

PENTINGNYA ETIKA BISNIS DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BAGI KEBERHASILAN BISNIS

Cici Nurdianti^{1*}, Dea Anjelina², Mutiara Alfia³

University Muhammadiyah Bengkulu^{1,2,3}

¹cnurdianti9@gmail.com, ²deaanjelina24@gmail.com, ³alfiatia5@gmail.com

Received: 20-02-2025

Revised: 20-03-2025

Approved: 29-04-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen etika bisnis yang paling memengaruhi kepercayaan konsumen dengan menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Data diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah terindeks Google Scholar dan Connected Papers yang relevan dengan tema "Pentingnya etika bisnis dan corporate social responsibility (CSR) bagi keberhasilan bisnis". Sebanyak 20 artikel terpilih yang diterbitkan pada rentang tahun 2016–2024 dianalisis untuk mengungkap hubungan antara penerapan etika bisnis dan CSR terhadap reputasi perusahaan, keterlibatan karyawan, serta kinerja organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis dan CSR memiliki peran signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan reputasi perusahaan, menarik dan mempertahankan talenta, serta mendorong keberlanjutan dan kinerja bisnis. Kombinasi penerapan prinsip akuntabilitas, transparansi, dan kepedulian sosial menjadi fondasi penting dalam menciptakan operasional bisnis yang bertanggung jawab dan berintegritas di tengah dinamika global yang kompleks.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility, Kepercayaan Konsumen, Keberlanjutan Bisnis

PENDAHULUAN

Perusahaan menghadapi berbagai isu strategis seperti persaingan yang ketat, perubahan peraturan, dan dinamika pasar yang berubah dalam lingkungan bisnis yang kompleks dan dinamis. Untuk menjalankan roda perekonomian global dan nasional, kita harus memiliki etika bisnis yang kuat, dimana profit merupakan tujuan dari kegiatan ekonomi atau bisnis. Penerapan etika bisnis yang baik juga berpengaruh terhadap loyalitas para pemangku kepentingan terhadap perusahaan atau badan usaha (Kadek et al., 2024). Meskipun bisnis telah menghasilkan kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya, bisnis juga memiliki dampak. Karena orang cenderung merasa benar sendiri dalam berbagai situasi, pelanggaran etika dapat muncul dalam berbagai aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, kesadaran moral diperlukan dalam situasi apapun agar keputusan yang diambil tetap bernilai secara moral. Dunia bisnis yang berkembang pesat memberikan tantangan dan ancaman bagi bisnis yang ingin tetap kompetitif dan mempertahankan eksistensinya (Dharma Nurhalim, 2023; Setiawan & Aprilia, 2022).

Penerapan etika bisnis dan *corporate social responsibility* (CSR) menjadi elemen penting di setiap perusahaan. Etika bisnis merupakan moral yang mengatur perilaku individu atau organisasi dalam suatu bisnis, termasuk, integritas, kejujuran, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum. Etika bisnis sangat penting untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Dalam praktiknya, etika bisnis mengharuskan perusahaan untuk bertindak secara etis, transparan, dan adil, serta mengambil keputusan yang mempertimbangkan dampak jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan perusahaan, termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan masyarakat umum (Adrai & Perkasa, 2024). CSR merupakan

bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. Terdapat peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan-perusahaan tertentu untuk melakukan tanggung jawab sosial. Kebijakan ini menunjukkan komitmen pemerintah untuk mendorong perusahaan mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan selain keuntungan finansial. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk memasukkan CSR ke dalam strategi mereka (Nopriyanto, 2024; Rahmat, 2017). Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral dan etika yang mengatur bagaimana orang dan organisasi berperilaku dalam bisnis. Hal ini mencakup hal-hal seperti keadilan, integritas, transparansi, tanggung jawab sosial, dan kepatutan dalam pengambilan keputusan bisnis. Etika bisnis menuntut perusahaan untuk tidak hanya memperhatikan keuntungan finansial, tetapi juga bagaimana tindakan mereka berdampak secara sosial, lingkungan dan ekonomi. Hal ini termasuk mempertimbangkan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan karyawan, pemasok, komunitas lokal, dan masyarakat umum (Judijanto et al., 2024).

