



---

## **ANALISIS DIMENSI ETIKA DALAM PRAKTIK BISNIS SEBAGAI PILAR GOOD CORPORATE GOVERNANCE**

**Dian Aulya Utami**

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

**Cindy**

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

**Heri Yunus**

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

**Azhela Dwi Aryani**

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

**Ahmad Wahyudi Zein**

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Alamat: Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: [chaniagodianaulyautami@gmail.com](mailto:chaniagodianaulyautami@gmail.com)

**Abstract :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi etika dalam praktik bisnis serta perannya sebagai pilar utama dalam mewujudkan Good Corporate Governance (GCG). Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin kompleksnya praktik bisnis modern yang kerap menimbulkan dilema moral dan berbagai penyimpangan akibat lemahnya penerapan nilai-nilai etika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*), dengan sumber data berupa buku referensi, artikel jurnal nasional dan internasional, serta dokumen ilmiah yang relevan dengan topik etika bisnis dan GCG. Teknik analisis data dilakukan melalui analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji konsep, prinsip, dan hubungan antara dimensi etika dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis memiliki peran fundamental dalam membentuk perilaku individu, profesional, dan korporasi, serta menjadi landasan moral dalam penerapan prinsip-prinsip Good Corporate Governance, seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan penerapan GCG tidak hanya bergantung pada regulasi dan sistem formal, tetapi juga pada internalisasi nilai-nilai etika sebagai budaya organisasi yang berkelanjutan guna menciptakan praktik bisnis yang berintegritas dan berorientasi jangka panjang.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis; Dimensi Etika; Good Corporate Governance; Etika Profesi; Tanggung Jawab Moral.

**Abstract :** This study aims to analyze the dimensions of ethics in business practices and their role as a fundamental pillar of Good Corporate Governance (GCG). The background of this research is based on the increasing complexity of modern business practices, which often give rise to moral dilemmas and ethical violations due to weak ethical implementation. This research employs a qualitative approach using a library research method, with data sources consisting of textbooks, national and international journal articles, and relevant scholarly documents related to business ethics and GCG. Data analysis was conducted through content analysis to examine concepts, principles, and the relationship between ethical dimensions and the implementation of good corporate governance. The findings indicate that business ethics plays a crucial role in shaping individual, professional, and corporate behavior and serves as a moral foundation for implementing the principles of Good Corporate Governance, including transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness. This study concludes that the successful implementation of GCG depends not only on formal regulations and systems but also on the internalization of ethical values as a sustainable organizational culture to promote integrity and long-term business sustainability.

**Keywords:** Business Ethics; Ethical Dimensions; Good Corporate Governance; Professional Ethics; Moral Responsibility.

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif menuntut perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek etika dan tata kelola perusahaan yang baik. Dalam praktiknya, aktivitas bisnis melibatkan berbagai kepentingan, mulai dari pemegang saham, manajemen, karyawan, konsumen, hingga masyarakat luas. Kondisi ini menjadikan etika sebagai elemen fundamental dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan tanggung jawab sosial perusahaan (Crane & Matten, 2016).

Bisnis pada dasarnya merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui proses produksi dan distribusi barang maupun jasa. Namun, tanpa adanya pedoman etika, praktik bisnis berpotensi menimbulkan berbagai penyimpangan seperti manipulasi laporan keuangan, penipuan terhadap konsumen, eksploitasi tenaga kerja, serta kerusakan lingkungan. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis tidak dapat diukur semata-mata dari kinerja finansial, melainkan juga dari integritas dan tanggung jawab moral pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Susandy & Ramdhan, 2015).

Berbagai kasus pelanggaran etika yang terjadi dalam dunia bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional, semakin menegaskan pentingnya penerapan nilai-nilai etis dalam pengelolaan perusahaan. Lemahnya etika bisnis sering kali menjadi akar permasalahan kegagalan perusahaan dan menurunnya kepercayaan publik. Oleh karena itu, etika bisnis tidak dapat dipandang sebagai aspek tambahan, melainkan sebagai fondasi utama dalam menciptakan praktik bisnis yang sehat dan berkelanjutan (Keraf, 1998).

