

Mengintegrasikan Etika Bisnis dalam Strategi Manajemen untuk Keberlanjutan Perusahaan

Endito Althaf Mahiro^{1}, Meiriza Audina Putri², Putri Ghinaa Maisaan³, Sherly Aulia Putri⁴, Sidik⁵*

¹Universitas Nusa Putra *endito.althaf_mn23@nusaputra.ac.id*

²Universitas Nusa Putra *meiriza.audina_mn23@nusaputra.ac.id*

³Universitas Nusa Putra *putri.ghinaa_mn23@nusaputra.ac.id*

⁴Universitas Nusa Putra *sherly.aulia_mn23@nusaputra.ac.id*

⁵Universitas Nusa Putra *sidik_mn23@nusaputra.ac.id*

Abstract: To ensure the long-term success and sustainability of a company, business ethics are essential. This study collects literature from various reliable sources from 2014 to 2025 and investigates how ethical principles affect management strategies, stakeholder relationships and overall corporate success. The analysis shows that sustainable and responsible application of business ethics can improve a company's image and reputation, increase customer trust, and enhance employee loyalty. In addition, combining business ethics with corporate social responsibility (CSR) practices can help achieve the Sustainable Development Goals (SDGs) and strengthen the link between society and the environment. In accordance with the Triple Bottom Line concept (planet, people, and profit), this research shows that incorporating ethical values into the strategic decision-making process will benefit companies in addition to improving their social and environmental aspects. Businesses can improve competitiveness, manage risks and build long-term stakeholder trust by implementing strong ethics. Therefore, in order to achieve sustainability and extensive social benefits, a company must thoroughly embed an ethical culture in all aspects of its business operations and strategies. Therefore, the integration of ethics and CSR is essential to build a company that is viable, ethical, and contributes positively to society and the environment for sustainability.

Kata Kunci: business ethics, corporate sustainability, social responsibility, management strategy

Klasifikasi JEL:

* E-mail penulis terkait: *putri.ghinaa_mn23@nusaputra.ac.id*

ISSN: 3047-2393 (Online)

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

INTRODUCTION

Etika bisnis adalah bidang terapan yang mempelajari moralitas dan masalah etis di dunia bisnis. Ini mencakup cara perusahaan dan individu yang beroperasi di dalamnya harus bertindak secara etis dalam proses pengambilan keputusan. Untuk memastikan bahwa aktivitas ekonomi dilakukan dengan cara yang adil, jujur, dan bertanggung jawab adalah tujuan utama dari etika bisnis. Perlu diingat bahwa setiap etika bisnis mengacu pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang mengatur bagaimana seseorang bertindak dalam lingkungan pekerjaan tertentu. (Arianto et al., 2024)

Etika bisnis juga memiliki banyak hal yang harus dilakukan dengan konsep tanggung jawab sosial dan ekonomi serta tata kelola perusahaan. Oleh karena itu, Bisnis tidak hanya memperhatikan keuntungan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dengan konsep tanggung jawab sosial ekonomi dan tata kelola perusahaan (environmental social and governance). Oleh karena itu, bisnis tidak hanya memahami keuntungan ekonomi tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab dan keberlanjutan.

Hal ini terkait dengan program PBB, yang menyatakan bahwa bisnis harus fokus pada 17 tujuan pembangunan paling penting, atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). pembangunan paling penting Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).

SDGs, atau Tujuan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, Pembangunan Dan, dan etika bisnis saling terkait erat. Etika bisnis saling terkait erat. SDGs memberikan panduan kepada bisnis tentang cara beroperasi secara bertanggung jawab dan etis, sementara etika bisnis memastikan bahwa operasi tersebut selaras dengan nilai-nilai moral dan sosial.

Selain itu, dimasa sekarang persaingan di dalam dunia usaha sangat tinggi sehingga setiap perusahaan harus meningkatkan kualitas dan bagaimana kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan bagaimana etika bisnis yang ada di dalam perusahaan.

Pada dasarnya wirausaha tidak terlepas dari norma yang ada di dalam dunia usaha. Karena dari sudut pandang bisnis, etika bisnis dipandang sangat penting karena mencerminkan bagaimana kondisi internal perusahaan dan perusahaan yang memiliki etika yang baik mendapat citra baik dari para konsumen.

