

Peran Etika, Keberlanjutan, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional

Yandi Suprpto¹, June Alvina^{✉2}, Khesi³, William⁴

^{1,2,3,4} Universitas Internasional Batam

Abstrak

Di tengah era globalisasi, pelaksanaan bisnis internasional menjadi semakin kompleks dan beragam, sehingga etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial semakin penting untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab dan memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial secara masing-masing dalam kegiatan bisnis internasional. Adapun jenis penelitian ini berupa penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Melalui penelitian ini, tim penulis berhasil menemukan bahwa etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial memainkan peran penting dalam bisnis internasional. Ketiga faktor yang saling berkaitan tersebut bermanfaat dalam memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab, berkelanjutan, dan mensejahterakan masyarakat dan lingkungan di seluruh dunia. Harapannya melalui penelitian ini, perusahaan yang hendak menjalankan bisnis internasional dapat mengetahui pentingnya standar etis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial yang baik dan dapat menerapkannya pada perusahaan.

Kata Kunci: *bisnis internasional; etika; keberlanjutan; tanggung jawab sosial perusahaan*

Abstract

In the midst of globalization, the conduct of international business is becoming increasingly complex and diverse, so ethics, sustainability and corporate social responsibility (CSR) are increasingly important to ensure that companies operate responsibly and provide benefits to society and the environment. This study aims to analyze the role of ethics, sustainability, and CSR respectively in international business activities. This type of research is in the form of qualitative research with qualitative descriptive analysis methods. Through this research, the authors managed to find that ethics, sustainability, and CSR play an important role in international business. These three interrelated factors are beneficial in ensuring that companies operate responsibly, sustainably, and prosper communities and the environment around the world. It is hoped that through this research, companies that wish to run an international business can know the importance of good ethical, sustainability, and CSR standards and can apply them to the company.

Keywords: *international business; ethics; sustainability; corporate social responsibility*

Copyright (c) 2023 June Alvina

✉ Corresponding author :

Email Address : 2141108.june@uib.edu

PENDAHULUAN

Globalisasi telah memperluas lingkup bisnis internasional dengan membuka pasar yang lebih luas dan memfasilitasi perdagangan internasional yang lebih cepat dan lebih efisien. Menurut Cavusgil (2008) dalam (Kartawinata et al., 2014), bisnis internasional adalah kegiatan perdagangan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan swasta maupun pemerintah melintasi batas suatu negara dengan negara lainnya. Bisnis internasional dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan standar hidup suatu negara, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan menambah lapangan kerja. Di samping itu, bisnis internasional juga mampu mendorong industrialisasi dan investasi perusahaan multinasional (Suryanto & Kurniati, 2022). Namun, keterbukaan dalam pasar internasional juga telah memunculkan tantangan baru dalam hal etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam melaksanakan bisnis internasional, perusahaan harus mempertimbangkan dampaknya pada masyarakat lokal, lingkungan, dan ekonomi serta memastikan bahwa tanggung jawab sosialnya dapat dipenuhi. Saat ini, berbagai negara telah menuntut perusahaan untuk memiliki etika bisnis, serta menerapkan keberlanjutan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara konsisten dalam pelaksanaan bisnisnya (Handayani & Hidayati, 2022). Kebijakan tersebut lahir dari desakan masyarakat setempat atas perilaku perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial (Disemadi & Prananingtyas, 2020). Oleh karena itu, etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial semakin penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat beroperasi secara berkelanjutan dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

