



Pengaruh Praktek Bibliometrik Etika Bisnis Dan Csr Menciptakan Nilai Jangka Panjang Perusahaan

Ryan Maulana

Masiyah Kholmi

Universitas Muhammadiyah Malang

ryanmaulana2404@gmail.com

Abstract. *This research aims to explore the influence of using bibliometric methods in identifying literature on business ethics and Corporate Social Responsibility (CSR) on the creation of long-term value for companies. Bibliometric methods are used to analyze and present research trends, theoretical contributions, and best practices related to this topic. Through a literature synthesis, this research identifies the relationship between ethical business practices and CSR with increasing public trust, strengthening relationships with stakeholders, and a positive impact on the company's long-term performance. The results of this research are expected to provide valuable insights for academics, practitioners and managers in strengthening ethical and CSR practices as strategies for achieving sustainability and sustainable company growth.*

Keywords: *Business Ethics, Corporate Social Responsibility, Organizational Culture*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan metode bibliometrik dalam mengidentifikasi literatur tentang etika bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap penciptaan nilai jangka panjang bagi perusahaan. Metode bibliometrik digunakan untuk menganalisis dan menyajikan tren penelitian, kontribusi teoretis, serta praktik terbaik yang berkaitan dengan topik ini. Melalui sintesis literatur, penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara praktik etika bisnis dan CSR dengan peningkatan kepercayaan publik, penguatan hubungan dengan pemangku kepentingan, dan dampak positif terhadap kinerja jangka panjang perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga bagi akademisi, praktisi, dan manajer dalam memperkuat praktik etika dan CSR sebagai strategi untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Etika Bisnis, Corporate Social Responsibility, Penelitian Bibliometrik

LATAR BELAKANG

Dalam konteks globalisasi ekonomi dan kompleksitas lingkungan bisnis modern, etika bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi topik yang semakin relevan dan penting bagi perusahaan. Etika bisnis mempertimbangkan aspek moral dalam pengambilan keputusan bisnis, sedangkan CSR menyoroti tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, dan stakeholders lainnya. Kedua aspek ini tidak hanya mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan tetapi juga berdampak signifikan terhadap kinerja jangka panjang (Andre Alkahfi & M. Nawawi, 2022).

Praktik etika bisnis (Fadillah & Ibrahim, 2023) yang kuat dan program CSR yang efektif dapat memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan. Di antaranya adalah peningkatan kepercayaan dari pemangku kepentingan (stakeholders), pengurangan risiko reputasi, peningkatan kinerja finansial, dan penciptaan nilai jangka panjang. Keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang tidak hanya tergantung pada faktor ekonomi semata, tetapi juga pada bagaimana perusahaan mengelola dampak sosial dan lingkungan dari operasional mereka.

Namun, meskipun pentingnya praktik etika bisnis dan CSR (Wardani & Ridlwan, 2022) telah diakui secara luas, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menerapkan praktik-praktik ini secara efektif dalam konteks bisnis yang beragam dan dinamis. Perkembangan dan evolusi konsep ini dalam literatur akademis dan praktik bisnis mencerminkan upaya terus-menerus untuk memahami dan meningkatkan dampak positifnya bagi perusahaan dan masyarakat lebih luas.

Dalam upaya untuk memahami lebih dalam pengaruh praktik etika bisnis dan CSR terhadap penciptaan nilai jangka panjang, metode bibliometrik menawarkan pendekatan yang kuat. Metode ini memungkinkan analisis kuantitatif terhadap literatur ilmiah yang relevan, seperti identifikasi tren penelitian, pola publikasi, pengaruh penulis, jurnal, dan institusi, serta evolusi konsep dari waktu ke waktu (Poetronegoro, 2023).

Dengan menggunakan metode bibliometrik, penelitian dapat mengungkap pola-pola dan hubungan antara praktik etika bisnis, CSR, dan penciptaan nilai jangka panjang perusahaan secara lebih sistematis. Ini memberikan landasan yang kokoh untuk mengeksplorasi kontribusi teoretis dan praktis dari penelitian yang ada, serta mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang dapat diperbaiki dalam bidang ini (A et al., 2023).