Dengan adanya citra baik dari konsumen dapat mempengaruhi pembelian konsumen secara loyal yang mengakibatkan perusahaan tersebut dapat berkembang dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan yang menganut nilai-nilai bisnis yang etis akan mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi.

LITERATURE REVIEW

Literatur Pertama

Jurnal ini membahas etika bisnis, yaitu perilaku yang menyimpang dari tindakan baik atau buruk untuk membuat pilihan kebijakan yang lebih baik. Konsep Triple Bottom Lines (Planet, People profit) adalah strategi yang dapat digunakan perusahaan

untuk mendorong keberlanjutan. Perusahaan tidak hanya akan menghasilkan uang, tetapi juga akan mempengaruhi karyawan dan lingkungan dengan memasukkan etika bisnis ke dalam kebijakannya. Ini akan memungkinkan bisnis untuk bertahan baik saat ini maupun di masa depan..(Sri et al., 2023)

Literatur Kedua

Fokus penelitian ini adalah perubahan cara orang melihat etika bisnis dalam konteks CSR dan bagaimana hal itu berdampak pada praktik bisnis perusahaan modern. Diharapkan penelitian ini akan memberikan informasi yang lebih mendalam tentangnya.(Sukma & Ismail, 2023)

Literatur Ketiga

Fokus penelitian ini adalah bagaimana prinsip dan kode etik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan kinerja keuangan, dan menciptakan lingkungan kerja yang baik. Etika bisnis membantu kepuasan pelanggan, retensi karyawan, dan kesuksesan jangka panjang karena mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap akuntan publik yang diharapkan berperilaku etis.(Hamqur Abdillah, 2024)

Literatur Keempat

Jurnal ini membahas tentang berbagai manfaat yang dapat dihasilkan dari penerapan prinsip dan kode etik dalam bisnis; ini termasuk meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan kinerja keuangan, menciptakan lingkungan kerja yang baik, dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis. Etika bisnis juga harus menjadi dasar dari semua kegiatan operasional perusahaan dan harus diterapkan oleh manajemen dan seluruh staf. (Agung et al., n.d.)

Literatur Kelima

Pada jurnal ini membahas bahwa etika bisnis sangat penting dalam menghadapi persaingan usaha yang ketat di era sekarang. Kejujuran dan perlakuan etis terhadap semua pihak dalam bisnis seperti karyawan, konsumen, pemasok, dan masyarakat menjadi kunci untuk membangun kepercayaan dan menjaga reputasi perusahaan. Etika ini merupakan investasi jangka panjang meskipun tidak langsung menghasilkan keuntungan bagi perusahaan yang berhasil menjalankan etika dengan sebaik baiknya. (Dharma Nurhalim, 2023)

Literatur Keenam

Pada jurnal ini membahas bahwa etika bisnis sangat penting dalam menghadapi persaingan usaha yang ketat di era sekarang. Kejujuran dan perlakuan etis terhadap semua pihak dalam bisnis seperti karyawan, konsumen, pemasok, dan masyarakat menjadi kunci untuk membangun kepercayaan dan menjaga reputasi perusahaan. Etika ini merupakan investasi jangka panjang meskipun tidak langsung menghasilkan keuntungan bagi perusahaan yang berhasil menjalankan etika dengan sebaik baiknya.(Junita Ayunengsih et al., n.d.)

Literatur Ketujuh

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika dalam bisnis sangat penting untuk membangun koneksi dengan yang kuat kepentingan-kepentingan dan untuk memastikan bahwa bisnis berhasil dalam jangka panjang .dan untuk memastikan bahwa bisnis tersebut berhasil jangka panjang. Perusahaan dapat meningkatkan reputasi, kepercayaan, dan daya saing dengan menerapkan etika. Saat etika bisnis

mengurangi dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan, ekonomi berkembang. (Hakim et al., 2024)

Literatur Kedelapan

Dalam jurnal ini, jurnal, etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Oleh karena itu, mengintegrasikan keduanya dalam IHRM sangat krusial untuk mendukung keberlanjutan, daya saing global, serta kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan memberikan arahan bagi para praktisi dan akademisi dalam menerapkan prinsip-prinsip etis dan CSR dalam pengelolaan sumber daya manusia di tingkat internasional..(Adrai et al., n.d.)

