

HARMONI BISNIS DAN LINGKUNGAN DALAM MEMBANGUN ETIKA BISNIS UNTUK MASA DEPAN BERKELANJUTAN

Dicky Adiansyah^{1*}, Shafira Azzahra Ramadhani², Mareta Suwartini³, Yusmaniarti

University of Muhammadiyah Bengkulu^{1,2,3,4}

dickyadiansyahbkl@gmail.com, azzhrasafira21@gmail.com,

maretasuwartini@gmail.com, yusmaniarti@umb.ac.id

Received: 11-02-2024

Revised: 24-12-2024

Approved: 25-01-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keterkaitan antara etika bisnis dan keberlanjutan lingkungan dalam membangun masa depan yang lebih baik. Metode yang digunakan adalah *systematic literature review (SLR)*, yaitu pendekatan sistematis dan terstruktur untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menganalisis literatur terkait. Penelitian ini menggunakan lebih dari 20 artikel yang dipilih dari database Google Scholar dan Connected Paper dengan fokus pada topik "Harmoni Bisnis dan Lingkungan dalam Membangun Etika Bisnis untuk Masa Depan Berkelanjutan" yang diterbitkan pada periode 2014–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi etika bisnis dengan keberlanjutan memberikan dampak positif bagi perusahaan, terutama dalam pengurangan risiko hukum, penguatan hubungan dengan pemangku kepentingan, dan peningkatan tanggung jawab sosial. Selain itu, penerapan konsep seperti *greening of management*, sistem manajemen lingkungan (SML), dan pemasaran hijau membantu menciptakan harmoni antara bisnis dan lingkungan. Penelitian ini juga menegaskan bahwa perusahaan yang berpegang pada prinsip-prinsip etis cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan daya saing yang lebih kuat. Simpulan, pengintegrasian etika bisnis dan keberlanjutan merupakan langkah strategis yang penting untuk menghadapi tantangan masa depan. Dengan menerapkan nilai-nilai etika, perusahaan dapat membangun harmoni antara kepentingan bisnis dan lingkungan, sehingga menciptakan manfaat jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan.

Kata Kunci : Etika Bisnis; Keberlanjutan; Harmoni Bisnis dan Lingkungan; Manajemen Ramah Lingkungan

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin maju, perusahaan menghadapi tantangan besar untuk menjalankan bisnis mereka tanpa merusak lingkungan. Bisnis sekarang berbicara tentang profitabilitas dan bagaimana memengaruhi masyarakat dan lingkungan. Harmoni antara bisnis dan lingkungan sangat penting untuk kelangsungan hidup manusia dan ekosistem. Sebagian besar ahli setuju bahwa membangun etika Kami akan membahas seberapa pentingnya harmonisasi bisnis-lingkungan dan bagaimana hal ini berdampak pada keberlanjutan dalam artikel ini. Bisnis yang berpusat pada keberlanjutan dapat menjadi pendekatan utama untuk menangani masalah ini.

Kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan telah meningkat dalam beberapa dekade terakhir, mendorong bisnis untuk memikirkan kembali cara mereka beroperasi. Selain itu, keberlanjutan sangat penting karena dapat mempengaruhi keberlanjutan bisnis dan kemampuan mereka untuk bertahan di masa depan (suprpto & Alvina, 2023). Selain itu, keberlanjutan juga merupakan faktor penting karena dapat mempengaruhi kesinambungan dan kemampuan perusahaan tetap beroperasi di masa depan (suprpto & Alvina, 2023). Saat ini, harmonisasi antara bisnis dan lingkungan sangat penting untuk membangun masa depan yang berkelanjutan. Perusahaan di seluruh dunia mulai menyadari bahwa keberlanjutan

adalah kewajiban moral dan strategi bisnis jangka panjang yang dapat meningkatkan reputasi, mengurangi risiko, dan membuka peluang pasar baru. Perusahaan dapat menciptakan dengan mengadopsi praktik bisnis yang ramah dan beretika terhadap lingkungan (Syaeh, 2023).

