

Kontribusi Etika, Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial dalam Dunia Bisnis Internasional

Hendra Ibrahim^{1*}, Rizky Azura², Enia Fadila Sitakar³

¹Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Indonesia

^{2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

E-mail: hendra@ishlahiyah.ac.id¹, kiaraazura14@gmail.com², enifadilla@gmail.com³

Alamat: Kampus I UIN SU Jl. IAIN No.1, Sutomo Medan

*Korespondensi penulis: hendra@ishlahiyah.ac.id

Abstract. *This research aims to analyze the contribution of business ethics, sustainability, and corporate social responsibility (CSR) in international business. Using a descriptive qualitative method based on literature study, this research explores various literatures from scientific journals, academic books, and sustainability reports of global companies and organizations. The results show that business ethics play a role in building corporate reputation, maintaining stakeholder trust, and ensuring fair and transparent business practices. Sustainability is a key aspect of international business operations, especially in the face of global challenges such as climate change, resource exploitation, and social inequality. Meanwhile, the implementation of CSR in international business not only improves the company's image but also has a positive impact on society and the environment, in line with the Triple Bottom Line concept (people, planet, profit). In addition to the benefits, this study also identifies challenges in the implementation of business ethics, sustainability and CSR, such as regulatory differences between countries and the complexity of balancing economic and social interests. Therefore, companies are expected to integrate these principles into their business strategies to achieve long-term sustainability and meet the demands of a global market that increasingly emphasizes ethical and responsible business practices.*

Keywords: *Business Ethics, Corporate, International Business, Sustainability.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi etika bisnis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam bisnis internasional. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka, penelitian ini menggali berbagai literatur dari jurnal ilmiah, buku akademik, serta laporan keberlanjutan perusahaan dan organisasi global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis berperan dalam membangun reputasi perusahaan, menjaga kepercayaan pemangku kepentingan, serta memastikan praktik bisnis yang adil dan transparan. Keberlanjutan menjadi aspek kunci dalam operasional bisnis internasional, terutama dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, eksploitasi sumber daya, dan ketimpangan sosial. Sementara itu, penerapan CSR dalam bisnis internasional tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, sejalan dengan konsep Triple Bottom Line (people, planet, profit). Selain manfaatnya, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam implementasi etika bisnis, keberlanjutan, dan CSR, seperti perbedaan regulasi antarnegara dan kompleksitas dalam menyeimbangkan kepentingan ekonomi dan sosial. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat mengintegrasikan prinsip-prinsip ini ke dalam strategi bisnis mereka guna mencapai keberlanjutan jangka panjang serta memenuhi tuntutan pasar global yang semakin menekankan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Bisnis Internasional, Etika Bisnis, Keberlanjutan, Perusahaan.

1. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis internasional menghadapi masalah yang kompleks terkait dengan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial di era globalisasi yang semakin dinamis. Perusahaan harus mengikuti etika dan tanggung jawab sosial karena persaingan pasar yang semakin ketat. Globalisasi telah memperluas skala bisnis internasional dengan membuka pasar yang lebih luas dan memungkinkan perdagangan internasional yang lebih cepat dan efektif (Yandi Suprpto et al., 2023). Karena tuntutan konsumen, peraturan pemerintah, dan globalisasi, perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh operasi mereka. Untuk itu perusahaan harus mempertimbangkan etika, keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan terutama dalam bisnis Internasional.

Etika bisnis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan cara pengusaha menjalankan bisnis mereka. Pada umumnya, etika bisnis ini dapat membantu pengusaha membuat lingkungan kerja yang menyenangkan yang tidak menimbulkan konflik antara mereka dan bisnis mereka (Ibrahim, 2024). Etika bisnis menjadi dasar pengambilan keputusan perusahaan untuk menjaga kepercayaan pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Prinsip-prinsip etis membantu perusahaan membangun reputasi yang baik, menghindari praktik bisnis yang merugikan, dan menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan transparan. Praktik keberlanjutan juga digunakan dalam strategi bisnis dinamis yang dikenal sebagai keberlanjutan untuk melibatkan pemangku kepentingan dan mencapai tujuan pemegang saham (Jihan Fairus, 2023). Dengan mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam model bisnis mereka, perusahaan dapat menciptakan nilai yang lebih luas bagi para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, investor, dan komunitas lokal.