Sejalan dengan hal tersebut, konsep Good Corporate Governance (GCG) berkembang sebagai sistem tata kelola perusahaan yang bertujuan untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar dikelola secara transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan berkeadilan. Penerapan GCG diharapkan mampu meminimalkan konflik kepentingan serta mencegah terjadinya penyalahgunaan wewenang dalam perusahaan. Namun demikian, implementasi prinsip-prinsip GCG tidak akan berjalan efektif tanpa adanya kesadaran etis dan tanggung jawab moral dari seluruh pelaku bisnis (Crane & Matten, 2016).

Etika bisnis berperan sebagai pilar moral yang menopang keberhasilan Good Corporate Governance. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, integritas, dan tanggung jawab menjadi landasan bagi pengambilan keputusan dalam praktik bisnis. Dimensi etika dalam praktik bisnis tidak hanya mencakup aspek korporasi, tetapi juga menyangkut etika individu dan etika profesi. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk menjalankan perannya secara profesional dan bermoral agar tujuan perusahaan dapat tercapai tanpa mengorbankan kepentingan pihak lain (Keraf, 1998).

Selain itu, adanya relativitas moral dalam dunia bisnis sering kali menimbulkan dilema etika dalam pengambilan keputusan. Perbedaan nilai, budaya, dan kepentingan ekonomi dapat memengaruhi cara pandang pelaku usaha terhadap suatu tindakan. Kondisi ini menunjukkan perlunya pemahaman yang komprehensif mengenai dimensi etika dalam praktik bisnis agar nilai moral tetap menjadi pedoman utama dalam setiap aktivitas perusahaan (Susandy & Ramdhan, 2015).

Berdasarkan uraian tersebut, kajian mengenai analisis dimensi etika dalam praktik bisnis sebagai pilar Good Corporate Governance menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual peran etika bisnis dalam mendukung penerapan tata kelola perusahaan yang baik, serta menegaskan bahwa etika

merupakan elemen kunci dalam menciptakan praktik bisnis yang berintegritas, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. Konsep Etika**

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas nilai-nilai moral yang berkaitan dengan perilaku manusia, khususnya mengenai konsep baik dan buruk, benar dan salah, serta tanggung jawab moral atas tindakan yang dilakukan. Secara etimologis, etika berasal dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan atau adat istiadat. Etika berfungsi sebagai pedoman normatif yang mengarahkan perilaku manusia agar selaras dengan nilai-nilai moral yang diterima secara umum (Keraf, 1998).

Dalam konteks sosial, etika tidak hanya bersifat individual, tetapi juga mengatur hubungan manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Etika menjadi dasar penilaian terhadap tindakan manusia apakah dapat dibenarkan secara moral atau tidak. Oleh karena itu, etika memiliki peran penting dalam membentuk sikap, perilaku, dan keputusan individu, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan bisnis (Crane & Matten, 2016).

### **2. Etika Bisnis**

Etika bisnis merupakan penerapan prinsip-prinsip etika dalam kegiatan bisnis yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam berinteraksi dengan berbagai pihak, seperti konsumen, karyawan, investor, dan masyarakat. Etika bisnis bertujuan untuk memastikan bahwa aktivitas bisnis dijalankan secara jujur, adil, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain (Keraf, 1998).

Menurut Crane dan Matten (2016), etika bisnis tidak hanya berfokus pada kepatuhan terhadap hukum, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral perusahaan dalam menghadapi dilema etika yang tidak selalu diatur secara eksplisit oleh peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, etika bisnis berfungsi sebagai pedoman moral dalam pengambilan keputusan bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Penerapan etika bisnis yang baik dapat menciptakan kepercayaan (*trust*) antara perusahaan dan para pemangku kepentingan. Kepercayaan ini menjadi modal penting bagi perusahaan dalam menjaga reputasi dan kelangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Susandy & Ramdhan, 2015).