Literatur Kesembilan

Jurnal tersebut menyatakan bahwa etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komponen penting dari keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang karena mereka meningkatkan kepercayaan publik dan reputasi mereka, membuat perusahaan lebih kompetitif, dan mengurangi risiko hukum. Karena etika dan CSR dapat mendorong inovasi, keberlanjutan, dan keberhasilan sosial dan lingkungan, perusahaan disarankan untuk mengadopsi praktik yang transparan, adil, dan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan sebagai investasi jangka panjang untuk keberlanjutan dan ketahanan bisnis.

Literatur Kesepuluh

Buku ini membahas semua elemen penting etika bisnis, seperti sejarah, teori, moralitas,

pengambilan keputusan, manajemen perusahaan yang baik, dan kepemimpinan. Tujuan utamanya adalah memberikan pemahaman yang mendalam tentang prinsip moral, serta mendiskusikan masalah dan solusi yang terkait dengan penerapan etika dalam lingkungan bisnis kontemporer.

METHODOLOGY

Penelitian ini menerapkan metode kajian pustaka (literature review) sebagai pendekatan utama untuk meneliti integrasi etika bisnis dalam strategi manajemen perusahaan demi mencapai keberlanjutan. Metode ini dipilih dengan tujuan untuk menggali secara mendalam berbagai konsep, teori, dan temuan empiris yang telah ada sebelumnya, serta untuk menemukan celah dalam literatur yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan dengan mencari berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan, termasuk jurnal nasional dan internasional yang terindeks, buku akademis, serta artikel dari publikasi akademik lainnya. Sumber data yang dipakai dalam pencarian literatur mencakup Google Scholar dan Researchgate dengan menggunakan kata kunci seperti "etika bisnis", "manajemen strategis", "keberlanjutan korporat", "kepemimpinan etis", dan "strategi bisnis berkelanjutan". Literatur yang dianalisis difokuskan pada periode 11 tahun terakhir (2014–2025) untuk memastikan kesesuaian dengan perkembangan terkini dalam bidang bisnis dan manajemen.

Kriteria yang digunakan untuk inklusi dalam pemilihan literatur adalah sebagai berikut:

- Artikel yang mengupas keterkaitan antara etika bisnis dan strategi manajemen.

- Penelitian yang menilai kontribusi etika terhadap keberlanjutan perusahaan.
- Literatur yang berasal dari sumber yang dapat diandalkan dan telah melalui proses tinjauan sejawat.

Dalam hal ini, artikel yang memiliki sifat opini, tidak diverifikasi secara akademis, atau tidak secara langsung terkait dengan fokus penelitian diabaikan dari analisis.

Data yang diperoleh dianalisis dengan cara kualitatif melalui pendekatan analisis konten. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema penting, pola pikir, serta metode yang diterapkan dalam memasukkan etika ke dalam strategi manajemen. Selanjutnya, dilakukan penggabungan dari berbagai perspektif untuk membuat kerangka konseptual yang mampu menjelaskan fungsi etika dalam merancang strategi bisnis yang berkelanjutan.

Dengan menggunakan metode literatur ini, diharapkan penelitian ini mampu memberikan pemahaman teori yang mendalam dan menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya serta praktik manajerial di perusahaan dalam mengintegrasikan etika secara strategis untuk mencapai tujuan keberlanjutan yang berjangka panjang.