Lingkungan asing yang cenderung berbeda dari lingkungan domestik merupakan halangan utama bisnis internasional dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Standar etis yang tinggi diperlukan untuk menjaga hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan seperti mitra bisnis, pemerintah, masyarakat lokal, pelanggan, dan investor (Tambunan et al., 2022). Selain itu, keberlanjutan juga merupakan faktor yang penting karena dapat mempengaruhi kesinambungan dan kemampuan perusahaan untuk tetap beroperasi di masa depan. Di luar tujuan utamanya untuk menghasilkan laba, tanggung jawab sosial juga merupakan suatu hal yang penting mengingat bahwa penerapan CSR dalam operasi bisnis dapat menciptakan citra merek dan hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan (Afifah et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika, keberlanjutan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam kegiatan bisnis internasional untuk melindungi dan menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingan yang terlibat. Harapannya melalui penelitian ini, tim penulis dapat menjabarkan topik penelitian secara jelas dan terperinci, sehingga pembaca dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya etika, keberlanjutan, dan CSR dalam bisnis internasional. Selain itu, tim penulis juga berharap bahwa perusahaan yang hendak menjalankan bisnis internasional akan menerapkan standar etis, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial yang baik pada perusahaannya.

TINJAUAN LITERATUR

Bisnis Internasional

Bisnis internasional adalah kegiatan usaha yang dilaksanakan melampaui batas-batas negara (Gumilar, 2018). Di sisi lain, bisnis internasional juga merupakan penanganan transaksi melewati batas negara, yang meliputi kegiatan pengalihan barang, jasa, pengetahuan, teknologi, modal, dan manajerial (Satyarini, 2014). Kegiatan bisnis internasional dilaksanakan dengan menghilangkan hambatan komunikasi dan perdagangan agar dapat mengakses pasar global pada aspek budaya, politik, dan ekonomi (Sihite, 2016). Beberapa alasan yang menyebabkan sebuah perusahaan untuk ikut serta dalam kegiatan bisnis internasional, antara lain untuk melakukan ekspansi bisnis di luar pasar domestik; untuk mengakuisisi sumber daya; dan untuk memperluas pangsa pasar melalui diversifikasi usaha (Kartawinata et al., 2014).

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan cara untuk melaksanakan kegiatan bisnis secara adil dalam seluruh aspek yang berhubungan dengan perusahaan, individu, industri, serta masyarakat (Suryana, 2016). Selain itu, etika bisnis juga dapat diartikan sebagai pengetahuan yang mengatur standar moral pelaku bisnis pada aspek produksi, distribusi, dan konsumsi secara khusus (Wartoyo, 2018). Penerapan etika bisnis yang baik dapat menjamin keberlangsungan kegiatan bisnis dalam jangka panjang, meningkatkan kepuasan karyawan, dan memberikan bisnis peluang untuk memajukan langkah menuju bisnis internasional (Asril, 2019). Prinsip-prinsip yang harus dipatuhi dalam etika bisnis menurut Keraf (1998) dalam (Ali, 2020), antara lain otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral.

Keberlanjutan (*Sustainability*)

Keberlanjutan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Yusuf & Prayogi, 2020). Saat ini, konsep keberlanjutan berpijak pada *triple bottom line* (TBL), yakni sinergi antara tiga elemen yang meliputi ekonomi, sosial, dan lingkungan (Febriyanti, 2021). Tiga elemen tersebut yang dikenal juga dengan nama 3P (*profit, people, planet*) merupakan kunci utama dalam konsep *sustainability*. Sebuah bisnis dapat dikatakan *sustainable* apabila segala aktivitas dan proses produksinya turut berkontribusi secara aktif dalam menjaga lingkungan, dapat memberdayakan dan menyejahterakan masyarakat setempat, serta tetap memperoleh keuntungan (Mulya, 2017).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen berkesinambungan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas (Nurlela, 2019). Sementara itu, menurut (Fitriyana, 2019), CSR adalah pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, dengan menitikberatkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan.

CSR tidak hanya merupakan tanggung jawab perusahaan, melainkan kewajiban yang harus dijalankan sebagai bagian dari kebijakan bisnis (Nayenggita et al., 2019). Dalam pelaksanaan CSR, perusahaan harus menerapkan 7 prinsip yang terdapat dalam ISO 26000 "*Guidance Standard on Social Responsibility*", yakni akuntabilitas; transparansi; perilaku etis; menghormati kepentingan para pemangku kepentingan; menaati aturan hukum; menaati norma perilaku internasional; serta menghormati hak asasi manusia (Aminurosyah et al., 2020).