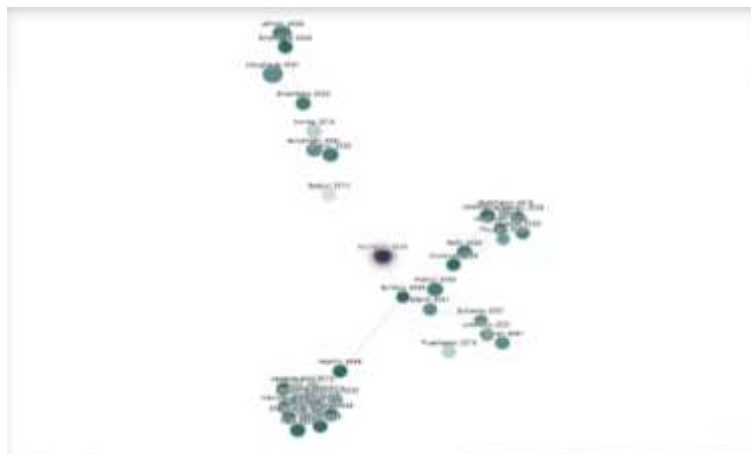
Corporate Sosial Responsibility (CSR) adalah pendekatan manajemen perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan hubungannya dengan para pemangku kepentingan (Islami & Sudarma, 2022). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berbasis pada gagasan triple bottom line (3P), bahwa selain memprioritaskan keuntungan (profit), perusahaan juga harus memprioritaskan kesejahteraan masyarakat (people) dan kelestarian lingkungan (planet) (Isra Laili & Apramilda, 2023; Kusuma et al., 2023). Teori stakeholder menyatakan perusahaan harus memberi manfaat bagi semua pemangku kepentingan, bukan hanya untuk dirinya sendiri (Mulyani & Rosharlianti, 2023; Pratama et al., 2024). pengungkapan CSR diharapkan dapat menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan.

Perusahaan dapat meningkatkan keberlanjutan jangka panjang bisnis mereka dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan mempraktikkan etika bisnis yang kuat. Memperhatikan isu-isu sosial, lingkungan, dan ekonomi yang relevan dapat membantu perusahaan mengelola risiko, mengantisipasi perubahan peraturan dan kebijakan, serta menghadapi tantangan sosial yang terus berkembang, yang dapat membantu perusahaan bertahan dan beradaptasi dalam jangka panjang. Untuk mencapai dampak positif, perusahaan dapat menerapkan tanggung jawab sosial dengan menerapkan praktik bisnis yang berfokus pada pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, memberikan kesempatan kerja yang adil bagi para karyawannya, dan mendukung masyarakat melalui kontribusi sosial, seperti program pendidikan dan dukungan terhadap isu-isu sosial. Selain itu, perusahaan juga harus menerapkan etika bisnis, transparansi dalam operasional, dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak (Sukma & Ismail, 2023; Wibowo et al., 2023). Sebelum membahas hasil analisis secara mendalam, berikut adalah tabel yang merangkum hasil dari penelitian terdahulu terkait dengan Pentingnya Etika Bisnis Dan *Corporate Social Responsibility* Bagi Keberhasilan Bisnis. Tabel ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif terkait berbagai temuan dan metodologi yang dilakukan pada penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan sumber data dari literatur jurnal yang telah diindeks dan dipublikasikan di internet dengan kode E-ISSN. Metode SLR ini tidak melakukan penelitain secara langsung ke lapangan, melainkan mengumpulkan data yang dapat dijadikan sumber untuk

menganalisis sebuah penelitian yang sedang dilakukan. Populasi data penelitian adalah jurnal yang berfokus pada peran etika bisnis dalam membangun kepercayaan konsumen sebanyak lebih dari 5 jurnal dari berbagai penerbit. *Google Scholars* dan *connected papers* digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Mengidentifikasi elemen etika bisnis yang paling memengaruhi kepercayaan konsumen adalah tujuan dari penelitian ini. Dengan metode ini, penelitian dapat memperoleh data dari website, artikel dan jurnal.



Gambar 1. Tahapan Pencarian dan Pemilihan Literatur

Tahapan pencarian dan pemilihan literatur, yaitu:

1. Pencarian Literatur

Penggunaan literatur dalam penelitian ini bertujuan membandingkan dan menyatukan hasil-hasil temuan dari penelitian yang dilakukan dengan hasil-hasil temuan dari literatur-literatur terdahulu dan untuk menentukan berbagai persamaan dan perbedaan dari hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan. Penelitian SLR dikhususkan pada pencarian literatur yang dilakukan pada jurnal yang terindeks pada database google scholar dan connected paper. Pencarian literatur tersebut didasarkan judul yaitu “Pentingnya etika bisnis dan *corporate social responsibility* bagi keberhasilan bisnis”.

