

Literature Review : Peran Etika Bisnis dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Asep Adrian^{1*}, Rizaldi², Novita Sari Gulo³, Silfi Hermaliani Hafitri⁴, Nazwa Nadiva Kurniawan⁵, Nabilah Nur Saniyyah⁶

¹Universitas Nusa Putra, asep.adrian_mn23@nusaputra.ac.id

²Universitas Nusa Putra, rizaldi_mn23@nusaputra.ac.id

³Universitas Nusa Putra, novitasari.gulo_mn23@nusaputra.ac.id

⁴Universitas Nusa Putra, silfi.hermaliani_mn23@nusaputra.ac.id

⁵Universitas Nusa Putra, nazwa.nadiva_mn23@nusaputra.ac.id

⁶Universitas Nusa Putra, nabilah.nur_mn23@nusaputra.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the role of business ethics in improving corporate social responsibility. In the context of modern business dynamics that demand transparency and accountability, understanding the relationship between ethical principles and CSR implementation is very important. The method used in this study is the Systematic Literature Review (SLR). The results of the analysis show that the consistent application of business ethics plays a significant role in encouraging companies to not only comply with regulations but also proactively fulfill their social responsibilities to stakeholders. The main findings indicate that companies that instill ethical values in their organizational culture tend to have CSR programs that are more sustainable, responsive, and have a positive impact on the company's reputation and long-term performance. This study recommends the integration of business ethics as part of a company's core strategy to strengthen the implementation of authentic and sustainable CSR.*

Keywords: *Business Ethics, Corporate Social Responsibility, Sustainability, Corporate Reputation*

Klasifikasi JEL:

E-mail penulis terkait: asep.adrian_mn23@nusaputra.ac.id

ISSN: 3047-2393 (Online)

<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>

INTRODUCTION

Dalam era bisnis modern yang semakin kompetitif dan transparan, keberlangsungan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kinerja finansial semata, tetapi juga oleh sejauh mana perusahaan menjalankan etika bisnis dan tanggung jawab sosialnya. Etika bisnis merujuk pada prinsip-prinsip moral yang membimbing perilaku dan keputusan dalam praktik bisnis sehari-hari. Dalam konteks ini, perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan tata kelola yang baik (ESG: *Environmental, Social, and Governance*).

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia bisnis mengalami perubahan paradigma yang signifikan, terutama terkait dengan peran dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Tidak lagi cukup bagi sebuah perusahaan untuk hanya mengejar keuntungan ekonomi, kini masyarakat global menuntut tanggung jawab sosial, keberlanjutan lingkungan, serta praktik bisnis yang etis dan transparan. Dalam konteks inilah, etika bisnis memegang peran strategis dalam membentuk perilaku korporasi yang bertanggung jawab. Sebagaimana dikemukakan oleh (Freitas et al. 2023), *“ethical business conduct is no longer optional; it is a strategic imperative that strengthens corporate accountability and stakeholder engagement.”* Pernyataan ini menegaskan bahwa etika bisnis memiliki peran sentral dalam meningkatkan tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

Etika bisnis mencakup seperangkat prinsip moral dan standar perilaku yang digunakan oleh individu maupun organisasi dalam

proses pengambilan keputusan bisnis. Penerapan etika ini dapat memengaruhi semua aspek operasional perusahaan, mulai dari hubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok, hingga kebijakan lingkungan dan sosial. Menurut (Schwartz 2023), *“business ethics is not simply a legal compliance tool, but a moral compass that directs companies toward responsible and sustainable conduct.”* Pernyataan ini menegaskan bahwa etika bisnis tidak sekadar formalitas administratif, melainkan menjadi fondasi dari tanggung jawab korporasi yang sejati.

Lebih jauh, penerapan etika bisnis erat kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility*. CSR adalah manifestasi dari komitmen perusahaan terhadap etika bisnis yang diwujudkan dalam bentuk kegiatan sosial, pelestarian lingkungan, dan tata kelola yang baik. Penelitian terbaru oleh (García Sánchez & Raimo 2024) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip etika bisnis secara konsisten cenderung memiliki performa CSR yang lebih baik, serta lebih mampu membangun kepercayaan publik dan loyalitas konsumen. Hal ini membuktikan bahwa etika dan tanggung jawab perusahaan adalah dua hal yang saling memperkuat.