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh tim penulis adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk memahami dan mengamati fenomena tanpa melibatkan angka dan statistik (Yuliani, 2018). Adapun fenomena yang diteliti dalam penulisan artikel ini berupa peran etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam kegiatan bisnis internasional. Landasan teori merupakan panduan utama yang digunakan dalam menjabarkan hasil analisis.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data primer dan sekunder guna mendukung penulisan artikel ini, tim penulis menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari teori dari berbagai literatur yang memiliki hubungan dengan penelitian (Adlini et al., 2022). Pada teknik ini, tim penulis menghimpun berbagai data yang relevan melalui tinjauan terhadap literatur, buku, catatan, dan artikel jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

Adapun sumber daripada data-data yang tertera pada artikel ini diperoleh dari buku, artikel ilmiah, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan peran etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dilaksanakan melalui tiga tahapan, antara lain (Rijali, 2019):

1. Reduksi Data

Tahap pertama dalam pelaksanaan analisis adalah mereduksi data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber. Proses ini bertujuan untuk merangkum dan menyederhanakan data sehingga data yang digunakan hanya merupakan data yang krusial.

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, tahap kedua yang harus dilakukan adalah penyajian data. Penyajian data dilakukan dengan cara mengelompokkan data menurut sub bab yang disusun secara sistematis dalam bentuk teks atau narasi.

3. Simpulan/Verifikasi

Tahap terakhir atau tahap ketiga yang harus dilakukan oleh tim penulis adalah menarik kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Etika dalam Bisnis Internasional

Dalam melaksanakan kegiatan bisnis internasional, perusahaan harus beroperasi di lingkungan asing yang beragam, seperti kekuatan politik, ekonomi, persaingan, dan budaya (Siripipatthanakul, 2021). Etika merupakan unsur yang sangat penting dalam bisnis internasional karena lingkungan bisnis internasional seringkali berbeda dari lingkungan bisnis domestik. Standar etis yang tinggi diperlukan untuk menjaga hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan seperti mitra bisnis, pemerintah, masyarakat lokal, pelanggan, dan investor (Tambunan et al., 2022).

Secara umum, etika merupakan refleksi kritis mengenai hal yang harus dan hal yang tidak boleh dilakukan (Bertens, 2014). Dalam konteks bisnis, etika merupakan suatu kode etik yang mengatur perilaku anggota perusahaan dengan pihak internal dan eksternal berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang berlaku pada suatu daerah (Rahimaji, 2019). Etika memainkan peran penting dalam pelaksanaan bisnis internasional. Pada negara asing di mana perusahaan beroperasi, kehadiran etika dapat membantu memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang bertanggung jawab dan adil di negara tersebut.

Dalam pelaksanaan bisnis internasional, etika berperan untuk menetapkan standar moral yang diharapkan pada perusahaan yang beroperasi di negara asing. Standar ini membantu memastikan bahwa perusahaan tidak terlibat dalam praktik yang merugikan, seperti korupsi, eksploitasi tenaga kerja, atau pelanggaran hak asasi manusia. Di samping itu, etika juga membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis internasional. Hal ini merupakan sesuatu yang krusial mengingat bahwa hubungan yang baik dapat membantu perusahaan dalam memperoleh lisensi, izin, maupun dukungan dari pemerintah dan masyarakat setempat.

Sebuah perusahaan yang baik harus menerapkan etika bisnis dalam rangka menjaga kepentingan seluruh pihak yang terlibat, termasuk di dalamnya karyawan, pelanggan, investor, masyarakat, dan lingkungan (Hasoloan, 2018). Dengan mematuhi etika bisnis yang baik, perusahaan dapat meningkatkan reputasinya di negara operasional, sehingga kepercayaan pelanggan, karyawan, dan investor juga akan mengalami peningkatan secara tidak langsung (Nandiwardhana, 2020). Selain itu, etika juga berperan penting dalam menjaga konsistensi keputusan bisnis. Dalam menghadapi budaya, nilai, dan norma yang berbeda-beda pada setiap negara, etika bisnis menjadi pedoman utama dalam melaksanakan keputusan terkait kegiatan dalam bisnis internasional.

