

Etika Bisnis Dalam Era Pasar Bebas: *Systematic Literature Review* Mengenai Implimentasi Nilai-Nilai Moral Dalam Sistem Ekonomi Liberal

Irna Sulistiarini¹, Fatimah Fatimah², Iriani Ismail³

¹Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia, sofirna@gmail.com

²Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia, fatimahfaat@gmail.com

³Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia, iriani.ismail@trunojoyo.ac.id

Corresponding Author: sofirna@gmail.com¹

Abstract: *The era of globalization and economic liberalization creates complexity in the implementation of moral values in a free market system that prioritizes economic efficiency. This study uses the Systematic Literature Review methodology with the PRISMA protocol to analyze 20 academic articles from 2021-2025 that discuss business ethics in the context of a liberal economy. The results show the evolution of the concept of business ethics from a reactive to a proactive-strategic approach, with Corporate Social Responsibility becoming a driver of innovation and competitive advantage. The findings identify key challenges in the form of gaps between theory and practice, differences in cross-cultural responses, and tensions in the platform economy. The developed integrative framework emphasizes the role of ethical leadership, corporate transparency, and stakeholder engagement as determinants of the successful implementation of moral values. This research contributes to the development of a theoretical framework that integrates ethical dimensions in a liberal economic system in a sustainable manner, providing practical guidance for developing responsible business strategies in an increasingly complex and dynamic free market era.*

Keywords: *Business Ethics, Free Market, Corporate Social Responsibility, Liberal Economic System*

Abstrak: Era globalisasi dan liberalisasi ekonomi menciptakan kompleksitas dalam implementasi nilai-nilai moral pada sistem pasar bebas yang mengutamakan efisiensi ekonomi. Penelitian ini menggunakan metodologi *Systematic Literature Review* dengan protokol PRISMA untuk menganalisis 20 artikel akademik periode 2021-2025 yang membahas etika bisnis dalam konteks ekonomi liberal. Hasil penelitian menunjukkan evolusi konsep etika bisnis dari pendekatan reaktif menuju proaktif strategis, dengan *Corporate Social Responsibility* menjadi *driver* inovasi dan *competitive advantage*. Temuan mengidentifikasi tantangan utama berupa kesenjangan teori dan praktik, perbedaan respons lintas budaya, dan ketegangan dalam *platform economy*. *Framework* integratif yang dikembangkan menekankan peran kepemimpinan etis, transparansi korporat, dan *stakeholder engagement* sebagai determinan keberhasilan implementasi nilai moral. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kerangka teoritis yang mengintegrasikan dimensi etika dalam sistem ekonomi

liberal secara berkelanjutan, memberikan panduan praktis bagi pengembangan strategi bisnis yang bertanggung jawab dalam era pasar bebas yang semakin kompleks dan dinamis.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Pasar Bebas, Tanggung Jawab Sosial, Sistem Ekonomi Liberal

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan liberalisasi ekonomi telah menciptakan sistem pasar bebas (*free market*) yang semakin kompleks, dimana aktivitas bisnis tidak lagi terbatas pada aspek ekonomis semata, namun juga menghadapi tantangan etis yang fundamental. Sistem ekonomi liberal yang mengutamakan kebebasan pasar (*market liberalization*) dan efisiensi ekonomi seringkali berbenturan dengan nilai-nilai moral yang menjadi fondasi masyarakat, menciptakan dilema etika yang memerlukan kajian mendalam. Fenomena ini menjadi semakin relevan ketika praktik bisnis modern dihadapkan pada tekanan untuk memaksimalkan keuntungan (*profit maximization*) sambil mempertahankan standar etika yang bertanggung jawab (Hernández-Cuadra & Fernández-Fernández, 2024).

Implementasi nilai-nilai moral dalam sistem ekonomi liberal menghadapi paradoks yang menarik, dimana mekanisme pasar yang bebas seharusnya dapat mengatur diri sendiri (*self-regulation*) namun dalam praktiknya memerlukan kerangka etis yang jelas untuk mencegah eksploitasi dan ketidakadilan. (Ghasemaghahi & Kordzadeh, 2024) menekankan bahwa dalam konteks globalisasi, perusahaan multinasional menghadapi tekanan untuk mengadopsi praktik *corporate social responsibility* (CSR) yang tidak hanya memenuhi ekspektasi *stakeholder* tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Kompleksitas ini diperkuat oleh fakta bahwa norma etika bervariasi antar budaya dan yurisdiksi, menciptakan tantangan dalam standarisasi praktik etis bisnis global.

