun reputasi yang positif dan meningkatkan daya saing. Dengan memastikan bahwa semua proses bisnis meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, perusahaan dapat mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam budaya kerja mereka. Hal ini mencakup pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, penggunaan sumber daya secara efisien, dan pengurangan emisi karbon yang berkontribusi terhadap perubahan iklim. Perusahaan yang fokus pada masa depan yang hijau harus mampu mengadopsi pendekatan holistik yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan selain aspek finansial. Dengan memahami dan melaksanakan tanggung jawab lingkungan secara etis, perusahaan tidak hanya mendukung keberlanjutan planet ini tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Langkah-langkah ini tidak hanya penting untuk masa kini tetapi juga merupakan investasi untuk generasi mendatang.

Secara keseluruhan, adopsi tanggung jawab lingkungan yang kuat adalah landasan untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada keberlanjutan. Dengan demikian, perusahaan dapat memainkan peran signifikan dalam membangun masa depan yang lebih hijau, berkelanjutan, dan sejahtera bagi seluruh umat manusia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agung, A. S., Eko Yudiandri, T., Ernawati, H., & Adianto. (2022). Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Bengu, H., Kelin, S. P., & Hadjon, R. P. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *TIMOR CERDAS – Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer Dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1), 1–7.
- Dharma Nurhalim, A. (2023). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 14(2a), 11–20. <https://doi.org/10.47927/jikb.v14i2a.536>
- Handoko, J., & Santoso, V. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dengan Tanggung Jawab Sosial sebagai Pemediiasi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 84–101. <https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.56571>

- Hasda, M., Winario, M., Hidayat, H., & Zaim, M. (2024). Penerapan Strategi Bisnis Berkelanjutan Sesuai Dengan Prinsip Syariah Di Dhuafa Mart. *Journal of Community Service and Empowerment*, 1(1), 23–29.
- Judijanto, L., Fajariana, D. E., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024). Eksplorasi Penelitian Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Pendekatan Bibliometrik. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 115–123. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.369>
- Kusumaningrum, A. D., & Safitra, D. A. (2020). Era Ekonomi Berkelanjutan: Studi literatur tentang Gerakan Bisnis Berkelanjutan. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 10–17. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.821>
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6(1), 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>
- Ni Putu Manik Julythiawati, & Putu Agus Ardiana. (2023). Pengaruh Pelibatan Pemangku Kepentingan dan Tanggung Jawab Sosial Pada Reputasi Perusahaan. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 239–246. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i2.1016>
- Pratika, N. suci, Ningsih, S., & Pardanawati, S. L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perataan Laba. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis*, 1(3), 110–117. <https://doi.org/10.53088/jikab.v1i3.20>
- Rahayu, I., Suwarna, A. I., Wahyudi, E., Asfahani, A., & Jamin, F. S. (2024). Pendidikan Lingkungan Hidup dengan Membentuk Kesadaran Lingkungan dan Tanggung Jawab Sosial di Kalangan Pelajar. *Global Education Journal*, 2(2), 101–110. <https://doi.org/10.59525/gej.v2i2.344>
- Raodah, P., & Qindy, F. H. Al. (2024). Aspek Hukum Mengenai Tanggung Jawab Lingkungan Oleh Pelaku Usaha Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science* ..., 4(1), 12297–12308. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8737%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/8737/6439>
- Satia Nur Maharani. (2020). SUSTAINABILITY REPORTING SEBAGAI MEDIA PERUSAHAAN DALAM MENGEMBANGKAN DAN MELAPORKAN KEBIJAKAN BISNIS BERKELANJUTAN. *Universitas Islam Negeri AR-Raniry*, 1(1), 85–125.
- Sjioen, A. E., Amaludin, Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, & Wahyudi, I. (2023). Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 239–248. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.557>
- Suprpto, Y., & Alvina, J. (2023). Peran Etika , Keberlanjutan , dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 598–607. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3966>