Secara praktis, pengetahuan yang diperoleh dari penelitian ini dapat memberikan panduan bagi manajer perusahaan dalam merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis dan CSR dalam operasional mereka. Selain itu, penelitian ini juga relevan bagi akademisi dan peneliti untuk mengembangkan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana praktik etika bisnis dan CSR dapat dioptimalkan untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan (Aviatri & Nilasari, 2021).

Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh praktek bibliometrik terhadap etika bisnis dan CSR dalam menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan bukan hanya akan memberikan kontribusi teoretis yang signifikan, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang penting bagi perkembangan bisnis dan masyarakat secara keseluruhan.

KAJIAN TEORITIS

Etika Bisnis

Etika bisnis dalam pandangan Islam yaitu memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama (syariat) yang jauh dari keserakahan dan egoisme. Ketika etika-etika ini diimplikasikan dengan baik dalam setiap kegiatan usaha (bisnis) maka usaha-usaha yang dijalankan tersebut akan menjadi jalan menuju masyarakat yang makmur dan sejahtera (Komarudin A et al., 2023). Etika-etika bisnis dalam Islam yang dimaksud adalah etika bisnis yang merupakan manifestasi dari pengimplementasian prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip-prinsip umum yang terhimpun menjadi satu-kesatuan

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai konsep di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian terhadap aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam operasi dan strategi bisnis mereka. Secara lebih spesifik, CSR melibatkan praktik dan kebijakan perusahaan yang bertujuan untuk mempertimbangkan dampak mereka terhadap semua pemangku kepentingan (stakeholders) yang terlibat dalam operasi mereka, termasuk masyarakat umum, karyawan, konsumen, pemasok, dan lingkungan. Tujuan utama dari CSR adalah untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dengan meningkatkan hubungan mereka dengan masyarakat, menciptakan lingkungan kerja yang baik bagi karyawan, memperbaiki reputasi, dan memenuhi tanggung jawab sosial serta lingkungan. Di era modern ini, CSR tidak hanya dianggap sebagai tanggung jawab moral, tetapi juga sebagai elemen strategis dalam membangun dan mempertahankan keberlanjutan bisnis. (Khofifah et al., 2022)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian bibliometrik merupakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis literatur ilmiah dengan tujuan memahami pola, tren, dan

karakteristik dalam produksi karya akademik. Metode ini memanfaatkan data bibliografis dari artikel, buku, konferensi, dan sumber-sumber literatur lainnya untuk mengeksplorasi hubungan antara penulis, publikasi, serta topik atau konsep yang relevan dalam bidang penelitian tertentu. Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai metode penelitian bibliometrik (Alicia Sianipar, 2023):

1. Identifikasi Topik Penelitian

Langkah pertama dalam penelitian bibliometrik adalah menentukan topik atau bidang penelitian yang akan diteliti. Pemilihan topik harus mempertimbangkan ketersediaan literatur yang memadai untuk dianalisis.

2. Pengumpulan Data

Data dalam penelitian bibliometrik terdiri dari informasi bibliografis yang diperoleh dari berbagai sumber seperti basis data jurnal (misalnya Scopus, Web of Science), repository institusi, dan konferensi ilmiah. Informasi yang dikumpulkan dapat mencakup:

- a. Judul artikel
- b. Nama penulis
- c. Nama jurnal atau konferensi
- d. Tahun publikasi
- e. Jumlah kutipan
- f. Kata kunci
- g. Afiliasi penulis (institusi atau negara asal)

3. Pemrosesan Data

Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah memproses dan mempersiapkannya untuk analisis. Hal ini meliputi penggunaan perangkat lunak khusus seperti VOSviewer, Publish or Perish, atau Scopus untuk mengimpor data dan melakukan operasi analisis tertentu.

4. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam literatur yang dianalisis. Beberapa aspek yang biasanya dianalisis meliputi:

- a. Jumlah publikasi per tahun atau periode waktu tertentu
- b. Distribusi geografis penulis (negara atau institusi asal)
- c. Pola penulisan (jumlah penulis per artikel, kolaborasi antar penulis)

d. Distribusi jurnal atau konferensi yang paling sering dipublikasikan

5. Analisis Jaringan

Metode jaringan digunakan untuk memvisualisasikan dan menganalisis hubungan antar konsep, penulis, atau institusi dalam literatur yang dianalisis. Ini membantu dalam memahami struktur kolaborasi atau kecenderungan penggunaan konsep dalam penelitian.

