

## Implementasi Prinsip Etika dalam Praktik Bisnis: Tantangan dan Peluang di Era Globalisasi

Masiyah Kholmi<sup>1</sup>, Nadaa Fitria Salwa<sup>2</sup>, Galuh Intan Rahmania<sup>3</sup>, Yana Zania<sup>4</sup>

Universitas Muhammadiyah Malang<sup>1,2,3,4</sup>

Email: [masiyah@umm.ac.id](mailto:masiyah@umm.ac.id)<sup>1</sup>

[nadaafitrias@webmail.umm.ac.id](mailto:nadaafitrias@webmail.umm.ac.id)<sup>2</sup>

[galuhintanrahmania@webmail.umm.ac.id](mailto:galuhintanrahmania@webmail.umm.ac.id)<sup>3</sup>

[yanazania@webmail.umm.ac.id](mailto:yanazania@webmail.umm.ac.id)<sup>4</sup>

P-ISSN : 2745-7796

E-ISSN : 2809-7459

**Abstrak.** Perkembangan globalisasi telah meningkatkan dinamika dan persaingan dalam dunia bisnis, sehingga perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga menerapkan prinsip-prinsip etika dalam seluruh aktivitas operasionalnya. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji penerapan etika bisnis dalam praktik organisasi serta mengidentifikasi berbagai tantangan dan peluang yang muncul di tengah era globalisasi. Penelitian menggunakan pendekatan kajian literatur (*literature review*) dengan menelaah berbagai sumber ilmiah bereputasi yang terindeks Scopus dan SINTA, serta referensi akademik relevan yang diterbitkan pada periode 2016-2025. Analisis data dilakukan melalui teknik *content analysis* untuk mengidentifikasi tema, pola dan temuan utama terkait implementasi etika bisnis. Hasil kajian menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi sejumlah tantangan dalam menerapkan etika bisnis. Hasil kajian menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi sejumlah tantangan dalam menerapkan etika bisnis, antara lain perbedaan budaya lintas negara, tingginya tekanan persaingan global, perkembangan teknologi digital yang pesat serta kompleksitas pengelolaan rantai pasok internasional. Di sisi lain, penerapan prinsip etika secara konsisten memberikan berbagai manfaat strategis, seperti peningkatan reputasi organisasi, penguatan kepercayaan para pemangku kepentingan, peningkatan loyalitas pelanggan, serta terciptanya keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Oleh karena itu, etika bisnis dapat dipandang sebagai kebutuhan strategis yang berperan penting dalam menjaga daya saing dan legitimasi perusahaan di lingkungan bisnis global yang terus berkembang.

**Kata Kunci:** etika bisnis, globalisasi, tata kelola perusahaan, keberlanjutan, tanggung jawab sosial.

<http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/aujpsi>

DOI : <https://doi.org/10.55623>

### PENDAHULUAN

Globalisasi telah menjadi salah satu fenomena yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan dunia bisnis modern. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, meningkatnya arus perdagangan internasional, serta semakin terintegrasinya

perekonomian dunia telah menciptakan lingkungan bisnis yang lebih terbuka dan kompetitif. Kondisi tersebut memungkinkan perusahaan untuk memperluas pasar hingga ke tingkat global, tetapi pada saat yang sama juga menghadapkan mereka pada persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, organisasi bisnis tidak hanya dituntut untuk

mencapai kinerja ekonomi yang optimal, tetapi juga harus mampu menjalankan aktivitas usahanya dengan memperhatikan nilai-nilai etika yang berlaku dalam masyarakat dan dunia usaha.

Etika bisnis pada dasarnya merupakan seperangkat prinsip moral yang digunakan sebagai pedoman dalam menentukan tindakan dan keputusan organisasi. Prinsip-prinsip tersebut mencakup kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab, serta penghormatan terhadap hak dan kepentingan berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan. Dalam praktiknya, penerapan etika bisnis menjadi semakin penting karena perusahaan tidak lagi dinilai hanya berdasarkan kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga berdasarkan bagaimana perusahaan menjalankan aktivitasnya secara bertanggung jawab terhadap pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, investor, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan sekitar (Andrew Crane et al., 2016).