DISCUSSION

Untuk menjaga keberlanjutan perusahaan dan meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingannya, etika bisnis sangat penting. Secara teratur dan bertanggung jawab, penerapan etika dapat meningkatkan citra dan reputasi

Menanamkan budaya etika dalam seluruh aspek operasional dan proses pengambilan keputusan strategis perusahaan adalah sesuatu yang sangat penting, seperti yang kami ketahui dari diskusi kami. Oleh karena itu, Bisnis tidak hanya mempertimbangkan faktor ekonomi, tetapi juga secara hati-hati mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan. Bisnis dapat meningkatkan daya saing, mengelola risiko, dan membangun kepercayaan pemangku kepentingan jangka panjang dengan menerapkan etika yang kuat. Secara keseluruhan, integrasi etika bisnis dan CSR sangat penting untuk membangun perusahaan yang kuat, beretika, dan mampu memberikan manfaat sosial yang luas dan mendukung pembangunan berkelanjutan.

CONCLUSION

Hasilnya adalah bahwa etika bisnis sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan dan meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingannya. Selain mendorong tanggung jawab sosial dan keberlanjutan jangka panjang, praktik etika yang konsisten dan bertanggung jawab dapat memperkuat citra dan reputasi perusahaan. Agar budaya perusahaan yang berintegritas tercipta, etika bisnis harus menjadi landasan dalam setiap kegiatan operasional dan diterapkan oleh manajemen dan seluruh staf.

Etika bisnis juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, yang membantu citra dan keberlanjutan bisnis. Konsep Triple Bottom Lines—bumi, manusia, dan keuntungan—menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika tidak hanya meningkatkan hasil ekonomi tetapi juga mengurangi dampak negatif yang ditimbulkannya terhadap masyarakat dan lingkungan. Untuk mendukung daya saing global, keberlanjutan, dan peningkatan citra,

etika bisnis harus diintegrasikan dengan program tanggung jawab sosial perusahaan dan CSR.

Selain itu, etika bisnis yang sesuai dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berkonsentrasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga secara seimbang mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, menanamkan nilai-nilai etika secara menyeluruh dalam semua aspek operasional perusahaan adalah penting untuk mencapai keberhasilan jangka panjang dan manfaat sosial yang luas

REFERENCE

- Andika, Austin. (2024). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PENGUSAHA FURNITURE DI JEPARA DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK FURNITURE JEPARA*. UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG.
- Christanti, Christanti, & Kembau, Agung Stefanus. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Konten Dan Afiliasi Terhadap Pembelian Impulsif: Peran Mediasi Pemasaran Viral Dan Kepercayaan. *Modus*, 36(2), 198–223.
- Bambang Arianto, & Rani. (n.d.). Etika bisnis dan profesi. Etika Bisnis Dan Profesi. https://www.researchgate.net/publication/384679825_Etika_Bisnis_dan_Profesi/citations
- Sukma, F. D., & Ismail, I. (2023). EVOLUSI RELEVANSI ETIKA BISNIS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR). *Fonduri De Investiții*, 12(3), 935. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.994>
- Hakim, L., Nurgupita, R. K., & Rizaldi, M. (2024b). Integrasi Etika Bisnis: Sebuah Perspektif Baru Dalam Keberlanjutan Perusahaan & Sosial Kemasyarakatan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 15(04), 836–850. <https://doi.org/10.23887/jimat.v15i04.78323>
- 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>
- Abdillah, J. H. (2024). Implementasi Etika Bisnis dan Dampaknya Bagi Keberlanjutan Bisnis ada Perusahaan. *Al-Kharaj Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3639–3648. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1142>
- 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>
- Mahayastina, Niken Junita Ayunengsih, & Rani Febri Astut. (n.d.). PENTINGNYA ETIKA BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Journal of Management and Innovation Entrepreneursip (JMIE)*, Volume 1, No 2 – Januari 2025.
- Indri, N., & Lismawati, N. (2025). ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL. *Journal Central Publisher*, 1(10), 1120–1128. <https://doi.org/10.60145/jcp.v1i10.219>
- Rian Rahmat Ramadhan, S.E., M.Si, Dr. Irfan Widyanto, S.IP., M.M, Yudha Remofa, M.Ak, Helly Khairuddin, S.E., M.Si, & Norra Isnasia Rahayu, S.E., MSA., Ak.,CA. (2025). *Memahami etika bisnis* (1st ed.).
- Hidayana, N., & Hendra, H. (2023). Arti Pentingnya Etika dan Tanggung Jawab Sosial Di Perusahaan Dalam Menghadapi Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2406–2412. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13283>