Penelitian terkini menunjukkan bahwa *ethical culture* dalam organisasi memiliki peran sentral dalam membentuk perilaku bisnis yang bertanggung jawab, namun implementasinya dalam konteks pasar bebas masih menghadapi berbagai hambatan struktural dan operasional. (Somuah *et al.*, 2025) dalam kajiannya tentang manajemen sumber daya manusia yang bertanggung jawab sosial (*socially responsible human resource management*) mengidentifikasi bahwa integrasi nilai-nilai etis dalam praktik bisnis memerlukan komitmen yang *genuine* dari manajemen puncak, bukan sekadar pemenuhan regulasi atau *compliance*. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi etika dalam bisnis telah berevolusi dari sekadar pertimbangan sampingan menjadi elemen strategis yang mempengaruhi daya saing dan keberlanjutan perusahaan.

Global Survey of Business Ethics 2022-2024 mengungkapkan bahwa terdapat kesenjangan yang signifikan antara teori etika bisnis dan implementasinya di lapangan, terutama dalam konteks ekonomi yang semakin digital dan terintegrasi global (Meijer *et al.*, 2024). Fenomena ini menciptakan urgensi untuk melakukan kajian sistematis mengenai bagaimana nilai-nilai moral dapat diintegrasikan secara efektif dalam sistem ekonomi liberal tanpa mengorbankan efisiensi pasar. *Systematic literature review* menjadi metodologi yang tepat untuk menganalisis perkembangan pemikiran dan praktik etika bisnis dalam dua dekade terakhir, mengidentifikasi gap penelitian, dan merumuskan *framework* teoritis yang komprehensif untuk implementasi nilai-nilai moral dalam konteks pasar bebas yang semakin kompleks dan dinamis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan mendasar. Pertama, bagaimana perkembangan konseptual etika bisnis dalam sistem ekonomi liberal berdasarkan literatur yang dipublikasikan dalam periode 2021-2025? Kedua, apa saja tantangan utama dalam implementasi nilai-nilai moral pada praktik bisnis di era pasar bebas berdasarkan temuan penelitian terdahulu? Ketiga, bagaimana *framework* teoritis yang dapat dikembangkan untuk mengintegrasikan dimensi etika dalam sistem ekonomi liberal secara efektif dan berkelanjutan? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

secara komprehensif literatur akademik mengenai etika bisnis dalam era pasar bebas melalui pendekatan *systematic literature review*. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi dan menganalisis tren perkembangan konsep etika bisnis dalam sistem ekonomi liberal; (2) memetakan tantangan dan hambatan dalam implementasi nilai-nilai moral pada praktik bisnis kontemporer; dan (3) merumuskan kerangka teoritis yang integratif untuk implementasi nilai-nilai etis dalam sistem ekonomi liberal yang berkelanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang etika bisnis dan ekonomi. Manfaat teoretis penelitian ini meliputi pengayaan khazanah keilmuan mengenai integrasi nilai-nilai moral dalam sistem ekonomi liberal, serta pengembangan *framework* konseptual yang dapat menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi praktisi bisnis, pembuat kebijakan, dan regulator dalam mengembangkan strategi dan regulasi yang mengakomodasi dimensi etika dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan *insight* bagi dunia akademis untuk mengembangkan kurikulum pendidikan bisnis yang lebih responsif terhadap tantangan etika dalam era pasar bebas.