Meskipun demikian, berbagai kasus pelanggaran etika masih sering ditemukan dalam dunia bisnis. Berbagai peristiwa yang melibatkan manipulasi laporan keuangan, penyalahgunaan informasi pelanggan, tindakan korupsi, eksploitasi tenaga kerja, hingga kerusakan lingkungan menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara prinsip-prinsip etika yang diharapkan dengan praktik yang terjadi di lapangan. Dalam banyak kasus, tekanan untuk mencapai target keuntungan dan mempertahankan daya saing sering kali menjadi alasan yang mendorong perusahaan mengabaikan aspek etika dalam pengambilan keputusan. Fenomena ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis masih menjadi tantangan yang kompleks bagi organisasi di berbagai sektor industri (Ferrell et al., 2022).

Perkembangan teknologi digital turut memperluas dimensi etika dalam dunia bisnis. Penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (artificial intelligence), big data, media digital dan berbagai platform berbasis

internet telah memberikan banyak manfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Namun, kemajuan teknologi tersebut juga menghadirkan berbagai persoalan baru yang berkaitan dengan privasi data, keamanan informasi, transparansi penggunaan algoritma, serta potensi penyalahgunaan teknologi untuk kepentingan tertentu. Dalam konteks ini, perusahaan dituntut untuk mampu mengelola teknologi secara bertanggung jawab agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi konsumen maupun masyarakat luas (Martin, 2019).

Selain tantangan yang berasal dari perkembangan teknologi, globalisasi juga menyebabkan semakin kompleksnya hubungan bisnis antarnegara melalui rantai pasok global. Banyak perusahaan saat ini bergantung pada jaringan pemasok dan mitra bisnis yang tersebar di berbagai wilayah dunia. Kondisi tersebut memberikan manfaat berupa efisiensi biaya dan peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga menimbulkan kesulitan dalam memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat mematuhi standar etika yang sama. Berbagai permasalahan seperti pelanggaran hak pekerja, kondisi kerja yang tidak layak, diskriminasi tenaga kerja, serta praktik bisnis yang tidak ramah lingkungan masih sering ditemukan dalam rantai pasok internasional. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis memerlukan komitmen yang tidak hanya berasal dari perusahaan utama, tetapi juga dari seluruh pihak yang terlibat dalam proses bisnis (Soundararajan et al., 2018).

Ditengah berbagai tantangan tersebut, penerapan etika bisnis justru memberikan berbagai manfaat strategis bagi organisasi. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menjaga integritas dan konsistensi dalam menerapkan prinsip-prinsip etika cenderung memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang mengabaikan aspek tersebut. Reputasi yang positif akan meningkatkan kepercayaan

para pemangku kepentingan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan pelanggan, investor maupun mitra bisnis. Selain itu, budaya organisasi yang menjunjung tinggi etika juga berkontribusi terhadap peningkatan motivasi dan loyalitas karyawan sehingga mampu mendukung kinerja perusahaan secara berkelanjutan ((Sroka & Szántó, 2018).

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor yang memperkuat pentingnya etika bisnis dalam era globalisasi. Konsumen modern tidak hanya mempertimbangkan kualitas dan harga produk, tetapi juga memperhatikan bagaimana suatu perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya. Isu-isu seperti tanggung jawab sosial, perlindungan lingkungan, kesejahteraan pekerja dan keamanan data pelanggan semakin menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa praktik bisnis yang etis dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang mampu membedakan perusahaan dari para pesaingnya (Martínez & Rodríguez del Bosque, 2013).

Walaupun berbagai penelitian mengenai etika bisnis telah banyak dilakukan, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek tertentu, seperti tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan atau perilaku etis individu dalam organisasi. Sementara itu, kajian yang mengintegrasikan pengaruh globalisasi, perkembangan teknologi digital dan tuntutan keberlanjutan dalam satu kerangka analisis masih relatif terbatas. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang perlu dikembangkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai implementasi etika bisnis dalam konteks lingkungan bisnis global yang terus berubah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan prinsip-prinsip etika dalam praktik bisnis di era globalisasi, mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi organisasi dalam menerapkannya, serta menganalisis

peluang yang dapat diperoleh melalui implementasi etika bisnis yang efektif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur di bidang etika bisnis sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi organisasi dalam membangun strategi bisnis yang berkelanjutan, bertanggung jawab dan mampu menciptakan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan.

### METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature review) untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi prinsip etika dalam praktik bisnis di era globalisasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari berbagai publikasi ilmiah, meliputi artikel jurnal terindeks Scopus dan SINTA, buku akademik serta laporan dari lembaga nasional maupun internasional yang memiliki relevansi dengan topik etika bisnis dan globalisasi.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai basis data ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, SciencDirect, Emerald Insight, SpringerLink dan Garuda pada periode Mei hingga Juni 2026. Literatur yang dipilih diseleksi berdasarkan beberapa kriteria, yaitu (1) diterbitkan dalam rentang waktu 2016-2025 untuk menjamin keterbaruan informasi, (2) memiliki keterkaitan langsung dengan tema etika bisnis, globalisasi dan tata kelola organisasi serta (3) berasal dari jurnal ilmiah bereputasi atau penerbit akademik yang kredibel dan terpercaya.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis). Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi literatur yang relevan, pengelompokan dan klasifikasi informasi, reduksi data berdasarkan fokus penelitian, interpretasi temuan, serta sintesis berbagai hasil kajian yang diperoleh. Melalui proses tersebut, penelitian ini berupaya

mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai tantangan serta peluang yang muncul dalam penerapan prinsip etika bisnis di tengah dinamika globalisasi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Tantangan Implementasi Etika Bisnis di Era Globalisasi

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dilakukan, implementasi etika bisnis di era globalisasi menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks. Salah satu tantangan utama adalah adanya perbedaan budaya dan sistem nilai yang berlaku di berbagai negara. Globalisasi telah mendorong perusahaan untuk beroperasi dalam lingkungan bisnis yang multikultural sehingga mereka harus berinteraksi dengan masyarakat yang memiliki norma, tradisi, dan pandangan yang berbeda mengenai perilaku yang dianggap etis. Kondisi ini sering kali menimbulkan dilema bagi perusahaan dalam menentukan standar etika yang dapat diterapkan secara universal tanpa mengabaikan karakteristik budaya lokal. Praktik bisnis yang diterima di suatu negara belum tentu dianggap sesuai atau dapat diterima di negara lain sehingga perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk menyesuaikan kebijakan etika dengan konteks lingkungan operasionalnya (Andrew Crane et al., 2016).

Selain perbedaan budaya, tingginya tingkat persaingan global juga menjadi tantangan dalam penerapan etika bisnis. Persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan profitabilitas guna mempertahankan daya saingnya di pasar internasional. Namun, tekanan tersebut terkadang menyebabkan perusahaan mengesampingkan nilai-nilai etika demi mencapai target bisnis yang telah ditetapkan. Berbagai kasus pelanggaran hak pekerja, praktik kerja yang tidak adil, serta eksploitasi tenaga kerja dalam rantai pasok internasional menunjukkan bahwa orientasi yang terlalu berfokus pada keuntungan ekonomi dapat

menimbulkan risiko pelanggaran etika yang merugikan berbagai pihak (Ferrell et al., 2022).

Tantangan berikutnya berasal dari perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat. Pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan (artificial intelligence), big data, media sosial, dan berbagai platform digital telah mengubah cara perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya. Meskipun teknologi tersebut memberikan berbagai manfaat dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, kemajuan teknologi juga memunculkan berbagai isu etika baru. Isu-isu tersebut meliputi perlindungan data pribadi, keamanan informasi, transparansi algoritma, penyalahgunaan data konsumen, serta penyebaran informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu mengelola teknologi secara bertanggung jawab agar dapat menjaga kepercayaan publik dan meminimalkan potensi dampak negatif yang mungkin muncul akibat penggunaan teknologi yang tidak etis (Martin, 2019).

Tantangan lainnya adalah kompleksitas rantai pasok global yang semakin luas dan melibatkan berbagai pihak dari berbagai negara. Banyak perusahaan saat ini bergantung pada jaringan pemasok internasional untuk memenuhi kebutuhan produksi dan distribusi. Kondisi tersebut membuat pengawasan terhadap penerapan standar etika menjadi lebih sulit dilakukan. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab atas aktivitas internalnya, tetapi juga perlu memastikan bahwa para pemasok dan mitra bisnis yang terlibat dalam rantai pasok menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika, termasuk penghormatan terhadap hak asasi manusia, perlindungan tenaga kerja, dan keberlanjutan lingkungan. Kompleksitas ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan dalam menjaga konsistensi penerapan etika di seluruh aktivitas bisnisnya (Soundararajan et al., 2018).