Tuntutan terhadap transparansi, integritas, dan keberlanjutan kini semakin tinggi, terutama seiring dengan meningkatnya perhatian publik terhadap isu-isu seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, perlindungan hak asasi manusia, serta praktik kerja yang adil. Dalam hal ini, perusahaan perlu menunjukkan bahwa mereka tidak hanya peduli pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga seluruh pemangku kepentingan

(stakeholders), termasuk masyarakat, pemerintah, dan lingkungan hidup. Seperti dinyatakan dalam laporan *World Economic Forum* (2024), “*corporate accountability begins with ethical leadership and ends with stakeholder trust.*”

Di Indonesia sendiri, berbagai skandal korporasi yang melibatkan pelanggaran etika seperti manipulasi laporan keuangan, eksploitasi tenaga kerja, dan kerusakan lingkungan telah memicu perhatian lebih besar terhadap pentingnya etika bisnis. Oleh karena itu, studi ini menjadi relevan untuk mengkaji sejauh mana penerapan etika bisnis dapat meningkatkan tanggung jawab perusahaan, baik dalam konteks normatif maupun aplikatif.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika bisnis dalam memperkuat tanggung jawab perusahaan secara menyeluruh. Fokus utama diarahkan pada pemahaman mengenai bagaimana prinsip-prinsip etis diterapkan dalam praktik manajemen, serta dampaknya terhadap reputasi, kinerja jangka panjang, dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan tata kelola perusahaan yang lebih etis dan bertanggung jawab di masa depan.

LITERATURE REVIEW

Literatur Pertama

Etika bisnis merujuk pada seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai yang menjadi landasan perilaku organisasi dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Etika ini mencakup prinsip-prinsip universal seperti kejujuran, tanggung jawab, integritas, dan keadilan, yang perlu diwujudkan dalam

kebijakan dan praktik perusahaan sehari-hari. Di Indonesia, pemahaman tentang etika bisnis menjadi semakin penting seiring meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Konsep etika bisnis tidak hanya berlaku pada tataran individu, tetapi juga secara struktural harus melekat pada organisasi sebagai entitas kolektif. Praktik bisnis yang etis akan menciptakan kepercayaan publik dan menjadikan perusahaan sebagai bagian yang dihormati dalam sistem sosial. Etika tidak hanya menjadi benteng moral dalam menghadapi dilema bisnis, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membangun reputasi dan daya saing perusahaan di pasar domestik dan global (Sutrisno, 2020).

Literatur Kedua

Penerapan prinsip-prinsip etika dalam tata kelola perusahaan menjadi hal yang esensial untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan profesional. *Good Corporate Governance* (GCG) yang efektif tidak hanya ditentukan oleh struktur dan sistem pengawasan, tetapi juga oleh nilai-nilai moral yang dianut oleh manajemen dan seluruh pemangku kepentingan. Di Indonesia, banyak perusahaan publik dan BUMN mulai menyadari bahwa pelaksanaan GCG yang berbasis etika merupakan investasi jangka panjang yang sangat berharga. Etika berfungsi sebagai pengarah agar kekuasaan dan wewenang dalam perusahaan dijalankan secara adil, tidak disalahgunakan, dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Ketika etika dikedepankan dalam pengambilan keputusan, maka kepercayaan investor, mitra kerja, dan masyarakat terhadap perusahaan akan meningkat (Gani & Maulani, 2021).

Literatur Ketiga

CSR merupakan bentuk konkret dari penerapan etika bisnis dalam masyarakat, karena melalui CSR perusahaan memperlihatkan komitmen moralnya terhadap pembangunan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Di Indonesia, program CSR sering kali menjadi indikator utama dari tingkat tanggung jawab etis suatu perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang melaksanakan CSR hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi tanpa kesadaran etis, kegiatan tersebut tidak berdampak signifikan. Sebaliknya, CSR yang didasarkan pada nilai-nilai etika cenderung lebih otentik, berkelanjutan, dan diterima baik oleh masyarakat. CSR yang etis akan melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif, serta menyasar isu-isu nyata seperti pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Penerapan etika dalam CSR juga menciptakan hubungan emosional antara perusahaan dan komunitas, yang pada akhirnya membentuk legitimasi sosial yang kokoh (Prastowo, 2019).