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip moral yang memandu perilaku bisnis. Prinsip-prinsip ini mengatur bagaimana perusahaan berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan seperti konsumen, karyawan, investor, dan masyarakat umum. Dalam konteks lingkungan, etika bisnis mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam Suryaningsi (2019) Perusahaan harus memasukkan prinsip keberlanjutan ke dalam seluruh operasi mereka saat membangun etika bisnis yang kuat. aspek operasional bisnis. Ini mencakup hal-hal seperti menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan, menggunakan teknologi yang bersih, dan melakukan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab. Untuk mencapai tujuan keberlanjutan, perusahaan juga harus bekerja sama dengan pemerintah, masyarakat, dan organisasi non-pemerintah. Oleh karena itu, strategi CSR berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat beroperasi secara etis dan bertanggung jawab. Tujuannya adalah untuk menghasilkan keuntungan. utama setiap perusahaan. Namun, dalam konteks CSR berkelanjutan, profit dilihat tidak hanya dari perspektif finansial, tetapi juga dari perspektif bagaimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan (Akifah & Huda, 2023).

Perusahaan yang menerapkan strategi CSR berkelanjutan menyadari bahwa keberlangsungan bisnis mereka sangat bergantung pada dukungan masyarakat dan kelestarian sumber daya alam. Karena itu, mereka berusaha untuk mencapai keuntungan tanpa mengorbankan nilai-nilai sosial dan lingkungan. (Amaliyah & Andayani, 2022) Dalam jangka panjang, perusahaan yang menerapkan kan ada banyak keuntungan dari pendekatan CSR yang berkelanjutan. Mereka tidak hanya dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata umum, tetapi mereka juga dapat menarik konsumen yang lebih sadar akan masalah sosial dan lingkungan. Hal ini sesuai dengan kecenderungan pelanggan modern untuk membeli barang dan jasa dari bisnis yang berkomitmen sosial (Dan et al., 2017). Dengan demikian, harmoni bisnis dan lingkungan merupakan kunci untuk membangun masa depan yang berkelanjutan. Perusahaan yang mampu mengelola bisnisnya secara etis dan bertanggung jawab akan tidak hanya meraih keuntungan finansial, tetapi juga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan berkontribusi pada pembangunan yang berkelanjutan. Artikel ini akan membahas lebih lanjut mengenai pentingnya harmoni bisnis dan lingkungan, serta langkah-langkah konkret yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mewujudkan etika bisnis yang kuat.

KAJIAN PUSTAKA

Harmoni Bisnis Dan Lingkungan

Ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara aktivitas bisnis dan kondisi lingkungan. Ini mencakup dampak lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas bisnis, seperti kerusakan dan pencemaran lingkungan, dan perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka. Berikut adalah beberapa elemen penting yang berkaitan dengan harmoni ini.

Strategi bisnis berkelanjutan (sustainable business)

Pada dasarnya, pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat masa kini tanpa mengabaikan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pembangunan berkelanjutan adalah proses perubahan di mana penggunaan sumber daya, investasi, orientasi pembangunan,

dan perubahan kelembagaan selalu dalam keseimbangan dan secara sinergis saling memperkuat potensi masa kini maupun masa mendatang (Salam et al., 2024).

Corporate Social Responsibility (CSR) dan lingkungan

Corporate social responsibility (CSR) adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan yang sudah ada sejak lama di industri besar di seluruh dunia. Istilah ini baru muncul di Indonesia, tetapi sebenarnya banyak perusahaan sudah melakukan berbagai kegiatan yang termasuk dalam kategori CSR. Saat ini, CSR semakin menjadi perhatian perusahaan karena mereka semakin percaya bahwa lingkungan punya pengaruh yang signifikan terhadap bisnis mereka. Menurut (Gorman et al., 2021), tanggung jawab sosial secara umum berarti bahwa manajemen harus mempertimbangkan keuntungan, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan masyarakat secara setara saat menilai kinerja perusahaan. Pentingnya CSR dalam Konteks Lingkungan CSR di bidang lingkungan bertujuan untuk Di dunia bisnis kontemporer, istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan semakin populer. CSR mengacu pada praktek bisnis yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dari operasi perusahaan selain menghasilkan keuntungan. Dengan kata lain, perusahaan yang bertanggung jawab sosial tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga berdampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Menurut perspektif ini, kebijakan dan praktik CSR yang diterapkan oleh perusahaan didasarkan pada etika bisnis (Wafiq et al., 2024). Ekonomi sirkular yaitu suatu model ekonomi yang bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dan mengurangi limbah melalui penggunaan bahan yang dapat didaur ulang, diperbaiki, dan memperpanjang umur produk. Konsep ini berlawanan dengan model ekonomi linier tradisional yang berfokus pada pengambilan, penggunaan, dan pembuangan. Selain itu, memastikan bahwa mereka memenuhi kewajiban sosialnya. Bisnis di berbagai negara harus mengadopsi etika bisnis dan menerapkan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam operasinya. (Fadillah & Ibrahim, 2023). Oleh karena itu, etika dan tanggung jawab sosial menjadi lebih penting untuk bisnis agar dapat bertahan dan memenuhi harapan pemangku kepentingan. Seorang pelaku bisnis harus mempertimbangkan etika bisnis selama berbisnis, yang berarti mereka harus memperhatikan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, seperti bersikap dan berbicara secara jujur, terbuka, dan transparan, dan menghindari curang atau penipuan. Ini menunjukkan bahwa manusia diciptakan positif (Murwadi, 2016).