Selain etika bisnis dan keberlanjutan, terdapat juga tanggung jawab sosial yang di implementasikan dan biasa disebut CSR (Corporate Social Responsibility) yang merupakan salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh perusahaan multinasional untuk menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat (Perkasa, 2024). Perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial untuk meningkatkan reputasi dan kemajuan perusahaan. Tanggung jawab sosial adalah kewajiban perusahaan untuk melindungi dan membantu orang-orang di lingkungan perusahaan. Perusahaan dapat menerapkan tanggung jawab sosial terhadap orang-orang yang memiliki kepentingan terhadap lingkungan, masyarakat dan kesejahteraan sosial (Nurasha Alfahira, 2024)

Studi oleh Carroll dan Shabana (2019) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menerapkan praktik CSR secara konsisten cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, dan komunitas lokal. Hal ini

sejalan dengan temuan dari Freeman et al. (2020) yang menekankan pentingnya pendekatan stakeholder theory dalam memahami bagaimana etika dan tanggung jawab sosial dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu, penelitian oleh Elkington (2018) tentang "*triple bottom line*" (people, planet, profit) menunjukkan bahwa keberlanjutan lingkungan dan sosial tidak boleh diabaikan dalam pencapaian keuntungan ekonomi. Di sisi lain, penelitian oleh Hahn et al. (2021) mengidentifikasi tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam operasi bisnis internasional, terutama dalam konteks perbedaan regulasi dan budaya antarnegara. Hal ini diperkuat oleh studi dari Kolk (2022) yang menyoroti kompleksitas implementasi CSR di pasar global, di mana perusahaan harus menyeimbangkan antara kepatuhan terhadap standar internasional dan adaptasi terhadap kondisi lokal.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam kontribusi etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dalam konteks bisnis internasional. Dengan menganalisis praktik-praktik terbaru dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan multinasional.

2. KAJIAN TEORITIS

Bisnis Internasional

Bisnis internasional mengacu pada perdagangan yang sangat luas antar negara, yang juga mencakup impor dan ekspor. Bisnis internasional adalah kerjasama antara dua atau lebih negara yang menguntungkan masing-masing negara dengan memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh produksi domestik (Ade Noviola Fadillah, 2023). Bisnis internasional mencakup perdagangan dan manufaktur internasional serta sektor jasa yang berkembang di bidang seperti transportasi, pariwisata, perbankan, periklanan, konstruksi, perdagangan eceran, perdagangan besar, dan komunikasi massa (Gumilar, 2018).

Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani "*Ethos*", yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Ini menunjukkan bahwa etika terkait dengan prinsip-prinsip, aturan hidup yang baik, dan kebiasaan yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari generasi ke generasi (Maulida, 2024). Etika biasanya digambarkan sebagai usaha sistematis untuk menginterpretasikan pengalaman moral individu atau sosial kita dengan menggunakan akal, dengan tujuan menetapkan peran yang mengatur perilaku manusia dan nilai-nilai yang bermanfaat dalam kehidupan. Dalam istilah sederhana, mempelajari etika bisnis berarti

mempelajari apa yang baik dan apa yang buruk dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip moralitas (Iqbal, 2022). Etika bisnis adalah penerapan prinsip etika normatif ke dalam perilaku bisnis.