Literatur Keempat

Reputasi merupakan salah satu aset tak berwujud terpenting yang dimiliki oleh perusahaan, dan reputasi ini dibangun berdasarkan persepsi publik terhadap perilaku etis dan tanggung jawab sosial perusahaan. Di Indonesia, reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, karyawan, regulator, dan masyarakat luas. Ketika perusahaan secara konsisten menerapkan nilai-nilai etika dalam seluruh kegiatan bisnisnya, maka ia akan memperoleh kepercayaan yang besar dari berbagai pihak. Kepercayaan inilah yang kemudian menjadi dasar munculnya

loyalitas konsumen, kemitraan strategis, serta stabilitas jangka panjang. Sebaliknya, pelanggaran terhadap etika bisnis, seperti manipulasi laporan keuangan atau eksploitasi buruh, akan merusak reputasi dan mengancam eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, reputasi dan etika merupakan dua sisi dari koin yang sama dalam dunia bisnis (Ismail & Kurniawan, 2020).

Literatur Kelima

Etika bisnis memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dalam konteks Indonesia, perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika biasanya memiliki efisiensi operasional yang lebih tinggi, loyalitas karyawan yang lebih kuat, serta hubungan yang lebih harmonis dengan pelanggan. Lingkungan kerja yang etis akan mengurangi konflik internal, memperkuat komunikasi organisasi, dan meningkatkan semangat kerja karyawan. Selain itu, etika juga dapat menurunkan risiko hukum dan biaya reputasi, yang sering kali muncul akibat pelanggaran atau skandal. Di sisi lain, konsumen Indonesia semakin kritis dan sadar terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab. Mereka cenderung lebih setia kepada merek atau perusahaan yang memperlihatkan integritas dan nilai-nilai sosial yang kuat. Semua faktor ini jika digabungkan akan berdampak positif pada pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas perusahaan (Ramadhan & Rachmawati, 2022).

Literatur Keenam

Dalam dunia bisnis global, rantai pasok yang kompleks menuntut perusahaan untuk tidak hanya mengawasi internal organisasi, tetapi juga memastikan bahwa mitra usaha dan

pemasok mematuhi standar etika yang sama. Perusahaan di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam menerapkan praktik bisnis yang etis di seluruh mata rantai pasoknya, terutama pada sektor-sektor yang padat karya seperti tekstil dan pertambangan. Keberlanjutan bisnis tidak hanya dilihat dari efisiensi logistik atau biaya produksi, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan menjamin bahwa tidak ada eksploitasi, perusakan lingkungan, atau pelanggaran hak buruh dalam proses produksinya. Etika dalam rantai pasok akan meningkatkan kepercayaan pasar, khususnya dari negara-negara maju yang memiliki standar CSR ketat. Oleh karena itu, integrasi nilai etika dalam sistem rantai pasok menjadi kebutuhan mendesak bagi perusahaan Indonesia yang ingin tetap kompetitif di era global (Yuliana, 2021).

Literatur Ketujuh

Budaya organisasi yang baik adalah yang menjadikan etika sebagai inti dari nilai dan perilaku organisasi. Di Indonesia, budaya kerja yang mengedepankan etika sering dikaitkan dengan nilai-nilai lokal seperti gotong royong, rasa hormat terhadap sesama, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai ini dapat menjadi kekuatan organisasi apabila diintegrasikan secara sistematis ke dalam strategi manajerial dan sistem operasional. Ketika seluruh anggota organisasi memahami dan menerapkan etika dalam keseharian kerja, maka akan tercipta lingkungan kerja yang kondusif, kolaboratif, dan rendah konflik. Etika juga memperkuat loyalitas karyawan terhadap organisasi dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang tidak hanya efektif, tetapi juga adil dan manusiawi. Oleh karena itu, membangun budaya organisasi yang berbasis etika merupakan investasi

jangka panjang dalam membentuk identitas perusahaan (Handayani, 2020).

Literatur Kedelapan

Dalam praktiknya, etika bisnis dan kepatuhan terhadap hukum merupakan dua komponen yang saling melengkapi. Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan bersifat wajib secara hukum, sedangkan etika bisnis bersifat normatif dan lebih luas cakupannya. Di Indonesia, banyak perusahaan yang mengalami masalah hukum bukan karena tidak mengetahui aturan, tetapi karena lemahnya budaya etis dalam internal organisasi. Etika memberikan kerangka moral untuk mencegah penyimpangan bahkan sebelum pelanggaran terjadi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika, perusahaan tidak hanya menjalankan apa yang diatur oleh hukum, tetapi juga menjaga integritas dalam situasi yang belum atau tidak diatur oleh regulasi. Misalnya, dalam kasus pengelolaan limbah industri, perusahaan yang beretika akan tetap menjaga lingkungan meskipun belum ada tekanan hukum yang ketat di wilayah operasinya. Oleh karena itu, etika menjadi pedoman penting dalam pengambilan keputusan yang kompleks dan berdampak luas. Etika juga membantu perusahaan menjaga reputasi dalam jangka panjang, sekaligus mendorong terciptanya regulasi yang lebih progresif dan adil (Mardikanto & Soebianto, 2019).