Secara filosofis, etika berarti penyelidikan moral. Ada tiga bidang, dan masing-masing memiliki peran dan bentuknya sendiri. Yang pertama adalah etika deskriptif, yang secara normatif menjelaskan pengalaman moral dengan tujuan untuk mengetahui motivasi, keinginan, dan tujuan dari tingkah laku manusia. Yang kedua adalah etika normatif, yang mencoba menjelaskan mengapa manusia bertindak seperti yang mereka lakukan, dan apakah prinsip ada dalam kehidupan manusia. Yang ketiga adalah metaetika, atau metaetika, yang mencoba menjelaskan mengapa manusia harus berpikir dalam embrio (Rahmat, 2017). Etika bisnis terdiri dari prinsip-prinsip etis yang digunakan oleh perusahaan untuk mengatur cara mereka berinteraksi dengan karyawan dan pelanggan mereka. Identitas dan reputasi perusahaan juga dipahami sebagai etika bisnis. Tidak peduli apa yang Anda lakukan di perusahaan, apakah Anda profesional, direktur, manajer, staf, atau pekerja, Anda harus menyadari seberapa besar pengaruh etika bisnis pada reputasi perusahaan. Langkah pertama adalah memahami apa arti etika bisnis dan bagaimana hal itu berdampak pada perusahaan. Etika bisnis memberikan pemahaman yang bermanfaat tentang bagaimana bisnis merawat

kepercayaan, keadilan, dan tanggung jawab dalam operasinya (Muara & Kota, 2021). Untuk memastikan bahwa tindakan yang diambil oleh manajemen, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan nilai-nilai etika dan hukum yang berlaku, ada kode etik bisnis. Pelanggan didorong untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan karena etika bisnis. Dalam ikatan jangka panjang seperti ini, bisnis dapat memahami kebutuhan dan harapan pelanggan dengan baik. Dengan demikian, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan sebanyak mungkin orang memiliki pengalaman yang menyenangkan dan sesedikit mungkin orang memiliki pengalaman yang tidak menyenangkan. Dalam persaingan ketat untuk mendapatkan perhatian konsumen, (Dharma Nurhalim, 2023) Dalam suatu perusahaan, penerapan etika mencakup keyakinan tentang apa yang dianggap benar dan salah, yang berdampak pada aspek lainnya. Nilai-nilai dan moral pribadi seseorang, serta konteks sosial yang terkait, menentukan apakah suatu tindakan dianggap etis. (Nur'Aini, 2024). Dalam bidang etika bisnis, perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial melalui kegiatan yang mereka lakukan, yang dikenal sebagai CSR (Corporate Social Responsibility). Dengan melakukan kegiatan ini, perusahaan dapat memperoleh keuntungan ganda, yaitu keuntungan ekonomi dan keuntungan sosial. Aspek ini sangat penting untuk menjaga perusahaan tetap berjalan dan mencapai tujuan mereka (Ernawan, 2014).