Keberlanjutan

Keberlanjutan sering kali didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang. Konsep ini menekankan pentingnya keadilan antargenerasi dan pergeseran fokus dari sumber daya ke manusia (Sen, 2013). Keberlanjutan sekarang menjadi topik utama penelitian bisnis, terutama dalam manajemen rantai pasokan. Perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dalam jangka panjang dengan memasukkan keberlanjutan ke dalam strategi mereka (Anne Quarshie, 2016). Keberlanjutan juga melibatkan pemahaman tentang sistem mana yang harus dipertahankan, berapa lama, dan bagaimana menilai keberlanjutan tersebut.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komitmen terus menerus perusahaan untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas (Erjani, 2024). Di sisi lain, beberapa orang menganggap CSR sebagai konsep yang mengacu pada tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan di luar tujuan utama untuk menghimpun tanggung jawab sosial perusahaan. Karena perusahaan beroperasi di berbagai negara dan budaya dengan tantangan sosial dan lingkungan yang berbeda, peran CSR menjadi semakin penting dalam konteks bisnis internasional. Prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang sering dianggap sebagai inti etika bisnis, menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab hukum dan finansial terhadap pemegang sahamnya, tetapi juga terhadap pihak berkepentingan lainnya (Nur Halisah Fajarini, 2024). Karena perusahaan tidak dapat beroperasi secara mandiri tanpa bantuan pihak lain, mereka harus bertanggung jawab atas segala bentuk tanggung jawab. Pilihan yang dibuat oleh suatu perusahaan berkaitan dengan prinsip-prinsip etika, kepatuhan terhadap hukum dan keputusan, dan penghormatan terhadap individu, masyarakat, dan lingkungan. Keputusan ini dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (literature review). Metode ini dipilih untuk menganalisis dan memahami peran etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional berdasarkan berbagai sumber literatur yang relevan. Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang konsep, prinsip, dan implementasi keberlanjutan, etika, dan tanggung jawab sosial dalam konteks bisnis internasional. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini tidak menggunakan data statistik; sebaliknya, ia menginterpretasikan data dari berbagai literatur yang dikaji.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur ilmiah, penelitian-penelitian terdahulu dan publikasi akademik. Data ini mencakup jurnal-jurnal ilmiah serta buku-buku akademik yang membahas etika bisnis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam skala internasional.

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah studi pustaka. Analisis isi (content analysis) digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Ini berarti informasi disusun berdasarkan topik utama seperti etika bisnis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik, hubungan antara konsep-konsep yang ditemukan dalam literatur disusun secara sistematis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kontribusi Etika dalam Bisnis Internasional

Perusahaan harus menghadapi lingkungan internasional yang beragam, seperti kekuatan politik, ekonomi, persaingan, dan budaya. Karena kondisi bisnis internasional seringkali berbeda dari kondisi bisnis domestik, etika sangat penting dalam bisnis internasional. Untuk menjaga hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan, termasuk mitra bisnis, pemerintah, masyarakat lokal, pelanggan, dan investor, diperlukan standar etis yang ketat (Yandi Suprpto, 2023)

Pada umumnya, etika adalah refleksi kritis tentang tindakan yang baik dan buruk. Etika dalam bisnis didefinisikan sebagai aturan moral yang mengatur bagaimana anggota perusahaan berperilaku dengan orang-orang di dalam dan di luar perusahaan berdasarkan norma dan nilai moral yang berlaku di tempat tersebut (Rahimaji, 2019). Etika sangat penting dalam bisnis internasional. Jika sebuah perusahaan beroperasi di negara lain, etika dapat membantu memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan adil dan bertanggung jawab di negara tersebut.

Etika membantu bisnis internasional menjaga standar moral untuk perusahaan yang beroperasi di negara lain dan mencegah mereka terlibat dalam praktik negatif seperti korupsi, eksploitasi tenaga kerja, atau pelanggaran hak asasi manusia. Etika juga membantu menjaga hubungan baik antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis internasional. Hubungan yang kuat dapat membantu bisnis mendapatkan lisensi, izin, dan dukungan dari pemerintah dan masyarakat setempat, yang menjadikannya sangat penting.

Perusahaan yang baik harus menerapkan etika bisnis yang baik untuk melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat termasuk pelanggan, karyawan, investor, masyarakat, dan lingkungan—dan meningkatkan reputasinya di negara operasional (Nandiwardhana, 2020). Selain itu, etika sangat penting untuk memastikan bahwa keputusan bisnis tetap konsisten. Karena budaya, nilai, dan norma yang berbeda dari setiap negara berbeda, etika bisnis berfungsi sebagai pedoman utama untuk membuat keputusan tentang kegiatan bisnis di seluruh dunia.