6. Analisis Kutipan

Analisis kutipan bertujuan untuk mengevaluasi dampak dan relevansi karya ilmiah yang dianalisis. Ini melibatkan identifikasi artikel atau penulis yang paling sering dikutip dalam bidang penelitian tertentu, serta mengeksplorasi pola kutipan dari waktu ke waktu.

7. Interpretasi Hasil

Hasil analisis bibliometrik diinterpretasikan untuk mengidentifikasi tren penelitian, topik yang sedang populer, dan perubahan paradigma dalam bidang penelitian tertentu. Interpretasi ini seringkali melibatkan diskusi mengenai implikasi temuan terhadap perkembangan teori, kebijakan ilmiah, atau arah penelitian masa depan.

8. Pelaporan

Hasil analisis bibliometrik disajikan dalam bentuk laporan atau artikel ilmiah yang sistematis dan terstruktur. Pelaporan mencakup deskripsi metodologi yang digunakan, temuan utama, interpretasi hasil, serta kesimpulan yang dapat diambil dari analisis tersebut.

9. Manfaat Metode Penelitian Bibliometrik(Aulia & Rusli, 2020)

Metode penelitian bibliometrik memberikan beberapa manfaat, antara lain:

- a. Pemetaan Literatur: Memungkinkan pemetaan yang komprehensif terhadap literatur yang ada dalam suatu bidang penelitian.
- b. Identifikasi Tren: Memungkinkan identifikasi dan analisis tren penelitian serta perkembangan konsep dalam waktu.
- c. Evaluasi Dampak: Menilai dampak dan relevansi karya ilmiah berdasarkan analisis kutipan.

numbers, people, principles, agenda research, review, scholar, systematic review, technology, terms, tourism, views, work.

2. Kluster 2 (berwarna hijau) terdiri dari 23 tema yaitu : association, board, gender diversity board, corporate reputation, data, determinant, environment, environmental performance, esg, esg disclosure, financial performance, governance, green innovation, link, mediation effect, mediation role, moderation effect, moderation role, ownership structure , responsible investment, responsible leadership, social, sustainability performance.
3. Kluster 3 (berwarna biru) terdiri dari 19 tema yaitu : china, corporate social responsibility disclosure, cost, country, covid, crisis, disclosure, driver, empirical evidence, esg performance, esg practice, fact, firm value, information, outcome, pandemic, response, time, transparency.
4. Kluster 4 (berwarna kuning) terdiri dari 17 tema yaitu : agenda, business model, business strategy, challenges, circular economy, customers, literature review, medium sized companies, opportunities, recent years, sdg, sdgs, smes, sustainability reporting, sustainable development goals, systematic literature review, use.
5. Kluster 5 (berwarna ungu) terdiri dari 14 tema yaitu : accountability, business case, business practice, concept, corporate citizenship, corporate responsibility, corporate social performance, corporate sustainability, debate, environmental responsibility, examples, nature, problems, social issues.
6. Kluster 6 (berwarna biru muda) terdiri dari 7 tema yaitu : bank, bibliometric analysis, ethical leadership, framework, green human resources, green human resource management, section
7. Kluster 7 (berwarna orange) terdiri dari 7 tema yaitu : business behavior, corporate financial performance, social entrepreneurship, social investment, social performance, sustainable development, Vietnam

bencana alam, mendistribusikan paket sembako, memberikan bantuan selama perayaan hari raya, mendukung masyarakat lokal, menyediakan beasiswa pendidikan, memberikan produk secara gratis, dan kegiatan-kegiatan lain yang mendukung kesejahteraan masyarakat. (Martini et al., 2022).