Keputusan yang dibuat oleh perusahaan didasarkan pada prinsip etika bisnis, yang melihat bagaimana mereka mempengaruhi masyarakat dan lingkungan. Misalnya, prinsip tanggung jawab sosial menuntut perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat di mana mereka beroperasi, sedangkan prinsip kejujuran menekankan bahwa semua pemangku kepentingan perusahaan harus berkomunikasi secara jujur. (Maryani & Rianindita, 2024). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) Secara umum, Corporate Social Responsibility didefinisikan sebagai peningkatan kualitas hidup di mana individu sebagai anggota masyarakat memiliki kemampuan untuk menanggapi keadaan sosial dan menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan. Ini juga dapat dianggap sebagai proses penting dalam pengaturan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dari stakeholder internal (pekerja, shareholder, dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan). Seorang pelaku usaha harus memiliki CSR yang mempengaruhi orientasi kewirausahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor yang sejenis (Handayani & Hidayati, 2022). Perusahaan yang mengadopsi prinsip-prinsip etika ini berusaha untuk tidak hanya memenuhi harapan konsumen dan pemangku kepentingan lainnya, tetapi juga untuk berkontribusi pada pelestarian lingkungan demi generasi berikutnya. Dalam situasi seperti ini, kepedulian lingkungan harus dianggap sebagai bagian penting dari rencana jangka panjang perusahaan untuk mendukung kelangsungan hidup perusahaan dan membantu mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals, SDGs). (Siregar et al., 2024). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) bertujuan untuk mewujudkan dunia yang lebih adil dan sejahtera pada tahun 2030 dengan menyeimbangkan pembangunan ekonomi, inklusi sosial, dan kelestarian lingkungan (Sudirman & Susilawaty, 2022). Dengan lebih dari 270 juta penduduk dan budaya yang beragam, Indonesia menghadapi banyak tantangan dalam perjalanannya menuju kemajuan berkelanjutan. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang efisien, termasuk proses industrialisasi, negara berkembang seperti Indonesia membutuhkan lingkungan yang kompetitif. Untuk berhasil di pasar yang kompetitif, bisnis harus berusaha membuat produk baru dengan desain yang inovatif agar dapat bertahan dalam persaingan, menurunkan harga produk, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan layanan pelanggan (Syaeh, 2023).

Adapun peluang bisnis berkelanjutan yaitu:

- Peningkatan pangsa pasar: biasanya perusahaan yang menjadi pemimpin dalam keberlanjutan sering kali menikmati keunggulan yang kompetitif, karena biasanya konsumen mencari produk yang ramah lingkungan.
- Inovasi : inisiatif yang berkelanjutan juga dapat mendorong inovatif, karena perusahaan mencari solusi baru dan inovatif untuk masalah lingkungan.
- Meningkatkan Reputasi: Komitmen yang besar terhadap keberlanjutan dapat meningkatkan reputasi perusahaan seperti citra mereknya, dan meningkatkan loyalitas perusahaan.

Tantangan dalam bisnis berkelanjutan ini biasanya mencakup beberapa hal:

- Biaya Awal Yang Tinggi
- Kesiapan pelanggan
- Kurangnya Dukungan Dari Pemangku kepentingan
- Sumber daya terbatas

Hubungan dari ketiga konsep tersebut yaitu Etika bisnis, keberlanjutan bisnis, dan masa depan keberlanjutan sangat terkait satu sama lain. Keduanya membentuk lingkungan di mana bisnis dapat berkembang secara bertanggung jawab sambil memberikan kontribusi positif kepada lingkungan dan masyarakat. Dengan memasukkan prinsip-prinsip etika ke dalam rencana keberlanjutan mereka, bisnis dapat memastikan kelangsungan hidup mereka sendiri dan menciptakan masa depan yang lebih baik bagi semua orang yang bekerja di dalamnya.

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Metode	Hasil
1	Etika Bisnis, Kenggulan Bersaing Hijau, Dan Kepemimpinan Lingkungan Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan Vol. 11 No. 4, Desember 2023	Marice Hutahuruk1 , Sudarno2 , Andi3 , Suhardjo4 , Muhammad Wan Kudri	Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dan regresi linier berganda menggunakan software Smart PLS 4.0..	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti etika lingkungan bisnis, keunggulan persaingan hijau, dan kepemimpinan lingkungan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja jangka panjang perusahaan industri di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan lingkungan, keunggulan bersaing hijau, dan etika lingkungan bisnis dapat meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan, yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dan investor saat membuat keputusan untuk meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan.
2	Peranan Etika Bisnis Dalam Menghadapi Global Warming Di Era Globalisasi (2023)	Khristarini Mariana	Jurnal ini menggunakan metode kajian kepustakaan; setiap kajian didasarkan pada pendapat ahli tentang produk hijau, etika bisnis, dan implementasinya dalam perusahaan di Indonesia.	Pemanasan global adalah masalah yang sudah lama ada dan berdampak negatif pada kehidupan secara luas. Salah satu efek pemanasan global adalah mencairnya es di kutub. Mencairnya es