### Peluang Implementasi Etika Bisnis di Era Globalisasi

Di balik berbagai tantangan yang dihadapi, penerapan etika bisnis juga memberikan sejumlah peluang strategis bagi perusahaan. Salah satu peluang yang paling nyata adalah meningkatnya reputasi organisasi. Perusahaan yang secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika dalam menjalankan aktivitas bisnisnya cenderung memperoleh citra positif di mata masyarakat, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Reputasi yang baik dapat menjadi aset yang sangat berharga karena mampu meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Selain itu, reputasi yang dibangun melalui praktik bisnis yang etis relatif sulit ditiru oleh pesaing sehingga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Sroka & Szántó, 2018).

Penerapan etika bisnis juga berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan. Dalam lingkungan bisnis modern, kepercayaan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, investor, maupun pemasok. Perusahaan yang menerapkan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang mengabaikan aspek-aspek tersebut. Tingginya tingkat kepercayaan dapat menciptakan hubungan yang lebih harmonis dan mendukung keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang (Vveinhardt & Gulbovaite, 2017).

Selain itu, etika bisnis juga memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan organisasi. Praktik bisnis yang etis memungkinkan perusahaan untuk menyeimbangkan pencapaian tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pendekatan ini sejalan dengan

konsep Environmental, Social, and Governance (ESG) serta mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals atau SDGs). Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika secara konsisten, perusahaan dapat mengurangi risiko sosial dan lingkungan sekaligus menciptakan nilai jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan (Friede et al., 2015).

Peluang lainnya adalah meningkatnya loyalitas konsumen. Perubahan perilaku masyarakat menunjukkan bahwa konsumen saat ini semakin peduli terhadap aspek etika yang diterapkan oleh perusahaan. Selain mempertimbangkan kualitas dan harga produk, konsumen juga memperhatikan bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya, menjaga lingkungan, melindungi data pelanggan, serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Perusahaan yang mampu menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial cenderung memperoleh tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi sehingga dapat memperkuat keberlangsungan bisnisnya dalam jangka panjang (Martínez & Rodríguez del Bosque, 2013).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis di era globalisasi merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang kompleks dan saling berkaitan. Berdasarkan perspektif teori pemangku kepentingan (stakeholder theory), perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham sebagai penyedia modal, tetapi juga kepada seluruh pihak yang terdampak oleh aktivitas bisnis yang dilakukan. Dalam konteks globalisasi, cakupan tanggung jawab tersebut menjadi semakin luas karena perusahaan berinteraksi dengan berbagai kelompok pemangku kepentingan yang berasal dari latar belakang budaya, sosial, ekonomi, dan regulasi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis tidak lagi dapat dipandang sebagai kewajiban moral semata, melainkan

sebagai kebutuhan strategis dalam menjaga legitimasi dan keberlanjutan organisasi.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa keberagaman budaya dan sistem regulasi merupakan salah satu faktor yang paling memengaruhi implementasi etika bisnis di tingkat global. Perusahaan sering kali menghadapi kesulitan dalam mempertahankan konsistensi standar etika ketika beroperasi di berbagai negara yang memiliki nilai dan norma yang berbeda. Temuan ini sejalan dengan penelitian Soundararajan et al. (2018) yang menyatakan bahwa pengawasan terhadap praktik etika dalam rantai pasok global menjadi semakin sulit akibat kompleksitas hubungan antarorganisasi dan beragamnya kepentingan yang terlibat. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan etika yang bersifat universal namun tetap mampu mengakomodasi karakteristik lokal di setiap wilayah operasionalnya.