Peran Keberlanjutan dalam Bisnis Internasional

Sustainability atau keberlanjutan merupakan elemen yang penting bagi sebuah perusahaan (Gerner, 2019). Dalam konteks bisnis, etika dan keberlanjutan merupakan dua elemen yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Etika bisnis mengacu pada prinsip moral yang mengatur perilaku dan tindakan perusahaan dalam berbisnis (Rahmadania, 2020), sementara keberlanjutan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Yusuf & Prayogi, 2020). Umumnya, perusahaan yang berkomitmen pada etika bisnis yang baik cenderung

mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis yang dijalankan. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Dalam bisnis internasional, keberlanjutan merupakan faktor yang penting karena dapat mempengaruhi kesinambungan dan kemampuan perusahaan untuk tetap beroperasi di masa depan. Praktik bisnis yang berkelanjutan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya (Adissa & Septiani, 2022). Manfaat ini dapat dirasakan oleh perusahaan apabila perusahaan dapat mengurangi konsumsi energi dan sumber daya alam dengan menerapkan teknologi yang lebih efisien, atau meningkatkan efisiensi produksi dengan mengurangi limbah dan meningkatkan kualitas produk. Sebuah penelitian terhadap perusahaan publik di Indonesia juga menunjukkan bahwa perusahaan yang berkomitmen pada praktik bisnis yang berkelanjutan dalam dimensi lingkungan juga dapat memperoleh kinerja keuangan yang lebih baik dalam jangka panjang (Mulpiani, 2019). Bukti nyata yang menunjukkan bahwa proses produksi perusahaan memperhatikan isu sosial dan lingkungan melalui pengungkapan *sustainability report* dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* untuk melakukan investasi, sehingga akan berdampak pada peningkatan laba perusahaan (Karyawati et al., 2017).

Keberlanjutan dalam kegiatan bisnis internasional juga berperan dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih besar dengan memenuhi permintaan pasar untuk produk dan layanan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan (Jiao et al., 2022). Mengingat bahwa *sustainability* semakin menjadi perhatian konsumen dan investor global pada saat ini, perusahaan yang berinvestasi dalam praktik bisnis yang berkelanjutan dapat memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta investor. Di sisi lain, praktik bisnis yang berkelanjutan juga dapat membantu perusahaan dalam memenuhi persyaratan regulasi dan pasar yang semakin ketat untuk memperoleh akses pasar baru. Sebagai contoh, perusahaan yang berkomitmen pada pengurangan emisi karbon dan penggunaan energi terbarukan dapat memperoleh akses ke pasar yang menerapkan regulasi lingkungan yang ketat.

Sama halnya dengan penerapan etika bisnis yang baik, keberlanjutan dalam praktik bisnis juga berperan untuk membantu perusahaan dalam memperoleh citra yang lebih baik di kalangan pelanggan, investor, dan masyarakat luas. Keberlanjutan yang diterapkan oleh perusahaan pada dimensi lingkungan dan sosial terbukti dapat meningkatkan nilai perusahaan (Pratama et al., 2020). Hal ini dapat membantu perusahaan memperoleh kepercayaan dan dukungan dari masyarakat dan meningkatkan hubungan dengan pemerintah dan regulator setempat.

Peran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional

Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen berkesinambungan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas (Nurlela, 2019). Sementara itu, menurut (Ningrum et al., 2019), CSR adalah konsep yang mengacu pada tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan di luar tujuan utama untuk menghasilkan laba. Dalam konteks bisnis internasional, peran CSR menjadi semakin penting karena perusahaan beroperasi di

berbagai negara dan budaya yang berbeda dengan tantangan sosial dan lingkungan yang berbeda pula.