Kontribusi Keberlanjutan dalam Bisnis Internasional

Keberlanjutan, juga dikenal sebagai *sustainability*, yang sangat krusial bagi suatu perusahaan (Gerner, 2019). Dalam dunia bisnis, keberlanjutan dan etika adalah dua komponen yang saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lain. Sebuah istilah yang disebut "etika bisnis" mengacu pada prinsip-prinsip moral yang mengatur bagaimana sebuah perusahaan bertindak dan berperilaku dalam hubungannya dengan bisnisnya (Rahmadania, 2020). Meskipun demikian, keberlanjutan mengacu pada seberapa baik sebuah perusahaan dapat memenuhi kebutuhan operasional saat ini dan juga memenuhi kebutuhan operasional berikutnya.

Perusahaan yang menerapkan etika bisnis yang baik biasanya mempertimbangkan bagaimana tindakan mereka berdampak pada masyarakat dan lingkungan. Ini dapat membantu perusahaan mengembangkan model bisnis yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Keberlanjutan sangat penting bagi bisnis internasional karena dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis dan kemampuan mereka untuk bertahan di masa depan. Perusahaan dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi operasional dengan menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan (AR Adissa, 2022). Perusahaan dapat menikmati keuntungan ini jika mereka dapat menggunakan teknologi yang lebih efisien untuk mengurangi konsumsi sumber daya alam dan energi, atau meningkatkan efisiensi proses produksi dengan mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan dan menghasilkan produk yang lebih baik. Selain itu, penelitian tentang perusahaan publik di Indonesia menemukan bahwa perusahaan yang mengadopsi

praktik bisnis yang berkelanjutan yang mempertimbangkan masalah lingkungan dan sosial dengan mengungkapkan laporan berkelanjutan dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka dalam jangka panjang (Mulpiani, 2019)

Keberlanjutan bisnis internasional berkontribusi dalam memenuhi permintaan pasar untuk barang dan jasa yang berkelanjutan dan ramah lingkungan serta memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih besar dapat meningkatkan daya saing mereka. Karena *sustainability* semakin menjadi perhatian investor dan konsumen di seluruh dunia, perusahaan yang berinvestasi dalam praktik bisnis yang berkelanjutan dapat memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Sebaliknya, perusahaan yang berkomitmen pada pengurangan emisi karbon dan penggunaan energi terbarukan, misalnya, dapat memperoleh akses ke pasar yang memiliki regulasi lingkungan yang ketat dengan bantuan praktik bisnis yang berkelanjutan.

Keberlanjutan praktik bisnis, bersama dengan penerapan etika bisnis yang baik, juga membantu perusahaan mendapat pandangan yang bagus di mata investor, pelanggan, dan masyarakat umum. Perusahaan dapat meningkatkan nilainya melalui penerapan inisiatif keberlanjutan lingkungan dan sosial (Muhammad Pratama, 2019). Ini dapat mendukung bisnis mendapatkan keyakinan dan *support* masyarakat serta meningkatkan hubungannya dengan pemerintah dan regulator setempat.

Kontribusi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perusahaan yang terus berkomitmen untuk berperilaku secara moral, meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta mendorong kemajuan ekonomi. Di sisi lain, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab lingkungan dan sosial Perusahaan. Karena perusahaan beroperasi di seluruh dunia, peran CSR menjadi semakin signifikan dalam konteks bisnis internasional karena budaya dan negara yang berbeda, masing-masing dengan tantangan sosial dan lingkungan yang berbeda.

Perusahaan yang menerapkan CSR dalam operasinya dianggap memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih besar di mata masyarakat dan pelanggan, yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Afifah, 2021). Selanjutnya menurut konsep *Triple Bottom Line* (TBL), CSR berfungsi untuk meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan dengan meningkatkan kesejahteraan pelanggan, pemasok, karyawan, komunitas, dan lingkungan. TBL menekankan tiga dimensi keberlanjutan: lingkungan, sosial, dan ekonomi. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kinerja bisnis secara

lebih luas daripada hanya menghitung profitabilitas. (Mushowirotn, 2020). Tiga dimensi TBL memiliki arti berikut:

- 1) Dimensi Ekonomi: Dimensi ini berfokus pada profitabilitas perusahaan; jika perusahaan ingin bertahan dalam jangka panjang, mereka harus mengevaluasi keuntungan ekonomi.
- 2) Dalam dimensi sosial, perusahaan harus mempertimbangkan hubungan dan tanggung jawab sosial mereka sehubungan dengan masyarakat dan karyawannya, termasuk hak asasi manusia, keadilan, kesetaraan, dan hak-hak pekerja.
- 3) Dalam dimensi lingkungan, perusahaan harus mengkaji bagaimana kegiatan bisnis mereka berdampak pada lingkungan, seperti penggunaan sumber daya alam yang tidak digunakan, emisi gas, dan efek rumah kaca.