### **3. Dimensi Etika dalam Praktik Bisnis**

Dimensi etika dalam praktik bisnis mencakup berbagai aspek yang saling berkaitan, yaitu dimensi individu, dimensi profesi, dan dimensi korporasi. Ketiga dimensi ini membentuk satu kesatuan yang menentukan kualitas etis dari praktik bisnis suatu perusahaan.

Pada dimensi individu, etika berkaitan dengan moralitas pribadi pelaku bisnis dalam mengambil keputusan dan bertindak secara bertanggung jawab. Nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab menjadi landasan utama dalam membentuk perilaku individu yang etis dalam dunia bisnis (Keraf, 1998).

Dimensi profesi menekankan pentingnya etika profesi sebagai pedoman bagi para profesional dalam menjalankan tugasnya. Setiap profesi memiliki kode etik yang mengatur standar perilaku agar pelaksanaan tugas dilakukan secara profesional dan bermoral. Etika profesi berperan penting dalam menjaga kualitas layanan dan

kepercayaan publik terhadap profesi tertentu, seperti akuntan, manajer, dan auditor (Crane & Matten, 2016).

Sementara itu, dimensi korporasi berkaitan dengan tanggung jawab moral perusahaan sebagai entitas bisnis. Perusahaan dituntut untuk menjalankan kegiatan operasionalnya secara etis, tidak hanya demi kepentingan internal, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Dimensi ini menegaskan bahwa perusahaan memiliki kewajiban moral dan sosial di luar tujuan memperoleh keuntungan semata (Susandy & Ramdhan, 2015).

#### **4. Prinsip-Prinsip Etika Profesi**

Etika profesi merupakan seperangkat prinsip moral yang mengatur perilaku individu dalam menjalankan profesinya. Prinsip-prinsip etika profesi berfungsi sebagai standar perilaku yang harus dipatuhi oleh setiap profesional agar pelaksanaan tugasnya dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan sosial.

Keraf (1998) mengemukakan beberapa prinsip utama dalam etika profesi, antara lain tanggung jawab, kejujuran, keadilan, kebebasan, dan otonomi. Prinsip tanggung jawab menuntut profesional untuk bertanggung jawab atas setiap keputusan dan tindakan yang diambil, baik terhadap dirinya sendiri maupun terhadap masyarakat. Prinsip kejujuran mengharuskan profesional bersikap jujur dan transparan dalam menjalankan tugasnya.

Prinsip keadilan menekankan perlakuan yang adil terhadap semua pihak tanpa diskriminasi, sedangkan prinsip kebebasan dan otonomi memberikan ruang bagi profesional untuk menjalankan keahliannya secara independen, selama tetap berada dalam koridor etika dan hukum yang berlaku. Penerapan prinsip-prinsip ini sangat penting dalam menciptakan praktik bisnis yang profesional dan berintegritas.

#### **5. Good Corporate Governance (GCG)**

Good Corporate Governance (GCG) merupakan sistem tata kelola perusahaan yang mengatur hubungan antara manajemen, dewan komisaris, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. GCG bertujuan untuk menciptakan perusahaan yang dikelola secara transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan berkeadilan (Crane & Matten, 2016).

Penerapan GCG menjadi penting untuk mencegah terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan, seperti korupsi, kolusi, dan manipulasi laporan keuangan. Prinsip-prinsip GCG dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan sesuai dengan kepentingan pemangku kepentingan dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Namun demikian, efektivitas penerapan GCG sangat bergantung pada kesadaran etis dan integritas pelaku bisnis. Tanpa etika yang kuat, prinsip-prinsip GCG hanya akan menjadi formalitas administratif yang tidak mampu mencegah praktik bisnis yang tidak etis (Keraf, 1998).