Peran utama CSR dalam bisnis internasional adalah untuk meningkatkan nilai, reputasi, dan citra perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan CSR dianggap lebih bertanggung jawab pada segi sosial dan lingkungan oleh masyarakat dan konsumen, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Penerapan CSR dalam operasi bisnis dapat menciptakan citra merek dan hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan (Afifah et al., 2021).

Kemudian CSR juga berperan dalam meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan melalui peningkatan kesejahteraan pelanggan, pemasok, karyawan, komunitas, serta lingkungannya dengan mengacu pada konsep *Triple Bottom Line* (TBL) (Supriyadi & Ghoniyah, 2022). Konsep ini menekankan pada tiga dimensi berkelanjutan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara lebih holistik, sehingga tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi semata (Mushowiroton, 2020). Berikut ini merupakan makna mengenai tiga dimensi TBL, antara lain:

- Dimensi ekonomi: dimensi ini menekankan pada profitabilitas perusahaan, di mana perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan ekonomi untuk memastikan keberlanjutan bisnis secara jangka panjang.
- Dimensi sosial: dimensi ini menekankan pada hubungan dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan karyawan termasuk hak asasi manusia, keadilan, kesetaraan, dan hak-hak pekerja.
- Dimensi lingkungan: dimensi ini menekankan pada dampak lingkungan dari kegiatan bisnis perusahaan. Pada dimensi ini, perusahaan harus mempertimbangkan dampak kegiatan bisnis mereka terhadap lingkungan, seperti emisi gas, rumah kaca, penggunaan sumber daya alam yang berlebihan, dan polusi.

Kegiatan CSR yang baik dalam pelaksanaan bisnis internasional juga berperan dalam mengurangi risiko dan mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan (Eriandani & Wijaya, 2021). Dengan mempertimbangkan tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga etika dan lingkungan, organisasi dapat memiliki merek yang lebih kuat, serta berbagai peluang untuk berinovasi dan mengurangi risiko sosial (Kuo et al., 2021). Selain itu, kegiatan bisnis yang memperhatikan dampak lingkungan dapat mengurangi risiko penalti dan tuntutan hukum terkait pelanggaran regulasi lingkungan di negara setempat.

Penerapan CSR dalam kegiatan usaha juga dapat meningkatkan inovasi dan produktivitas dengan mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan lingkungan, serta mengembangkan solusi kreatif untuk masalah-masalah sosial dan lingkungan. Peningkatan keterlibatan kerja yang dirasakan oleh karyawan dalam pelaksanaan CSR perusahaan kemudian berperan dalam menurunkan tingkat *turnover rate* (Bayode & Duarte, 2022).

Etika bisnis tanggung jawab sosial perusahaan erat terkait, karena keduanya bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dalam banyak kasus, etika bisnis dan CSR saling melengkapi. Etika bisnis memastikan bahwa perusahaan menjalankan

operasi bisnisnya dengan cara yang bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, sedangkan CSR memberikan kerangka kerja untuk perusahaan untuk mengembangkan program dan kegiatan yang menguntungkan masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan keduanya dan mengejar keseimbangan yang tepat antara etika bisnis dan CSR.

SIMPULAN

Etika bisnis, keberlanjutan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) masing-masing memiliki peran yang penting dalam kegiatan bisnis internasional. Ketiga faktor yang saling terkait dalam bisnis internasional ini memainkan manfaat dalam memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab, berkelanjutan, dan memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan di seluruh dunia. Etika bisnis memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab dan berintegritas dalam lingkungan internasional yang kompleks dan beragam, mengingat perbedaan budaya, nilai, dan hukum yang berbeda-beda di setiap negara dan wilayah. Sementara itu, praktik bisnis yang berkelanjutan menjadi semakin penting dalam bisnis internasional karena adanya tekanan lingkungan dan sosial yang semakin meningkat, serta tuntutan konsumen dan pemerintah yang memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis.