2) Pemilihan Hasil Pencarian Literatur

Untuk memilih literatur dengan fokus pada penelitian yang berdasarkan judul yaitu “Pentingnya etika bisnis dan *corporate social responsibility* bagi keberhasilan bisnis”. Penulis menganalisis artikel yang dan artikel yang publikasi pada tahun 2016-2024 dan akhir pencarian literatur ditemukan 20 artikel.

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No	Author	Tahun	Hasil Penelitian
1	Dika Prasetyo Wibowo, Hairul Afriadi, Abi Mayu Prana Sakti	2024	Penelitian ini mengungkapkan bahwa perusahaan akan lebih mudah menjalankan visi dan misinya jika menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dengan sungguh-sungguh. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial juga akan membentuk citra

			positif perusahaan di masyarakat. Jika tidak ada etika bisnis yang menjadi acuan bagi para pelaku bisnis, mereka akan merasa tidak terkendali dan akan melakukan apa saja untuk mencapai tujuannya (Wibowo et al., 2023).
2	Yandi Suprpto, June Alvina, Khesi, William	2023	Penelitian ini mengungkapkan bahwa keberlanjutan, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan elemen penting dalam operasi bisnis di seluruh dunia. Ketiga komponen yang saling terkait ini memastikan bahwa bisnis beroperasi secara bertanggung jawab, berkelanjutan, dan memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan di seluruh dunia. Etika bisnis memastikan bahwa bisnis beroperasi secara bertanggung jawab dan berintegritas dalam lingkungan internasional yang kompleks dan beragam, mengingat budaya, nilai, dan hukum di setiap negara dan wilayah berbeda. Karena meningkatnya tekanan sosial dan lingkungan, serta tuntutan konsumen dan pemerintah untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis, praktik bisnis yang berkelanjutan menjadi semakin penting bagi bisnis internasional (Suprpto & Alvina, 2023).
3	Ryan Maulana, Masiyah Kholmi	2024	Penelitian ini mengungkapkan bahwa untuk memberikan dampak positif bagi pelanggan dan perusahaan, setiap bisnis harus menerapkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). CSR terdiri dari dua prinsip. Prinsip pertama, Akuntabilitas, menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk bertanggung jawab secara etis atas semua keputusan, tindakan, dan kebijakan yang dibuatnya, yang membantu membangun kepercayaan publik terhadap perusahaan. Prinsip kedua, Transparansi, menekankan betapa pentingnya mengungkapkan secara terbuka tindakan, keputusan, dan kebijakan yang diambil oleh perusahaan, sehingga masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya dapat memahami dan mempertimbangkan apa yang dilakukan oleh perusahaan (Ryan Maulana & Masiyah Kholmi, 2024).
4	Andres Dharma Nurhalim	2023	Penelitian ini menunjukkan bahwa Etika bisnis tidak bisa ditawar dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif ini. Baik buruknya sebuah bisnis dapat menyebar dengan cepat di era yang serba terbuka ini. Karena persaingan yang ketat, beberapa bisnis mengabaikan etika bisnis. Semua komponen dalam lingkaran bisnis dipengaruhi oleh etika bisnis. Konsumen, perusahaan, dan

			<p>pemasok saling mempengaruhi satu sama lain. Setiap komponen harus tetap beretika agar kepercayaan yang menjadi prinsip kerja dapat terjaga dengan baik. Etika bisnis ini dapat diterapkan dalam segala hal (Dharma Nurhalim, 2023).</p>
5	Pratantia Aviatri, Ayunda Putri Nilasari	2021	<p>Perusahaan dagang tidak dapat bertahan jika tidak menerapkan etika bisnis. Perusahaan dagang yang melanggar hukum negara dan etika bisnis tidak akan bertahan lama. Oleh karena itu, perusahaan, mulai dari toko, supermarket, hingga mal, harus mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis. Perusahaan dapat terhindar dari melakukan berbagai pelanggaran yang dapat merugikan perusahaan karena adanya etika bisnis. Seorang pengusaha harus mengikuti etika bisnis ketika membangun perusahaannya. Perusahaan yang berpegang teguh pada etika bisnis inilah yang membuat perusahaan-perusahaan besar bisa bertahan hingga saat ini (Aviatri & Nilasari, 2021).</p>
6	Sri Sulistiya Wati dan Imam Muklish	2023	<p>Etika bisnis untuk mendorong terciptanya keberlanjutan perusahaan mengacu pada konsep Triple Bottom Lines (Planet, People profit). Dengan konsep tersebut perusahaan dalam menjalankan bisnisnya perlu memperhatikan manusia baik karyawan maupun masyarakat, dan lingkungan disekitar. Praktik etis tercermin pada awareness pada lingkungan seperti pengelolaan limbah produksi, desain produk ramah lingkungan, dan penerapan CSR. Praktik etis yang dilakukan perusahaan pada karyawan bisa berupa pemberian hak dan kewajiban. Praktik etis yang dilakukan perusahaan dalam prosesnya menjaga lingkungan guna mendorong keberlanjutan, salah satu praktiknya yaitu menggunakan strategi green product. Dengan demikian etika bisnis yang diterapkan perusahaan melalui kebijakan yang dilakukan, selain akan berdampak pada keuntungan yang akan didapat, juga berdampak baik pada lingkungan dan manusia baik karyawan maupun masyarakat sekitar agar perusahaan dapat terus berlanjut baik dimasa kini maupun masa mendatang (Wati & Mukhlis, 2023).</p>
7	Farikh Idham Khalik, Reny Okprianti, Susiana Kifli	2023	<p>Dari pandangan sosiologi hukum pelaksanaan CSR sebagai etika bisnis dan etika sosial merupakan suatu tanggung jawab perusahaan serta badan hukum, namun peranan dari masyarakat dan lembaga lainya juga penting dalam bekerja sama mewujudkan tanggung jawab social supaya terciptanya keamanan,keadilan</p>