#### **6. Etika Bisnis sebagai Pilar Good Corporate Governance**

Etika bisnis merupakan pilar utama dalam mewujudkan Good Corporate Governance yang efektif. Nilai-nilai etika seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab menjadi fondasi moral yang menopang prinsip-prinsip GCG. Etika bisnis memastikan bahwa tata kelola perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepatuhan

hukum, tetapi juga pada nilai moral dan tanggung jawab sosial (Susandy & Ramdhan, 2015).

Dengan adanya etika bisnis yang kuat, perusahaan mampu menciptakan sistem pengendalian internal yang lebih efektif dan membangun budaya organisasi yang berintegritas. Hal ini akan berdampak positif terhadap kepercayaan publik, reputasi perusahaan, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, etika bisnis tidak dapat dipisahkan dari upaya mewujudkan Good Corporate Governance yang berkualitas dan berkelanjutan (Crane & Matten, 2016).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research), yang bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis secara mendalam konsep dimensi etika dalam praktik bisnis serta perannya sebagai pilar Good Corporate Governance. Data penelitian bersumber dari data sekunder yang diperoleh melalui buku teks, artikel jurnal nasional dan internasional, prosiding ilmiah, serta dokumen resmi yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan telaah literatur secara sistematis, kemudian dianalisis menggunakan analisis isi (content analysis) dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai referensi guna memastikan konsistensi dan validitas informasi, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Creswell, 2014; Miles et al., 2014; Sugiyono, 2019).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Etika sebagai Fondasi dalam Praktik Bisnis**

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa etika merupakan unsur fundamental dalam praktik bisnis yang berfungsi sebagai pedoman moral bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonominya. Etika tidak hanya mengatur hubungan individu dengan individu lain, tetapi juga mengarahkan perilaku organisasi dalam berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan. Dalam konteks bisnis, etika berperan untuk menentukan batasan antara tindakan yang dapat diterima secara moral dan tindakan yang melanggar nilai-nilai kemanusiaan, meskipun tindakan tersebut secara hukum mungkin tidak selalu dilarang (Keraf, 1998).

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa praktik bisnis yang berorientasi pada keuntungan semata berpotensi menimbulkan berbagai penyimpangan, seperti manipulasi laporan keuangan, penipuan konsumen, dan pelanggaran hak tenaga kerja. Oleh karena itu, etika bisnis tidak dapat diposisikan sebagai aspek tambahan, melainkan sebagai fondasi utama dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan. Sejalan dengan Crane dan Matten (2016), etika bisnis berfungsi sebagai kerangka normatif yang membantu pelaku usaha menghadapi dilema moral dalam pengambilan keputusan bisnis.

### **2. Perkembangan Etika Bisnis dan Relevansinya terhadap Praktik Modern**

Berdasarkan hasil telaah literatur, perkembangan etika bisnis menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari orientasi ekonomi semata menuju keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pada masa awal perkembangan bisnis, etika belum menjadi perhatian utama karena aktivitas ekonomi masih bersifat sederhana dan subsisten. Namun, seiring dengan berkembangnya industri dan globalisasi, dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnis semakin terasa, sehingga mendorong

lahirnya kesadaran akan pentingnya etika dalam praktik bisnis (Susandy & Ramdhan, 2015).

Pada era modern, etika bisnis menjadi bagian integral dari manajemen perusahaan dan strategi bisnis jangka panjang. Perusahaan yang mengabaikan etika cenderung menghadapi krisis kepercayaan, penurunan reputasi, bahkan kegagalan usaha. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan etika bisnis secara konsisten mampu membangun citra positif dan memperoleh kepercayaan publik. Temuan ini menunjukkan bahwa etika bisnis memiliki korelasi yang kuat dengan keberlanjutan usaha dan stabilitas perusahaan.

### **3. Dimensi Etika dalam Praktik Bisnis**

Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi etika dalam praktik bisnis mencakup tiga aspek utama, yaitu dimensi individu, dimensi profesi, dan dimensi korporasi. Ketiga dimensi ini saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan yang menentukan kualitas etis suatu praktik bisnis.