	Jukim 2(1)		Penelitian tentang buku, jurnal ilmiah, majalah, koran, dan dokumen adalah jenis penelitian yang memanfaatkan berbagai sumber pustaka. Sari (2020)	mengakibatkan naiknya permukaan laut, yang mengakibatkan bencana banjir di banyak daratan. Tabel di atas menunjukkan peningkatan gas rumah kaca setiap tahun, yang mengakibatkan kondisi lingkungan yang semakin memburuk.
3	Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen (2023) JEMPPER 3(1)	Mega Hasibuan Zuhrinal M Nawawi	Dalam penelitian ini, metode Systematic Literature Review (SLR) digunakan. Sumber data untuk penelitian ini berasal dari literatur jurnal yang telah diindeks dan memiliki nomor serial internasional standar (ISSN), yang didistribusikan melalui internet dengan kode E-ISSN.	Perusahaan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang mendorong kepercayaan dan integritas dengan memahami nilai-nilai etika mereka dan menerapkannya dalam semua aspek operasi mereka. Etika bisnis bukan hanya memenuhi standar moral tetapi juga merupakan strategi penting untuk memenangkan hati pelanggan dan membangun loyalitas yang berkelanjutan
4	Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis (2024) Forikami 1(2)	Dika Prasetyo Wibowo, Hairul Afriadi, Abi Mayu Prana Sakti	Peran etika bisnis dan tanggung jawab sosial dalam bisnis digambarkan dan diuraikan melalui metodologi penelitian kualitatif. Sebagaimana dinyatakan oleh David Williams (1995), penelitian kualitatif adalah upaya para peneliti untuk mengumpulkan data yang didasarkan pada latar belakang alamiah.	Perusahaan menjalankan bisnisnya sangat bergantung pada etika bisnis. Suatu perusahaan harus memiliki etika bisnis yang baik selain manajemen dan moral yang baik untuk berhasil. Secara umum, program CSR bertujuan untuk melakukan kontribusi nyata untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan. Sanksi Sosial dan Hukum untuk Pelanggaran Etika Bisnis
5	Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics	Mabarroh Azizah, ¹ Hariyanto ²	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif dan pendekatan diskriptif analitis.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islam tidak melihat bisnis hanya dari perspektif duniawi, karena setiap aktivitas dapat dianggap sebagai ibadah jika dilakukan dengan aturan yang telah ditetapkan.
6	Etika Bisnis, Kenggulan Bersaing Hijau, Dan Kepemimpinan Lingkungan Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan	Hutahuruk Sudarno Andi Suhardjo Muhammad Wan Kudri	Data primer penelitian ini berupa angket, sedangkan data sekunder terdiri dari artikel, buku, dan dokumen pendukung lainnya. Data dikumpulkan melalui instrumen angket. Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan analisis regresi linier	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti etika lingkungan bisnis, keunggulan persaingan hijau, dan kepemimpinan lingkungan mempunyai efek positif dan signifikan pada kinerja jangka panjang perusahaan industri di

			berganda menggunakan software Smart PLS.	Indonesia. Diharapkan bahwa keputusan yang dibuat oleh perusahaan dan investor dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja bisnis yang berkelanjutan.
7	Peran Dan Tanggung Jawab Perusahaan Terhadap Pembuangan Limbah Industri Berdasarkan Hukum Positif.	Frycles Franseda Hutabarat1* , Yetti, Indra Afrita1	Penulis akan melakukan penelitian yang bersifat normatif dan didasarkan pada hukum yang berlaku. Penelitian ini akan mengkaji peran dan tanggung jawab perusahaan terhadap pembuangan Hukum Positif untuk Limbah Industri (1) Data sekunder digunakan dalam penelitian hukum normatif ini. Data ini dibagi menjadi 3 (tiga) bagian: bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.	. Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan Terhadap Pembuangan Limbah Industri, yang dijelaskan sebagai berikut: 1. Tanggung Jawab Perdata, Tanggung Jawab Pidana, Akibat Hukum dari Tindakan, dan Tanggung Jawab Perusahaan 4. Pembuangan Limbah Industri Berdasarkan Hukum Positif

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode review literatur sistematis (SLR) digunakan. SLR adalah metode penelitian yang sistematis dan terstruktur yang digunakan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menganalisis literatur yang ada mengenai praktik etika dalam dunia bisnis. Tujuan utama dari SLR ini untuk memberikan pemahaman yang akurat tentang suatu fenomena atau masalah dengan cara menemukan dan menganalisis semua penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian ini menggunakan populasi jurnal yang berfokus pada Harmoni Bisnis Dan Lingkungan Dalam Membangun Etika Bisnis Untuk Masa Depan Berkelanjutan sebanyak lebih dari 7 jurnal dari berbagai penerbit. “Google Scholar” dan “Connected paper” yang diggunakan dalam penelitian ini untuk menggumpulkan data.