Strategi CSR berupa social activity adalah pendekatan di mana perusahaan menggunakan sumber daya dan jasa mereka untuk membantu masyarakat atau meringankan beban mereka. Contoh riil dari pelaksanaan jenis CSR ini termasuk mengadakan acara jalan sehat untuk masyarakat, menyelenggarakan operasi sumbong secara gratis, mengorganisir donor darah, menyediakan fasilitas untuk perayaan Hari Raya, memberikan layanan gratis kepada masyarakat, mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat, menggunakan fasilitas distribusi perusahaan untuk kegiatan kemanusiaan, mengorganisir relawan untuk berpartisipasi dalam aktivitas sosial, dan kegiatan serupa lainnya. (Hardianto, 2019).

Strategi Community Development dalam konteks CSR mengacu pada pendekatan di mana perusahaan dan stakeholder lainnya duduk dalam paradigma kepentingan bersama. Prinsip utamanya adalah simbiosis mutualisme, di mana keduanya saling menguntungkan dan mendukung satu sama lain. Dalam strategi ini, stakeholder dilibatkan dalam pola kemitraan berbasis sumber daya, di mana mereka memiliki kesempatan untuk menjadi bagian dari pemangku kepentingan utama. Stakeholder diberi kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka melalui berbagai kegiatan pemberdayaan yang dikelola bersama. Contoh-contoh kegiatan produktif dalam kerangka ini termasuk program income generating, di mana masyarakat mendapatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka, serta program kepemilikan saham, seperti pemberian saham bonus kepada karyawan dan direksi perusahaan. (Widiyarini & Hunusalela, 2019).

Pola strategi lain yang dapat dijadikan dasar dalam pelaksanaan CSR adalah mengenai keterlibatan perusahaan langsung dan tidak langsung dalam implementasi CSR di lapangan. Terdapat dua strategi implementasi CSR yang dilihat dari sudut pandang keterlibatan manajemen perusahaan (Handayani, 2023).

3. CSR dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan

CSR (Corporate Social Responsibility) dan pembangunan ekonomi berkelanjutan adalah dua konsep yang saling terkait dan saling mendukung dalam konteks

keberlanjutan bisnis dan perkembangan masyarakat. Berikut ini adalah hubungan antara CSR dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. (Fadillah & Ibrahim, 2023):

1. Kontribusi terhadap Pembangunan Ekonomi Lokal: Salah satu tujuan utama dari CSR adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Dengan mengimplementasikan program CSR yang tepat, seperti dukungan terhadap UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) lokal, pelatihan keterampilan kerja, atau program pengembangan infrastruktur sosial, perusahaan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di wilayah sekitar.
2. Peningkatan Akses dan Distribusi Sumber Daya: Melalui inisiatif CSR, perusahaan sering kali berperan dalam meningkatkan akses dan distribusi sumber daya, seperti pendidikan dan kesehatan, yang merupakan fondasi penting bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Misalnya, dengan memberikan beasiswa pendidikan kepada masyarakat lokal atau mendukung program kesehatan masyarakat, perusahaan membantu menciptakan modal manusia yang berkualitas dan sehat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi jangka panjang.
3. Praktik Bisnis yang Berkelanjutan: CSR juga mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, yang tidak hanya menguntungkan lingkungan tetapi juga ekonomi. Praktik ini mencakup penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang bijaksana, atau investasi dalam teknologi yang ramah lingkungan, yang dapat mengurangi biaya operasional jangka panjang dan meningkatkan efisiensi.
4. Peningkatan Ketersediaan Sumber Daya: Dengan membangun kemitraan dengan masyarakat lokal dan pemangku kepentingan lainnya, perusahaan dapat membantu meningkatkan ketersediaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Misalnya, dengan mendukung praktik pertanian berkelanjutan atau pengelolaan hutan yang berkelanjutan, perusahaan dapat memastikan bahwa sumber daya ini tersedia untuk digunakan secara berkelanjutan oleh generasi mendatang.
5. Keberlanjutan Jangka Panjang: CSR bertujuan untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan, termasuk perusahaan itu sendiri. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam strategi bisnis mereka, perusahaan tidak hanya mengurangi risiko operasional dan kepatuhan, tetapi juga meningkatkan reputasi mereka di mata konsumen, investor, dan masyarakat luas.