Pada dimensi individu, etika tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku bisnis dalam mengambil keputusan. Nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab menjadi faktor penentu dalam mencegah tindakan yang merugikan pihak lain. Individu yang memiliki kesadaran etis tinggi cenderung mampu menahan diri dari perilaku tidak etis meskipun berada dalam tekanan bisnis (Keraf, 1998).

Dimensi profesi menekankan pentingnya etika profesi sebagai standar perilaku bagi para profesional di bidang bisnis. Kode etik profesi berfungsi untuk menjaga kualitas layanan, melindungi kepentingan publik, serta meningkatkan kepercayaan terhadap profesi tertentu, seperti akuntan, auditor, dan manajer. Temuan kajian menunjukkan bahwa pelanggaran etika profesi sering kali menjadi pemicu utama terjadinya skandal bisnis dan kegagalan tata kelola perusahaan (Crane & Matten, 2016).

Sementara itu, dimensi korporasi berkaitan dengan tanggung jawab moral perusahaan sebagai entitas bisnis. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Dimensi ini menegaskan bahwa perusahaan memiliki kewajiban sosial yang harus dipenuhi sebagai bagian dari keberadaannya dalam masyarakat (Susandy & Ramdhan, 2015).

### **4. Etika Profesi dan Profesionalisme dalam Dunia Bisnis**

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa etika profesi memiliki peran strategis dalam membentuk profesionalisme pelaku bisnis. Prinsip-prinsip etika profesi, seperti tanggung jawab, kejujuran, keadilan, kebebasan, dan otonomi, menjadi landasan moral bagi profesional dalam menjalankan tugasnya (Keraf, 1998). Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya melindungi kepentingan klien dan masyarakat, tetapi juga menjaga martabat profesi itu sendiri.

Dalam praktik bisnis, lemahnya penerapan etika profesi sering kali menyebabkan terjadinya konflik kepentingan dan penyalahgunaan wewenang. Sebaliknya, profesional yang menjunjung tinggi etika profesi cenderung mampu menjalankan tugasnya secara objektif dan bertanggung jawab. Temuan ini menegaskan bahwa etika profesi merupakan elemen penting dalam menciptakan praktik bisnis yang sehat dan berintegritas.

### **5. Relativitas Moral dan Dilema Etika dalam Bisnis**

Kajian literatur juga menunjukkan bahwa relativitas moral menjadi salah satu tantangan utama dalam penerapan etika bisnis. Perbedaan nilai budaya, norma sosial, dan kepentingan ekonomi sering kali memengaruhi cara pandang pelaku usaha terhadap suatu tindakan. Dalam kondisi tertentu, tindakan yang dianggap wajar secara lokal dapat bertentangan dengan nilai moral universal (Crane & Matten, 2016).

Namun demikian, hasil kajian menegaskan bahwa relativitas moral tidak dapat dijadikan alasan untuk membenarkan tindakan yang jelas-jelas melanggar prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Prinsip integritas moral tetap harus menjadi pedoman utama dalam pengambilan keputusan bisnis, terlepas dari perbedaan konteks budaya dan sosial. Hal ini menunjukkan pentingnya internalisasi nilai etika sebagai bagian dari budaya organisasi.

## **6. Etika Bisnis sebagai Pilar Good Corporate Governance**

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa etika bisnis memiliki peran sentral sebagai pilar Good Corporate Governance. Prinsip-prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan tidak akan dapat diterapkan secara efektif tanpa dukungan etika bisnis yang kuat. Etika bisnis memberikan landasan moral bagi implementasi prinsip-prinsip GCG dalam praktik perusahaan sehari-hari (Susandy & Ramdhan, 2015).