Gambar 2. Tahapan Pencarian dan Pemilihan Literatur

Penelitian ini menggunakan literatur untuk membandingkan dan menyatukan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dan untuk menemukan persamaan dan perbedaan. Penelitian SLR berfokus pada literatur yang dilakukan pada jurnal yang terindeks pada database. google scholar dan connected paper. Pencarian literatur tersebut didasarkan judul yaitu “Harmoni Bisnis Dan Lingkungan Dalam

Membangun Etika Bisnsi Untuk Masa Depan Berkelanjutan”. Pemelihan Hasil Pencarian Literatur : Untuk memilih literatur dengan fokus pada penelitian yang berdasarkan judul yaitu “Harmoni Bisnsis Dan Lingkungan Dalam Memebangun Etika Bisnis Untuk Masa Depan Berkelanjutan”, Penulis menganalisis artikel yang dan artikel yang publikasi pada tahun 2014-2024 dan akhir pencarian literatur ditemukan 20 artikel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya, bisnis (Firdausi, 2020) erupakan sebuah organisasi yang bekerja di tengah-tengah masyarakat, sebuah komunitas yang bekerja di tengah-tengah komunitas lain, dan diskusi individu yang berinteraksi satu sama lain. Selain itu, kualitas lingkungan bisnis dan tindakan proaktif bisnis terhadap lingkungan sosialnya memengaruhi mutu dan daya saing bisnis. Bisnis yang ingin unggul dalam persaingan global harus memahami nilai dan budaya masyarakatnya. Di era globalisasi dan tantangan lingkungan yang semakin kompleks, penting bagi bisnis untuk mengintegrasikan etika bisnis dengan keberlanjutan lingkungan. Artikel ini membahas bagaimana etika bisnis yang berkelanjutan dapat membantu bisnis dan lingkungan bersatu. Konsep Dasar Etika Bisnis : Moralitas seperti integritas, kejujuran, keadilan, dan kewajiban sosial, dan penghormatan terhadap hak asasi manusia termasuk dalam etika bisnis, yang membangun landasan bagi praktik bisnis. Dalam dunia bisnis modern, etika tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai cara untuk membangun hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya. Pentingnya Etika dalam Praktik Bisnis yaitu :

1. Mengurangi Risiko Hukum: Perusahaan yang menerapkan etika cenderung lebih patuh pada hukum, sehingga mereka dapat menghindari masalah hukum yang dapat merusak bisnis mereka dan reputasinya.
2. Memperkuat Hubungan dengan Stakeholder: Perlakuan yang adil terhadap semua pihak, dari pelanggan hingga mitra bisnis, menciptakan hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan.
3. Tanggung Jawab Sosial: Untuk berkontribusi positif kepada masyarakat, perusahaan Mereka harus mempertimbangkan konsekuensi sosial dan lingkungan dari keputusan yang mereka buat.

Harmoni Bisnis dan Lingkungan:

Menciptakan keharmonisan antara bisnis dan lingkungan memerlukan penerapan konsep manajemen ramah lingkungan. Salah satu contoh metode yang mungkin digunakan yaitu :

1. Greening of Management yang melibatkan kesadaran akan dampak keputusan yang dibuat oleh organisasi terhadap lingkungan. Manajemen harus menetapkan kebijakan dan target yang bertahan lama.
2. Sistem Manajemen Lingkungan (SML): SML memberi organisasi keunggulan kompetitif melalui penggunaan sumber daya yang lebih efisien dan pengurangan limbah.
3. Pemasaran Hijau : Pemasaran produk yang ramah lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik pelanggan yang peduli terhadap keberlanjutan.