			serta tanggung jawab bagi seluruh pihak yang bersangkutan, mengingat badan hukum merupakan subyek hukum yang dalam kenyataan yuridis disejajarkan seperti manusia sebagai subyek hukum yang utama. sehingga konsekuensinya ketika manusia sebagai mahluk sosial memiliki banyak aspek eksternal yang harus diperhatikan yang dalam hal ini memperhatikan stakeholder termasuk lingkungan hidup melalui pelaksanaan CSR. Setiap perlakuan yang dilakukan perusahaan terhadap aspek-aspek eksternal tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi keberlanjutan dan perkembangan badan hukum tersebut (Khalik et al., 2023).
--	--	--	---

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari SLR yang telah dilakukan, bahwa etika bisnis dan CSR merupakan elemen penting dalam operasi bisnis di seluruh dunia. Etika bisnis memastikan bahwa bisnis beroperasi secara bertanggung jawab dan berintegritas dalam lingkungan internasional yang kompleks dan beragam, mengingat budaya, nilai, dan hukum di setiap negara dan wilayah berbeda. Karena meningkatnya tekanan sosial dan lingkungan, serta tuntutan konsumen dan pemerintah untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis, praktik bisnis yang berkelanjutan menjadi semakin penting bagi bisnis internasional (Suprpto & Alvina, 2023; Zulfiani, 2024). Untuk mencapai dampak positif, perusahaan dapat mengambil tanggung jawab sosial dengan menerapkan praktik bisnis yang berfokus pada pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, memberikan kesempatan kerja yang adil bagi karyawannya, dan mendukung masyarakat melalui kontribusi sosial, seperti program pendidikan dan dukungan untuk masalah sosial.

Selain itu, perusahaan juga harus menerapkan etika bisnis, transparansi dalam kegiatan operasionalnya, dan bekerja sama dengan masyarakat (Wibowo et al., 2023). Untuk memastikan bahwa bisnis bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, etika bisnis dan tanggung jawab sosial memiliki kaitan yang erat. Seringkali, CSR dan etika bisnis bekerja sama dan memastikan bahwa bisnis menjalankan operasinya secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Di sisi lain, CSR memberikan kerangka kerja bagi bisnis untuk mengembangkan program dan kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan keduanya dan mencari keseimbangan yang tepat antara etika bisnis dan CSR (Suprpto & Alvina, 2023). Alasan pentingnya penerapan etika bisnis dan CSR keberhasilan bisnis, yaitu:

- 1) Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Terbukti bahwa penerapan etika bisnis dan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam strategi bisnis mereka cenderung dianggap bertanggung jawab dan dapat dipercaya, yang meningkatkan kredibilitas dan reputasi perusahaan.

- 2) Menarik dan Mempertahankan Talenta Global

Jika sebuah perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang etis dan

berkelanjutan, maka perusahaan tersebut akan menjadi lebih menarik bagi calon karyawan yang mencari perusahaan yang memiliki nilai-nilai yang sama. Hal ini membantu perusahaan dalam menarik dan mempertahankan talenta berkualitas tinggi yang dapat membantu perusahaan mencapai kesuksesan dalam jangka panjang.