Selain itu, perkembangan teknologi digital telah menciptakan tantangan baru sekaligus membuka peluang bagi penerapan etika bisnis. Penggunaan teknologi informasi yang semakin masif menuntut perusahaan untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap isu perlindungan data, keamanan siber, dan penggunaan teknologi secara bertanggung jawab. Tata kelola teknologi yang baik menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan publik dan mencegah munculnya risiko reputasi akibat penyalahgunaan teknologi. Sebagaimana dikemukakan oleh Martin (2019), pengelolaan data yang etis merupakan salah satu elemen penting dalam mempertahankan legitimasi organisasi pada era digital.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis memiliki dampak positif terhadap penciptaan keunggulan kompetitif organisasi. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam budaya organisasi dan strategi bisnisnya cenderung memperoleh reputasi yang lebih baik, meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan, serta

menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan pelanggan dan investor. Temuan ini memperkuat hasil penelitian (Sroka & Szántó, 2018) yang menyatakan bahwa budaya organisasi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip etika dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan perusahaan.

Kebaruan dari kajian ini terletak pada upaya mengintegrasikan perspektif globalisasi, transformasi digital, dan keberlanjutan dalam menjelaskan implementasi etika bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis pada era modern tidak lagi dipahami hanya sebagai instrumen kepatuhan terhadap aturan dan norma, melainkan telah berkembang menjadi bagian integral dari strategi organisasi dalam menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan etika bisnis menjadi faktor penting yang dapat membantu perusahaan menghadapi berbagai tantangan sekaligus memanfaatkan peluang yang muncul dalam lingkungan bisnis global yang terus berkembang.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa globalisasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap implementasi etika bisnis dalam organisasi modern. Lingkungan bisnis yang semakin terbuka dan terintegrasi secara global menghadirkan berbagai tantangan, seperti perbedaan budaya dan sistem nilai antarnegara, meningkatnya tekanan persaingan internasional, pesatnya perkembangan teknologi digital, serta kompleksitas pengelolaan rantai pasok global. Berbagai faktor tersebut menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan dalam menyesuaikan kebijakan dan praktik bisnisnya tanpa mengabaikan prinsip-prinsip etika yang menjadi dasar terciptanya tata kelola organisasi yang baik.

Di sisi lain, hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis secara

konsisten mampu memberikan berbagai manfaat strategis bagi perusahaan. Organisasi yang menjadikan etika sebagai landasan dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan aktivitas bisnis cenderung memiliki reputasi yang lebih baik, memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari para pemangku kepentingan, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral dalam menjalankan kegiatan usaha, tetapi juga berperan sebagai faktor strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis perlu diposisikan sebagai bagian integral dari strategi organisasi guna menghadapi dinamika dan kompleksitas lingkungan bisnis global yang terus berkembang.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika secara menyeluruh ke dalam kebijakan, sistem manajemen, dan budaya organisasi sehingga nilai-nilai etika tidak hanya menjadi aturan formal, tetapi juga menjadi bagian dari perilaku kerja sehari-hari. Selain itu, organisasi perlu memperkuat mekanisme pengawasan dan evaluasi terhadap seluruh aktivitas dalam rantai pasok global guna memastikan bahwa setiap pihak yang terlibat mematuhi standar etika, tanggung jawab sosial, dan prinsip keberlanjutan yang telah ditetapkan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan pendekatan empiris melalui studi lapangan pada perusahaan multinasional maupun organisasi yang beroperasi dalam lingkungan bisnis global. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai praktik implementasi etika bisnis, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta dampaknya terhadap kinerja organisasi pada berbagai sektor industri. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang dapat memperkaya

pengembangan teori maupun praktik etika bisnis dalam konteks globalisasi dan transformasi digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andrew Crane, Matten, D., Glozer, S., & Spence, L. J. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. In Oxford University Press.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2022). *Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases by*. Abhigyan, 11(3).
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 5(4). <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>
- Martin, K. (2019). Ethical Implications and Accountability of Algorithms. *Journal of Business Ethics*, 160(4). <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3921-3>
- Martínez, P., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 35. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.009>
- Soundararajan, V., Khan, Z., & Tarba, S. Y. (2018). Beyond brokering: Sourcing agents, boundary work and working conditions in global supply chains. *Human Relations*, 71(4). <https://doi.org/10.1177/0018726716684200>
- Sroka, W., & Szántó, R. (2018). Corporate Social Responsibility and Business Ethics in Controversial Sectors: Analysis of Research Results. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14(3). <https://doi.org/10.7341/20181435>
- Vveinhardt, J., & Gulbovaite, E. (2017). Models of Congruence of Personal and Organizational Values: How Many Points of Contact are There Between Science and Practice? *Journal of Business Ethics*, 145(1). <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2871-2>