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa GCG bukan sekadar sistem formal atau administratif, melainkan harus didukung oleh kesadaran etis seluruh pelaku bisnis. Perusahaan yang menjadikan etika sebagai bagian dari budaya organisasi cenderung mampu menerapkan GCG secara konsisten dan berkelanjutan. Dengan demikian, etika bisnis berfungsi sebagai penghubung antara nilai moral dan tata kelola perusahaan yang baik (Crane & Matten, 2016).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kajian pustaka dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dimensi etika dalam praktik bisnis memiliki peran yang sangat fundamental sebagai pilar utama dalam mewujudkan Good Corporate Governance. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral bagi individu dan profesional dalam pengambilan keputusan, tetapi juga menjadi landasan nilai bagi korporasi dalam menjalankan tanggung jawab sosial, menjaga integritas, serta membangun hubungan yang adil dan transparan dengan seluruh pemangku kepentingan. Penerapan etika yang konsisten pada dimensi individu, profesi, dan korporasi terbukti mampu memperkuat prinsip-prinsip Good Corporate Governance, seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan, sehingga mencegah terjadinya penyimpangan dan krisis kepercayaan dalam dunia bisnis. Dengan demikian, keberhasilan implementasi Good Corporate Governance tidak semata-mata ditentukan oleh sistem dan regulasi formal, melainkan sangat bergantung pada internalisasi nilai-nilai etika sebagai budaya organisasi yang berkelanjutan, yang pada akhirnya mendukung terciptanya praktik bisnis yang berintegritas, profesional, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, Z., Ibrohim, M., & Ismail, I. (2024). *Etika bisnis dan Good Corporate Governance: Sebuah tinjauan konseptual*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. <https://doi.org/10.37385/msej.v6i6.9332> [YrPipku Journal](#)
- Asril, J. (2019). *Etika bisnis dan konsep Good Corporate Governance dalam menciptakan perusahaan berbasis nilai*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(2), 215–224. <https://doi.org/10.31955/mea.v3i2.817> [JMEA](#)
- Malau, H. (2009). *Penerapan etika bisnis dalam prinsip Good Corporate Governance*. *Jurnal Ekonomis*, 3(2), 112–120. <https://doi.org/10.58303/jeko.v3i2.529> [Jurnal Universitas Advent Indonesia](#)
- Maulana, I., & Haryadi, B. (2024). *Etika bisnis, corporate governance, dan stakeholder*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(2). <https://doi.org/10.55601/jwem.v12i2.882> [ejurnal.mikroskil.ac.id](#)
- Fakhrani, N., Ambarwati, D. A., Sholihah, F. A., Faiza, A., Noor Afivah, Y., & Zuliyati, Z. (2025). *Penerapan Good Corporate Governance dalam meningkatkan etika bisnis perusahaan*. *Seminar Nasional Akuntansi (SEMANAK)*. <https://prosiding.umk.ac.id/index.php/semanak/article/view/463> [prosiding.umk.ac.id](#)
- Dewi, I. O., Wahyudi, I., Setiawan, N., & Uyun, J. (2023). *Fraud ditinjau dari etika profesi dan etika bisnis*. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(1), 44–51. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i1.101> [ejournal.ahmaddahlan.ac.id](#)
- Sitorus, D. S. Z. (2024). *Hukum dan etika bisnis: Analisis studi literatur atas implikasinya terhadap praktik bisnis berkelanjutan*. *Governance: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 12(2). <https://doi.org/10.56015/gjikplp.v12i2.598> [governance.lkispol.or.id](#)
- Dewi, D. I., & Riyanto, S. (2024). *Business ethics in the framework of corporate governance: A literacy study*. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. <https://doi.org/10.59141/jist.v2i08.185> [Jurnal Indonesia Sosial Teknologi](#)
- Mita, V. Y. (2024). *Literature study: Implementation of business ethics and Good Corporate Governance practices in improving financial performance*. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i12.11895> [Formosa Publisher](#)
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press. <https://www.amazon.com/Business-Ethics-Citizenship-Sustainability-Globalization/dp/0198810075> [Amazon](#)
- Keraf, S. A. (1998). *Etika bisnis: Tuntutan dan relevansinya*. Penerbit Kanisius