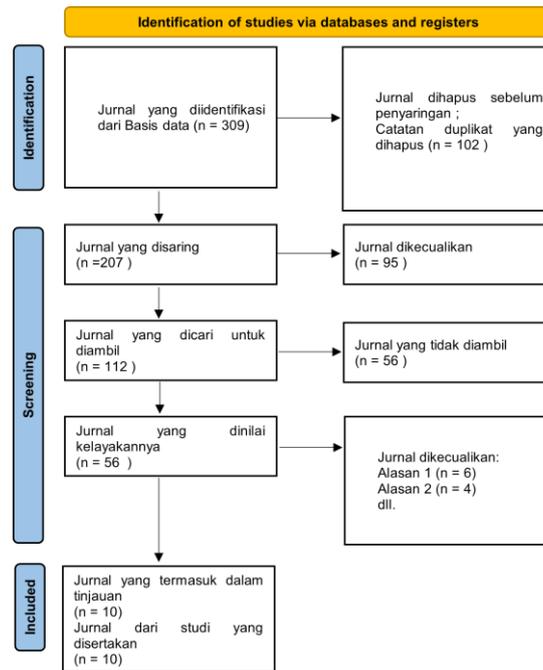
METODE

Penelitian ini mengadopsi metodologi *Systematic Literature Review* (SLR) yang mengikuti protokol PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) untuk memastikan transparansi dan reproduktibilitas hasil penelitian. Pendekatan SLR dipilih karena kemampuannya dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis secara komprehensif literatur akademik terkait etika bisnis dalam era pasar bebas dengan standar metodologis yang ketat (Kumar *et al.*, 2025). Strategi pencarian dilakukan secara sistematis pada *database* akademik utama meliputi Scopus, Web of Science, JSTOR, dan ScienceDirect dengan menggunakan kombinasi kata kunci "*business ethics*", "*free market*", "*liberal economy*", "*moral values*", dan "*corporate social responsibility*" dalam periode publikasi 2021-2025.

Proses seleksi artikel mengimplementasikan kriteria inklusi yang spesifik: artikel yang dipublikasikan dalam jurnal *peer-reviewed*, berbahasa Inggris atau Indonesia, membahas implementasi nilai-nilai moral dalam konteks ekonomi liberal, dan tersedia dalam *full-text*. Kriteria eksklusi meliputi artikel konferensi, buku, *working paper*, dan publikasi yang tidak relevan dengan fokus penelitian (Kern *et al.*, 2024). Tahap *screening* dilakukan melalui evaluasi judul dan abstrak oleh dua peneliti independen untuk meminimalkan bias seleksi, diikuti dengan penilaian kualitas menggunakan *Critical Appraisal Skills Programme* (CASP) *checklist*. Data ekstraksi dilakukan secara sistematis menggunakan formulir terstruktur yang mencakup karakteristik studi, metodologi penelitian, temuan utama, dan implikasi teoretis maupun praktis (Fülöp *et al.*, 2025).

Penelitian ini mengikuti metodologi PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) dalam proses identifikasi dan seleksi literatur. Tahap identifikasi dimulai dengan pencarian komprehensif melalui basis data dan register yang menghasilkan 309 artikel. Setelah dilakukan *screening* awal, ditemukan 102 artikel duplikat yang kemudian dihapus, menyisakan 207 artikel untuk tahap selanjutnya. Pada tahap *screening*, dilakukan penilaian kelayakan terhadap 207 artikel yang tersisa. Dari proses ini, 95 artikel dikecualikan karena tidak memenuhi kriteria inklusi yang telah ditetapkan, meninggalkan 112 artikel untuk dievaluasi lebih lanjut. Tahap selanjutnya adalah penilaian kelayakan (*eligibility assessment*) terhadap 112 artikel, dimana 56 artikel tidak diambil karena berbagai alasan seperti tidak tersedianya *full text*, metodologi yang tidak sesuai, atau kriteria eksklusi lainnya. Setelah penilaian kelayakan yang komprehensif, 56 artikel dinilai memenuhi syarat untuk analisis mendalam. Namun, dalam tahap akhir, beberapa artikel dikecualikan dengan alasan spesifik: 6 artikel karena alasan pertama, 4 artikel karena alasan kedua, dan seterusnya. Akhirnya, 20

artikel (10 dari tinjauan dan 10 dari studi yang disertakan) masuk dalam analisis final *systematic review* ini. Keseluruhan proses tersebut divisualisasi pada gambar 1.



Sumber: Data diolah, 2025
Gambar 1. Flowchart Prisma

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka hasil dan pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Sintesis *Systematic Literature Review*