4. CSR dan International Standardization Organization (ISO)

ISO, Organisasi Internasional untuk Standardisasi, berinisiatif mengumpulkan berbagai pemangku kepentingan untuk membentuk kelompok kerja yang melahirkan pedoman dan standar tanggung jawab sosial yang dikenal dengan ISO 26000: Standar Panduan Tanggung Jawab Sosial. Kerangka kerja ISO dalam tanggung jawab sosial berakar pada pemahaman luas bahwa SR sangat penting bagi kelangsungan suatu organisasi. Pemahaman ini tercermin dalam dua pertemuan penting: KTT Bumi tentang Lingkungan Hidup di Rio pada tahun 1992 dan KTT Dunia tentang Pembangunan Berkelanjutan (WSSD) pada tahun 2002, yang diadakan di Afrika Selatan. Peristiwa ini menggaris bawahi (Kelvin & Aulia, 2023).

Dengan ISO 26000, organisasi dapat meningkatkan nilai tambah dari aktivitas tanggung jawab sosial mereka. Standar ini tidak hanya mengarah pada korporasi tetapi juga semua jenis organisasi, baik swasta maupun publik, di negara-negara berkembang maupun maju. ISO 26000 memberikan pedoman sukarela tentang tanggung jawab sosial, mencakup berbagai sektor dari badan publik hingga badan privat. Perubahan dari CSR (Corporate Social Responsibility) menjadi SR (Social Responsibility) menunjukkan inklusivitasnya terhadap semua jenis organisasi, mencerminkan komitmen global untuk praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. (Arafat & Darmawati, 2021):

5. Mutu dan Konsep Standar Nasional Indonesia (SNI)

SNI adalah standar yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia untuk berbagai hasil produksi yang dibuat oleh individu maupun badan usaha. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan No.72/M-DAG/PER/9/2015 yang mengharuskan produk dalam kategori tertentu memenuhi standar SNI. Daftar produk yang termasuk dalam kategori ini dapat dilihat di situs resmi Kementerian Perdagangan.

Setiap produk yang telah memenuhi ketentuan SNI akan diberi stempel yang menjamin kualitas dan kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan pemerintah. Hal ini tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga memberikan kepastian hukum bagi pelaku bisnis yang memproduksi atau memasarkan produk tersebut.

Penerapan SNI pada produk memudahkan konsumen dalam memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sementara bagi produsen, SNI memberikan jaminan kualitas yang mendukung upaya mereka dalam memasarkan produk secara lebih luas. Oleh karena itu, disarankan agar semua pelaku bisnis mematuhi standar SNI untuk memastikan kualitas produk dan keamanan konsumen.

Di Indonesia, standar mutu dikenal dengan istilah SNI, yang sering kali dikaitkan dengan ISO 9000 dan juga dikenal sebagai SIN 9000. Konsep mutu mengacu pada kemampuan produk untuk memberikan kepuasan maksimal kepada penggunaannya. Untuk mencapai mutu sesuai dengan SNI 9000, terdapat tiga unsur utama yang harus dipenuhi:

1. Kepemimpinan manajemen dalam hal mutu perusahaan.
2. Mendukung proses produksi dengan baik.
3. Menerapkan dokumentasi, melakukan audit mutu, serta tindakan koreksi dan pencegahan yang sesuai.

Ini menggarisbawahi pentingnya peran manajemen dalam mengarahkan kebijakan mutu perusahaan, dukungan yang diberikan pada seluruh proses produksi, dan juga proses evaluasi serta perbaikan berkelanjutan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar mutu yang ditetapkan.

6. Etika Bisnis dan CSR

Tujuan utama pendirian perusahaan adalah mencapai keuntungan dan menjaga keberlanjutan usaha. Keuntungan ini biasanya direalisasikan dalam bentuk dividen untuk para pemegang saham. Namun, tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kepuasan pemegang saham, tetapi juga mencakup kepedulian terhadap kondisi lingkungan di sekitar lokasi operasinya. Ini dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR), di mana perusahaan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya secara lebih luas.

Tujuan utama perusahaan adalah mencapai profitabilitas dan menjaga kelangsungan bisnisnya. Profit ini umumnya dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen. Namun, tanggung jawab perusahaan tidak hanya mencakup kepuasan pemegang saham, melainkan juga mencakup kepedulian terhadap kondisi lingkungan di

sekitar tempat operasinya. Hal ini dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR), di mana perusahaan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya secara lebih luas..

Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan hal yang penting bagi setiap bisnis yang berusaha untuk disebut sebagai bisnis yang baik. Di era globalisasi ini, strategi CSR sangat diperlukan agar perusahaan dapat beroperasi sesuai dengan dukungan masyarakat. CSR tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk mencari keuntungan, tetapi juga menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan alam, masyarakat, dan karyawan internalnya. Melalui implementasi CSR yang efektif, perusahaan dapat mencapai keuntungan yang berkelanjutan sambil meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan dan menjaga keberlanjutan lingkungan alam di sekitarnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di era globalisasi saat ini, penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi krusial bagi setiap bisnis agar dapat berdampak positif pada perusahaan dan pelanggan. Prinsip pertama CSR, yaitu Akuntabilitas, mengacu pada kemampuan perusahaan untuk bertanggung jawab secara etis atas semua keputusan, tindakan, dan kebijakan yang diambil. Ini membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Prinsip kedua, yaitu Transparansi, menekankan pentingnya untuk secara terbuka mengungkapkan tindakan, keputusan, dan kebijakan yang diambil oleh perusahaan. Hal ini memungkinkan masyarakat dan stakeholders lainnya untuk memahami dan mengevaluasi dampak dari aktivitas perusahaan.

Secara keseluruhan, strategi CSR tidak hanya mengarahkan perusahaan untuk mencari keuntungan tetapi juga memperhatikan kesejahteraan lingkungan, masyarakat, dan karyawan. Dengan menerapkan CSR secara efektif, perusahaan dapat mencapai tujuan bisnisnya sambil memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- A, A. O., Putri, A. I., Matthew, K., & Universitas, H. (2023). *23-Moderasi-0101-464* (1). 2023, 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Alicia Sianipar, F. (2023). Analisis Bibliometrik Terhadap Motivasi Belajar Berbasis

- Vos Viewer. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik (JI-MR)*, 4(1), 125–130.
- Andre Alkahfi, M., & M. Nawawi, Z. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(2), 167–177. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i2.1538>
- Arafat, Y., & Darmawati, T. (2021). Implementasi Analisis Jabatan pada Aktivitas Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi Kasus Percetakan Timi Bersaudara). *Seminar Nasional PGRI Provinsi Sumatera Selatan, November*, 225–232.
- Aulia, E. S., & Rusli, R. P. (2020). Manfaat Kajian Bibliometrik Sebagai Penunjang Analisis Kebutuhan Kurikulum Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi. *Inovasi Kurikulum*, 17(2), 59–68. <https://doi.org/10.17509/jik.v17i2.36827>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 6(02), 194–205. <https://doi.org/10.35706/acc.v6i02.5621>
- Fadillah, A. N., & Ibrahim, H. (2023). Peran Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2494–2498. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13301>
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Hardianto, A. M. dk. (2019). E-Umkm Aplikasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF Ke-6 Tahun 2019, 2007*, 96–101.
- Kelvin, & Aulia, S. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Bauran Pemasaran Shopee Peachcosmetics. *Prologia*, 7(1), 229–236. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.21297>
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(1), 17–25. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i1.620>
- Komarudin A, Aula Izatul Aini, & Hanin Khofifah. (2023). Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Home Industry Tahu. *Jurnal Ekonomi Syariah*

- Darussalam*, 4(1), 144–154. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v4i1.1995>
- Martini, R., Satirah, F. R., Nurhasanah, Ibrahim, K. B. C. S., Rachman, K., & Husin, F. (2022). Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Kota Palembang: Dari Aspek Sistem Pengendalian Internal. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Akuntansi Dan Sistem Informasi (EKSISTANSI)*, 11(1), 1420–1427.
- Poetronegoro, S. L. S. (2023). Pengaruh Globalisasi Terhadap Pekerja Anak di Industri Fesyen Mode Cepat dalam Perspektif Etika Bisnis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 390–400.
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam membangun Loyalitas Pelanggan pada PT. Tanjung Abadi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 37. [https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12\(1\).37-52](https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12(1).37-52)
- Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 384. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4186>