Keterkaitan Etika Bisnis dengan Keberlanjutan, Etika bisnis berperan penting dalam membangun keberlanjutan jangka panjang. Dengan mempertimbangkan efek sosial dan lingkungan dari keputusan yang dibuat, perusahaan dapat meminimalkan

risiko yang dapat mengganggu kelangsungan bisnis mereka di masa depan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip etis cenderung lebih mampu menarik pelanggan dan membangun reputasi yang kuat.

KESIMPULAN

Mengintegrasikan etika bisnis dengan praktik keberlanjutan merupakan langkah penting bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan masa depan. Dengan membangun harmoni antara bisnis dan lingkungan melalui penerapan nilai-nilai etika, perusahaan Untuk meningkatkan masa depan, para pemimpin bisnis harus mengadopsi kebijakan yang transparan, akuntabel, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, A. N., & Andayani, W. (2022). Pengungkapan Sdgs Pada Laporan Keberlanjutan Pt Petrokimia Gresik Berdasarkan Standar Global Reporting Initiative (Gri) Periode 2018-2020. *Tema*, 23(2), 108-119. <https://doi.org/10.21776/tema.23.2.108-119>
- Dan, L., Kepada, D., & Lingkungan, K. (2017). *Toto Kurniawan Ririn Breliastit*. 9(1), 24-51.
- 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>
- Ernawan, E. R. (2014). Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Management Dan Bisnis*, 11(2), 155-173.
- Fadillah, A. N., & Ibrahim, H. (2023). Peran Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2494-2498. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13301>
- Firdausi, N. I. (2020).. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147-154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049>
- Gorman, M. E., Werhane, P. H., Mehalik, M. M., & Standish, M. (2021). Unilever (D). *SSRN Electronic Journal, Kommit*, 20-21. <https://doi.org/10.2139/ssrn.908424>
- Handayani, E., & Hidayati, N. (2022). Peranan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Inovasi Ukm Melalui Orientasi Kewirausahaan (Role of Corporate Social Responsibility (Csr) Program on Sme Innovation Through Entrepreneurship Orientation). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(01), 1. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jmkDOI:http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v19i1.725>
- Maryani, E., & Rianindita, N. (2024). Analisis Manfaat Penerpan Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*, 1(1), 20-25. <https://doi.org/10.59407/jdedte.v1i1.463>
- Muara, K., & Kota, S. (2021). *Krida cendekia -. 01(05)*, 30-34.
- Murwadi, T. (2016). Etika Bisnis sebagai Dasar “Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan” Perbankan. *Jurnal Hukum Positum*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.35706/positum.v1i1.520>
- Nur’Aini, L. (2024). Literature Riview : Penerapan Hubungan Antara Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Kajian Pengaruh Terhadap Pencemaran Lingkungan.

- Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 190–203.
<https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.315>
- Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 98–115.
<https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2099>
- Salam, J., Permana, D. A., & ... (2024). Membangun Pemahaman Material Desain Produk Sustainable Masa Depan Pada Generasi Z. *Jurnal ...*, 2(6), 2023–2030.
<http://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/view/1159%0Ahttps://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/download/1159/975>
- Siregar, M. Z., Universitas, I., Negeri, I., Intan, R., Sisdiyanto, E., Universitas, I., Negeri, I., Intan, R., & Bandar, K. (2024). *Membangun etika bisnis yang berbasis kepedulian lingkungan*. 1(4), 317–330.
- Sudirman, F. A., & Susilawaty, F. T. (2022). Kesetaraan Gender Dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sdgs): Suatu Reviuw Literatur Sistematis. *Journal Publicuho*, 5(4), 995–1010. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.41>
- Suprpto, Y., & Alvina, J. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Peran Etika , Keberlanjutan , dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional*. 6(1), 598–607. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3966>
- Suryaningsi, T. (2019). Modal Sosial Masyarakat Multietnik Di Beringin Jaya. *Walasuji : Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 10(1), 97–110.
<https://doi.org/10.36869/wjsb.v10i1.42>
- Syaeh, M. T. (2023). Harmoni Hukum dan Bisnis : Antisipasi Tantangan Kepatuhan dan Inovasi Dalam Lingkungan Bisnis Merata-Tertata Berbasis E-commerce Tokopedia dalam Internet of Things (IoT) Melalui Gagasan 6 . 0. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 957–970. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7780>
- Wafiq, M. A. F., Jalan, A., Kolonel, L., Endro, H. J., Sukarame, K., & Lampung, B. (2024). *Etika bisnis sebagai pilar tanggung jawab lingkungan dan sosial di era modern*. 1(4), 209–222.