Dalam pelaksanaan bisnis internasional, kegiatan CSR yang baik juga membantu mengurangi risiko dan mempertahankan perusahaan (Wijaya, 2021). Organisasi dapat memiliki merek yang lebih baik dan mengurangi risiko sosial dengan mempertimbangkan etika, lingkungan, dan aspek ekonomi. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial sangat terkait untuk memastikan bahwa bisnis bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Etika bisnis biasanya bekerja sama dengan CSR untuk memastikan bahwa bisnis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Etika bisnis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan elemen penting dalam bisnis internasional. Ketiganya saling berkaitan dalam memastikan perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab dan berintegritas di lingkungan global yang beragam. Tekanan sosial dan lingkungan yang meningkat menuntut perusahaan untuk menerapkan praktik bisnis berkelanjutan serta mengkaji kembali tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan setempat. Dengan mengintegrasikan etika bisnis, keberlanjutan, dan CSR dalam strategi bisnis, perusahaan dapat memperkuat reputasi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Penerapan kode etik yang baik juga membantu membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan citra positif. Oleh karena itu, perusahaan perlu beroperasi secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan guna meningkatkan kesejahteraan sosial secara global.

DAFTAR REFERENSI

- Ade Noviola Fadillah, H. I. (2023). Peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis internasional. *Jurnal Minfo Polgan*.
- Afifah, N. A. (2021). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*.
- Anne Quarshie, A. S. (2016). Sustainability and corporate social responsibility in supply chains: The state of research in supply chain management and business ethics journals. *Journal of Purchasing and Supply Management*.
- AR Adissa, A. S. (2022). Pengaruh pengungkapan sustainability report dalam memoderasi hubungan pengungkapan enterprise risk management (ERM) terhadap kinerja perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020). *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Erjani, N. R. (2024). Peran dan etika tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*.
- Gerner, M. (2019). Assessing and managing sustainability in international perspective: Corporate sustainability across cultures – towards a strategic framework implementation approach. *International Journal of Corporate Social Responsibility*.
- Gumilar, A. (2018). Analisis bisnis internasional di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*.
- Ibrahim, N. H. (2024). Peranan etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 367-374.
- Iqbal, R. (2022). Digital marketing perspektif etika bisnis Islam. *Jurnal Mubtadiin*.
- Jihan Fairus, E. M. (2023). Pengaruh kinerja keberlanjutan perusahaan dan ecoefficiency terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*.
- Maulida, N. S. (2024). Islamic business ethics: Implementation of principles of justice and responsibility in Sharia economics. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Muhammad Pratama, I. P. (2019). Analisis pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan sustainability reporting terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*.
- Mulpiani, W. (2019). Pengaruh pengungkapan sustainability report terhadap kinerja perusahaan publik di Indonesia. *Akurasi: Journal of Accounting and Finance Studies*.
- Mushowirotnun, N. H. (2020). Implementasi konsep triple bottom line pada corporate social responsibility di Rumah Makan Cepat Saji Ayam Geprek Sa'i. Universitas Islam Indonesia.
- Nandiwardhana, B. (2020). Etika komunikasi public relations dalam menjaga citra perusahaan. *JCommsci - Journal of Media and Communication Science*.

- Nur Halisah Fajarini, H. I. (2024). Peranan etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*.
- Nurasha Alfahira, P. S. (2024). Peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 187-194.
- Perkasa, R. A. (2024). Penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam international human resources management. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*.
- Rahimaji, A. (2019). Etika bisnis pada PT XYZ. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Rahmadania, S. (2020). Etika bisnis (business ethic) pada PT. TN Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*.
- Sen, A. (2013). The ends and means of sustainability. *Journal of Human Development and Capabilities*.
- Wijaya, R. E. (2021). Corporate social responsibility and firm risk: Controversial versus noncontroversial industries. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Yandi Suprpto, J. A. (2023). Peran etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis internasional. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 598-607.