Ketika beroperasi pada lingkungan dan negara tertentu, perusahaan juga harus mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan setempat. Dengan menerapkan CSR dalam operasionalnya, perusahaan akan mampu mengembangkan kegiatan yang berkelanjutan dan bermanfaat positif bagi masyarakat dan lingkungan di seluruh dunia. Perusahaan yang mengintegrasikan etika bisnis, keberlanjutan, dan CSR ke dalam strategi bisnisnya dapat memperoleh manfaat jangka panjang, seperti memperkuat reputasi perusahaan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memastikan keberlangsungan bisnis jangka panjang.

Referensi :

- Adissa, A. R., & Septiani, A. (2022). PENGARUH PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT DALAM MEMODERASI HUBUNGAN PENGUNGKAPAN ENTERPRISE RISK MANAGEMENT (ERM) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2016- 2020) | Adissa | Diponegoro Journal of Accounting. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(3), 1-10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/35120/0>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980. <https://doi.org/10.33487/EDUMASPUL.V6I1.3394>
- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346-364. <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2021.V5.I3.4644>
- Ali, M. H. (2020). PENERAPAN ETIKA BISNIS DAN STRATEGI MANAJEMEN SAAT PANDEMI COVID-19 BAGI UMKM. *Eco-Entrepreneur*, 6(1), 34-42. <https://doi.org/10.21107/EE.V6I1.8834>
- Aminurosyah, J., Saleh, H., & Jumansyah. (2020). TANGGUNG JAWAB SOSIAL BERDASARKAN ISO 26000 (Studi Pada PT Mahakam Persada Sakti Di Kecamatan Batu Ampar Kabupaten Kutai Timur). *EJournal Pemerintahan Integratif*, 8(2), 891-

904.

- Asril, J. (2019). ETIKA BISNIS DAN KONSEP GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM MENCIPTAKAN PERUSAHAAN BERBASIS NILAI. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 215–224. <https://doi.org/10.31955/MEA.V3I2.817>
- Bayode, O. T., & Duarte, A. P. (2022). Examining the Mediating Role of Work Engagement in the Relationship between Corporate Social Responsibility and Turnover Intention: Evidence from Nigeria. *Administrative Sciences*, 12(4), 150. <https://doi.org/10.3390/ADMSCI12040150>
- Bertens, K. (2014). *Sejarah Filsafat Kontemporer Prancis Jilid II*. Gramedia.
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.25072/JWY.V4I1.328>
- Eriandani, R., & Wijaya, L. I. (2021). Corporate Social Responsibility and Firm Risk: Controversial Versus Noncontroversial Industries. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 953–965. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO3.0953>
- Febriyanti, G. A. (2021). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Leverage sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(1), 378. <https://doi.org/10.29040/JAP.V22I1.2598>
- Fitriyana, R. (2019). IMPLEMENTASI ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA LIDA JAYA KONVEKSI PADURENAN GEBOG KUDUS TAHUN 2018. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Gerner, M. (2019). Assessing and managing sustainability in international perspective: corporate sustainability across cultures - towards a strategic framework implementation approach. *International Journal of Corporate Social Responsibility* 2019 4:1, 4(1), 1–34. <https://doi.org/10.1186/S40991-019-0043-X>
- Gumilar, A. (2018). ANALISIS BISNIS INTERNASIONAL DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 141–154. <https://jurnal.stisibbp.ac.id/index.php/ADBIS/article/view/56>
- Handayani, E., & Hidayati, N. (2022). PERANAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP INOVASI UKM MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(1), 21–28. <https://doi.org/10.33370/JMK.V19I1.725>
- Hasoloan, A. (2018). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN BISNIS. *Warta Dharmawangsa*, 0(57). <https://doi.org/10.46576/WDW.V0I57.141>
- Jiao, X., Zhang, P., He, L., & Li, Z. (2022). Business sustainability for competitive advantage: identifying the role of green intellectual capital, environmental management accounting and energy efficiency. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2125035>
- Kartawinata, B. R., Wardhana, A., & Syahputra. (2014). *Bisnis Internasional* (S. Sonjaya (ed.)). PT. Karya Manunggal Lithomas. https://www.researchgate.net/publication/327068991_Bisnis_Internasional
- Karyawati, N. N. A., Yuniarta, G. A., & Sujana, E. (2017). Pengaruh Tingkat Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2015). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.23887/JIMAT.V7I1.9676>
- Kuo, Y. F., Lin, Y. M., & Chien, H. F. (2021). Corporate social responsibility, enterprise risk management, and real earnings management: Evidence from managerial confidence. *Finance Research Letters*, 41. <https://doi.org/10.1016/J.FRL.2020.101805>
- Mulpiani, W. (2019). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja

- Perusahaan Publik di Indonesia. *Akurasi : Journal of Accounting and Finance Studies*, 2(2), 77-90. <https://doi.org/10.29303/AKURASI.V2I2.16>
- Mulya, A. S. (2017). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN DENGAN PELUANG INVESTASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Proceedings: Profesionalisme Akuntan Menuju Sustainable Business Practice*, 96-106. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8546/Ful l Paper Ali Sandy Mulia.pdf?sequence=1](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8546/Ful%20Paper%20Ali%20Sandy%20Mulia.pdf?sequence=1)
- Mushowirotn, N. H. (2020). Implementasi Konsep Triple Bottom Line pada Corporate Social Responsibility di Rumah Makan Cepat Saji Ayam Geprek Sa'i [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30830>
- Nandiwardhana, B. (2020). ETIKA KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MENJAGA CITRA PERUSAHAAN. *JCommSci - Journal of Media and Communication Science*, 3(3), 228-240. <https://doi.org/10.29303/JCOMMSCI.V3I3.90>
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI INDONESIA. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61-66. <https://doi.org/10.24198/FOCUS.V2I1.23119>
- Ningrum, H., Purnama, A. A., Oktaviana, A., Calista, G., Perwira, I. F. A., & Nasim, A. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Perusahaan. *Journal of Business Management Education*, 4(3), 46-53.
- Nurlela, L. W. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myria Publisher.
- Pratama, M. F. G. P., Purnamawati, I., & Sayekti, Y. (2020). ANALISIS PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *JURNAL AKUNTANSI UNIVERSITAS JEMBER*, 17(2), 110-122. <https://doi.org/10.19184/JAUJ.V17I2.12517>
- Rahimaji, A. (2019). ETIKA BISNIS PADA PT XYZ. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 146-152. <https://doi.org/10.31933/JIMT.V1I2.71>
- Rahmadania, S. E. (2020). ETIKA BISNIS (BUSINESS ETHIC) PADA PT. TN JAKARTA. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 426-437. <https://doi.org/10.31933/JEMSI.V1I5.201>
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95. <https://doi.org/10.18592/ALHADHARAH.V17I33.2374>
- Satyarini, R. (2014). Bisnis Internasional dan Perusahaan Multinasional. *Bina Ekonomi*, 18(1), 55-61. <https://doi.org/10.26593/BE.V5I1.587>
- Sihite, M. (2016). Bisnis Global. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 2(2), 92-99. <http://methonomi.net/index.php/jimetho/article/view/41>
- Siripipatthanakul, S. (2021). *Advanced International Business: A Review Article*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3907266>
- Supriyadi, H., & Ghoniyah, N. (2022). Model peningkatan nilai perusahaan berbasis triple bottom line CSR dan profitabilitas. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 15(3), 209-221. <https://doi.org/10.26623/JREB.V15I3.5450>
- Suryana, C. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Transormasional Terhadap Etika Bisnis serta Implikasinya pada Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 161-171.
- Suryanto, & Kurniati, P. S. (2022). Analisis Perdagangan Internasional Indonesia dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 104-122. <https://doi.org/10.24198/INTERMESTIC.V7N1.6>
- Tambunan, B. A. Y., Sitanggang, E., & Sintia, I. (2022). The Importance of Applying Ethics in Business. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 1(1), 11-18. <https://doi.org/10.55927/AJABM.V1I1.1726>