3) Lingkungan Kerja yang Berkelanjutan

Hal ini meningkatkan kesejahteraan karyawan dan meningkatkan komitmen perusahaan terhadap lingkungan. Memiliki lingkungan kerja yang baik dapat meningkatkan semangat kerja karyawan, mengurangi tingkat kecelakaan, dan menciptakan budaya kerja yang positif.

4) Kinerja Organisasi

Perusahaan yang menerapkan etika dan tanggung jawab sosial cenderung lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan menghadapi tantangan bisnis global.

5) Peningkatan Keterlibatan Karyawan

Jika karyawan merasa bahwa mereka berkontribusi pada tujuan sosial perusahaan, mereka cenderung lebih terlibat dalam pekerjaan mereka, yang berarti lebih sedikit perputaran karyawan dan lebih banyak produktivitas. Menciptakan lingkungan kerja yang beretika dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebagai tempat yang baik untuk bekerja dan menarik lebih banyak talenta (Adrai & Perkasa, 2024).

KESIMPULAN

Bahwa pentingnya etika bisnis dan CSR bagi keberhasilan bisnis dalam operasi bisnis di seluruh dunia. Perusahaan akan lebih mudah menjalankan visi dan misinya jika menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dengan sungguh-sungguh. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial juga akan membentuk citra positif perusahaan di masyarakat. Jika tidak ada etika bisnis yang menjadi acuan bagi para pelaku bisnis, mereka akan merasa tidak terkendali dan akan melakukan apa saja untuk mencapai tujuannya. Etika bisnis bukan hanya tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga merupakan faktor kunci dalam menentukan masa depan bisnis modern. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis dengan baik akan lebih mungkin bertahan dalam lingkungan bisnis yang berubah-ubah dan meningkatkan peluang mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- 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>
- Islami, Q. N., & Sudarma, M. (2022). Pengaruh Slack Resources, Gender dan Struktur

- Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2).
- Isra Laili, N., & Apramilda, R. (2023). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019). *Reliable Accounting Journal*, 2(2), 27–38. <https://doi.org/10.36352/raj.v2i2.526>
- 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>
- Kadek, N., Suardianti, D., Zahratul, H. N., Desyanur, G. B., Lidya, M., & Astarini, Y. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Usaha Kontraktor Bangunan CV. Barakallah. *MANDUB : Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 2, 223–232. <https://doi.org/10.59059/mandub.v2i2.1193>
- Khalik, F. I., Okprianti, R., & Kifli, S. (2023). Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Etika Bisnis Dan Etika Sosial. *Marwah Hukum*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.32502/mh.v1i1.5596>
- Kusuma, G. C., Prastiwi, D. N., & Kristiyanti, L. (2023). Pengaruh Gender Diversity, Agresivitas Pajak, dan Green Accouting Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis*, 2(2), 358–368. <https://doi.org/10.53088/jikab.v2i2.49>
- Mulyani, S., & Rosharlianti, Z. (2023). Pengaruh board diversity dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 21(2), 213. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v21i2.17688>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Pratama, A., Yuniarti, R., & Junaidi, A. (2024). Pengaruh Gender Diversity Dan Green Accounting Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan LQ45 Tahun 2015-2022. *Owner*, 8(3), 2452–2469. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2206>
- 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>
- Ryan Maulana, & Masiyah Kholmi. (2024). Pengaruh Praktek Bibliometrik Etika Bisnis Dan Csr Menciptakan Nilai Jangka Panjang Perusahaan. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 35–49. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.188>
- Setiawan, T., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Millennial Leadership, Gender Diversity terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(3), 3261–3269. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1014>
- Sukma, F. D., & Ismail, I. (2023). Evolusi Relevansi Etika Bisnis Dan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 935. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.994>
- Suprpto, Y., & Alvina, J. (2023). Peran Etika , Keberlanjutan , dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional. *Seiko*, 6(1), 598–607.

<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3966>

Wati, S. S., & Mukhlis, I. (2023). Peran Etika Bisnis Dalam Mendorong Sustainability Perusahaan. *Business and Investment Review*, 1(6), 78–82.

<https://doi.org/10.61292/birev.v1i6.68>

Wibowo, D. P., Afriadi, H., & Sakti, A. M. P. (2023). Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral*, 2023, 1–17.

<https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>

Zulfiani, S. M. I. U. (2024). Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Koperasi Konsumen Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah (Kks Btm) Mulia Babat Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Sri Mega Indah Umi Zulfiani Universitas Muhammadiyah Surakarta Email : O200210013@student.ums. 130–147.