Literatur Kesembilan

Inovasi sering kali dipandang sebagai kunci keunggulan kompetitif perusahaan, namun tidak semua inovasi bersifat etis atau berdampak positif. Di Indonesia, praktik inovasi yang bertanggung jawab semakin mendapat perhatian, terutama dalam industri yang berkaitan dengan teknologi

digital, keuangan, dan kesehatan. Inovasi yang dilandasi oleh etika akan mempertimbangkan implikasi sosial, lingkungan, dan budaya dari produk atau jasa yang dikembangkan. Misalnya, perusahaan *fintech* harus mempertimbangkan aspek keamanan data dan perlindungan konsumen sebagai bagian dari tanggung jawab etisnya. Demikian pula, perusahaan makanan harus memastikan bahwa inovasi produk tidak mengandung bahan berbahaya atau menyesatkan konsumen dengan iklan yang tidak jujur. Dalam konteks ini, etika berfungsi sebagai kompas moral yang membatasi inovasi agar tetap berada dalam koridor yang mendukung kesejahteraan bersama. Perusahaan yang menjadikan etika sebagai fondasi inovasi akan lebih mudah membangun loyalitas konsumen dan mempertahankan keberlanjutan usahanya (Nugroho & Hidayat, 2020).

Literatur Kesepuluh

Pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti konsumen, karyawan, investor, komunitas lokal, dan pemerintah memiliki ekspektasi terhadap perilaku etis dari perusahaan. Hubungan yang dibangun atas dasar kepercayaan, transparansi, dan kepedulian akan jauh lebih tahan terhadap tekanan ekonomi maupun sosial. Di Indonesia, perusahaan yang mampu menjalin komunikasi terbuka dan menghormati hak serta kepentingan *stakeholder* cenderung lebih sukses dalam mempertahankan eksistensinya, terutama di tengah persaingan yang ketat dan perubahan regulasi yang dinamis. Etika memungkinkan perusahaan untuk membangun nilai tambah bersama (*shared value*) dengan para *stakeholder*, di mana keuntungan ekonomi tidak diperoleh

dengan mengorbankan hak-hak pihak lain. Etika juga mendorong perusahaan untuk proaktif dalam menyelesaikan konflik secara damai dan adil, serta menghindari praktik yang merugikan seperti diskriminasi, penyalahgunaan kekuasaan, atau manipulasi informasi. Dengan demikian, etika menjadi kunci utama dalam menciptakan hubungan *stakeholder* yang sehat dan berkelanjutan (Lubis, 2021).

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk memperoleh pemahaman menyeluruh dan berbasis bukti mengenai peran etika bisnis dalam meningkatkan tanggung jawab perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena mampu menyusun dan mensintesis berbagai studi sebelumnya secara sistematis, objektif, dan transparan, sehingga memberikan kontribusi signifikan dalam mengidentifikasi tren, kesenjangan penelitian, serta konvergensi temuan dari berbagai perspektif akademik maupun praktis. Prosedur SLR dalam penelitian ini mengikuti beberapa langkah utama: (1) merumuskan pertanyaan penelitian yang jelas dan terarah; (2) mengembangkan strategi pencarian literatur dengan kata kunci relevan; (3) menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi untuk menyaring studi yang sesuai; (4) melakukan proses seleksi literatur secara sistematis dengan pedoman PRISMA; (5) menganalisis dan mensintesis data menggunakan pendekatan tematik; serta (6) mendokumentasikan seluruh proses untuk menjamin transparansi dan replikasi penelitian. Pendekatan ini memastikan bahwa hasil yang diperoleh bersifat komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Research Question (Pertanyaan Penelitian)

Pertanyaan penelitian dirancang untuk menggali lebih dalam hubungan antara etika bisnis dan peningkatan tanggung jawab perusahaan. Fokus utama tertuju pada bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis mempengaruhi keputusan strategis dan operasional perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial, lingkungan, dan ekonomi. Untuk memperjelas fokus, kerangka PICO digunakan, di mana Population merujuk pada entitas bisnis baik milik negara, swasta, maupun organisasi multinasional. Interest mengarah pada penerapan nilai etika dan moral dalam kegiatan bisnis dan Context merujuk pada praktik tanggung jawab perusahaan baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Pertanyaan penelitian ini penting karena mencerminkan kebutuhan mendesak untuk memahami bagaimana integrasi nilai etis dalam praktik bisnis dapat memberikan dampak nyata terhadap keberlanjutan perusahaan dan kontribusi sosialnya.

Strategi Pencarian Literatur

Proses pencarian literatur dilakukan secara menyeluruh dan sistematis melalui berbagai database ilmiah bereputasi, antara lain Scopus, ScienceDirect, Emerald Insight, Google Scholar, dan Garuda. Setiap database dipilih berdasarkan aksesibilitas, cakupan bidang studi, serta kredibilitas sumber. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian dikembangkan berdasarkan topik utama seperti “etika bisnis”, “tanggung jawab sosial perusahaan”, “corporate governance”, dan “sustainability”, serta menggunakan kombinasi logika Boolean (AND, OR, NOT) untuk memperluas atau mempersempit hasil pencarian. Selain itu, sinonim dan terjemahan bahasa Indonesia turut dipertimbangkan untuk menangkap

literatur lokal yang relevan. Pencarian juga mempertimbangkan metadata seperti tahun publikasi, abstrak, dan jenis artikel. Hasil pencarian kemudian diekspor dan dikompilasi dalam *software* manajemen referensi seperti *Mendeley* atau *Zotero* untuk mempermudah penyaringan lebih lanjut dan dokumentasi referensi.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Penentuan inklusi dan eksklusi dilakukan untuk menjaga kualitas dan relevansi artikel yang dianalisis. Kriteria inklusi mencakup: (1) artikel yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah yang telah melalui proses peer-review; (2) studi yang secara eksplisit membahas hubungan antara etika bisnis dan tanggung jawab perusahaan, baik dari perspektif teoritis maupun empiris; (3) fokus pada organisasi atau sektor bisnis; (4) artikel tersedia dalam bahasa Indonesia atau Inggris; dan (5) periode publikasi dibatasi antara tahun 2019 hingga 2024 untuk menjamin aktualitas informasi. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi: (1) artikel berbentuk editorial, opini, atau artikel populer non-akademik; (2) artikel yang tidak tersedia secara full-text atau tidak dapat diakses; (3) studi yang hanya membahas aspek legal-formal tanpa pendekatan etis; serta (4) artikel yang teridentifikasi sebagai duplikat lintas database. Kriteria ini membantu memastikan bahwa hanya artikel yang relevan, berkualitas tinggi, dan sesuai fokus yang digunakan dalam sintesis.

Proses Seleksi Literatur

Seleksi literatur dilakukan secara sistematis menggunakan pedoman PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), yang terdiri atas empat tahapan: identifikasi, penyaringan, pemeriksaan kelayakan, dan penyertaan

akhir. Pada tahap identifikasi, semua artikel yang relevan dikumpulkan berdasarkan hasil pencarian dari berbagai *database*. Tahap penyaringan dilakukan dengan menghapus artikel duplikat dan meninjau judul serta abstrak untuk menilai kesesuaian awal. Artikel yang lolos kemudian diuji pada tahap pemeriksaan kelayakan dengan membaca teks secara menyeluruh untuk memastikan pemenuhan semua kriteria. Artikel yang memenuhi syarat pada tahap ini masuk ke tahap akhir penyertaan untuk dianalisis lebih dalam. Dari total 20 artikel awal yang ditemukan, setelah proses seleksi berlapis, 10 artikel dipilih sebagai bahan utama untuk dianalisis dan disintesis dalam studi ini.

Teknik Analisis dan Sintesis Data

Setelah artikel terkumpul, data dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*), yang memungkinkan identifikasi pola dan tema utama yang muncul dari berbagai literatur. Tema-tema yang ditemukan mencakup berbagai aspek penting seperti: peran etika dalam memperkuat tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), hubungan antara etika dan keberhasilan pelaksanaan CSR, kontribusi etika terhadap kepedulian lingkungan, pengaruh kepemimpinan etis dalam membangun budaya organisasi yang akuntabel, serta keterkaitan antara praktik etika dan kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan. Analisis ini juga mempertimbangkan konteks industri, metode penelitian yang digunakan dalam masing-masing studi, hasil utama, dan kontribusi terhadap teori. Hasil sintesis kemudian disusun untuk menunjukkan hubungan antar tema dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi

etika bisnis dalam kerangka tanggung jawab perusahaan.

Validitas, Transparansi, dan Replikasi

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas penelitian, seluruh proses SLR didokumentasikan secara rinci dan sistematis. Ini mencakup protokol pencarian, tabel sintesis artikel, daftar artikel yang dikaji, dan dokumentasi proses seleksi berdasarkan PRISMA yang disajikan dalam bagian lampiran. Dokumentasi ini memungkinkan penelitian direplikasi oleh peneliti lain dan memungkinkan pembaca menilai validitas temuan. Upaya mitigasi bias dilakukan melalui pemeriksaan ulang kesesuaian metodologis setiap artikel dan triangulasi antar sumber. Selain itu, seluruh proses analisis dilakukan secara independen dan disertai dengan pencatatan temuan yang dapat diverifikasi. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya transparan dan akuntabel, tetapi juga memenuhi standar ilmiah yang tinggi untuk dijadikan acuan dalam pengembangan kebijakan dan praktik etika bisnis di masa mendatang.

Berdasarkan hasil kajian sistematis terhadap berbagai literatur ilmiah melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), dapat disimpulkan bahwa etika bisnis memainkan peran strategis dan multidimensional dalam meningkatkan tanggung jawab perusahaan. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai landasan normatif dalam pengambilan keputusan perusahaan, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam praktik tanggung jawab sosial (CSR), tata kelola perusahaan yang baik (GCG), serta keberlanjutan lingkungan dan sosial. Perusahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai etis dalam budaya organisasinya cenderung memiliki

hubungan yang lebih harmonis dengan pemangku kepentingan, mempertahankan reputasi jangka panjang, serta menunjukkan kinerja yang lebih stabil dalam aspek keuangan maupun non-keuangan. Temuan ini juga menegaskan bahwa kepemimpinan yang etis dan sistem tata kelola berbasis nilai berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepercayaan publik dan akuntabilitas korporasi. Di sisi lain, literatur juga mengungkap bahwa masih terdapat tantangan implementasi, terutama dalam konteks perusahaan yang beroperasi di lingkungan dengan regulasi lemah atau budaya korporasi yang belum sepenuhnya menginternalisasi etika sebagai bagian dari strategi bisnis. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan, khususnya di Indonesia, untuk terus memperkuat sistem pelatihan etika, transparansi operasional, serta evaluasi tanggung jawab sosial secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemangku kebijakan, akademisi, dan praktisi bisnis dalam memahami dan mengembangkan pendekatan etika sebagai fondasi strategis bagi pembangunan korporasi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

REFERENCE

- Freitas, J., Silva, R., & Thompson, M. (2023). *Strategic ethics and corporate accountability: Building trust in the modern economy*. Routledge.
- García-Sánchez, I.-M., & Raimo, N. (2024). Ethics and corporate social responsibility: A global perspective on emerging challenges. *Journal of Business Research*, 170, 114013. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114013>
- World Economic Forum. (2024). *Global corporate governance report 2024*. <https://www.weforum.org>
- Schwartz, M. S. (2023). *Business ethics: Theory and practice in the global era*. Routledge.
- Sutrisno, E. (2020). Etika Bisnis dan Profesionalisme. Kencana
- Gani, A., & Maulani, A. (2021). Pengaruh Etika Bisnis terhadap Good Corporate Governance pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 78–87.
- Prastowo, A. (2019). Implementasi CSR Berbasis Etika dalam Perusahaan Tambang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 15–22.
- Ismail, M., & Kurniawan, R. (2020). Reputasi Perusahaan: Antara Etika dan Strategi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 8(3), 201–210.
- Ramadhan, A., & Rachmawati, D. (2022). Etika Bisnis dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(1), 33–42.
- Yuliana, R. (2021). Etika dalam Rantai Pasok dan Pengaruhnya terhadap Citra Merek. *Jurnal Logistik dan Bisnis Internasional*, 3(2), 45–56.
- Handayani, T. (2020). Budaya Organisasi Berbasis Etika di Perusahaan Multinasional. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 4(2), 99–110.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2019). *Pembangunan Berkelanjutan: Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Etika dan CSR*. UNS Press.
- Nugroho, Y., & Hidayat, R. (2020). Etika Inovasi dalam Industri Digital: Kajian terhadap Perlindungan Konsumen. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 5(2), 101–113.
- Lubis, F. (2021). Stakeholder Engagement Berbasis Etika di Perusahaan Nasional. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 9(1), 55–67.