No	Author	Judul	Metode	Sample	Hasil Temuan Peneliti	Relevansi dengan Topik
1	(Nguyen <i>et al.</i> , 2021)	<i>Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performanc: A serial mediation model</i>	Kuantitatif - PLS-SEM	653 manajer tingkat menengah dan atas dari perusahaan besar di Vietnam	Kepemimpinan etis berpengaruh positif terhadap CSR, yang kemudian meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerja perusahaan melalui model serial mediation	Sangat relevan - menunjukkan hubungan langsung antara etika kepemimpinan dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam pasar <i>emerging</i>
2	(Luger <i>et al.</i> , 2022)	<i>Support for corporate social responsibility among generation Y consumers in advanced versus emerging markets</i>	Kuantitatif - Structural Equation Modeling	441 responden dari Austria (pasar maju) dan China (pasar berkembang)	Dukungan CSR berperan sentral dalam memediasi <i>purchase intention</i> dengan perbedaan signifikan antar negara. Generasi Y menunjukkan tingkat minat tinggi terhadap konsumsi etis	Relevan - menunjukkan respon konsumen terhadap implementasi nilai moral perusahaan (CSR) dalam konteks <i>cross-cultural</i>
3	(Kabir & Chowdhury, 2023)	<i>Empirical analysis of the corporate social responsibility and financial performance causal nexus: Evidence from the banking sector of Bangladesh</i>	Kuantitatif - Panel Vector Autoregression	30 bank terdaftar di Bangladesh (2006-2018)	Kinerja keuangan yang baik meningkatkan pengeluaran CSR, tetapi pengeluaran CSR tidak selalu mempengaruhi kinerja keuangan. <i>Net income</i> , total deposits, ROA, dan CSR tahun sebelumnya berkorelasi positif dengan CSR	Relevan - menganalisis hubungan kausal antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan dalam sektor perbankan
4	(Y. Liu <i>et al.</i> , 2023)	<i>Building a competitive advantage based</i>	Konseptual/Empiris	Tidak disebutkan secara spesifik	Transparansi kinerja berperan kunci dalam efektivitas CSR	Relevan - menunjukkan pentingnya

		<i>on transparenc: When and why does transparency matter for corporate social responsibility?</i>			perusahaan. <i>Consumer skepticism</i> menjadi logika interaksi <i>transparency-CSR</i> . Perusahaan harus memantau transparansi secara konsisten dan menyesuaikan dengan tingkat keterlibatan	transparansi sebagai nilai moral dalam implementasi CSR untuk membangun <i>competitive advantage</i>
5	(Rahman et al., 2024)	<i>Corporate social responsibility and green financing behavior in Bangladesh: Towards sustainable tourism</i>	Konseptual	Studi berbasis literatur dari berbagai website, publikasi, dan artikel penelitian	CSR memiliki dampak positif terhadap adopsi green finance, dan integrasi keduanya mendorong pariwisata berkelanjutan di Bangladesh	Relevan - mendemonstrasikan implementasi nilai moral melalui CSR dan <i>green finance</i> dalam industri pariwisata
6	(Atal et al., 2024)	<i>Adam Smith: His continuing relevance for contemporary management thought</i>	Konseptual/Reflektif	Analisis teoretis terhadap karya Adam Smith	Tiga tema dalam karya Adam Smith (hubungan tenaga kerja, etika bisnis, dan ketimpangan) tetap relevan untuk pemikiran manajemen kontemporer. Bisnis dipandang sebagai entitas yang tidak terpisahkan secara ekonomi, sosial, politik, dan moral	Sangat relevan - memberikan landasan teoretis tentang etika bisnis dalam pemikiran ekonomi klasik yang masih relevan untuk sistem ekonomi liberal modern
7	(Hunkin & Alsen, 2024)	<i>Business as (un)usual: A critical policy and legal analysis of Australia's COVID-19 'free childcare' policy</i>	Kualitatif - Critical Policy and Legal Analysis	Analisis kebijakan childcare Australia selama COVID-19	Model pasar bebas dalam <i>childcare</i> dipertanyakan dari segi legal dan etis. Kebijakan 'fee-free' childcare menunjukkan bahwa model pasar bukanlah sesuatu yang tidak dapat diubah	Relevan - mengkritisi model pasar bebas dari perspektif etika dan hak asasi manusia dalam konteks kebijakan publik
8	(Chalmers et al., 2025)	<i>Entrepreneurship and ideology: Accelerationism, degrowth, and the emerging political economy of venture creation</i>	Konseptual/Teoretis	Analisis teoretis berdasarkan <i>framework</i> konseptual	<i>Entrepreneur</i> ideologis menggunakan <i>venture creation</i> sebagai alat untuk <i>political world-building</i> , dengan tiga arketipe utama: <i>right-accelerationist</i> , <i>left-accelerationist</i> , dan <i>degrowth/decelerationist</i>	Sangat relevan - menganalisis bagaimana ideologi dan nilai moral mempengaruhi entrepreneurship dalam sistem ekonomi liberal
9	(B. Liu & Liu, 2025)	<i>Did the integrity transition promote economic growth? Empirical research based on the perspective of anti-corruption approaches</i>	Kuantitatif - Panel Data Analysis	Data panel dari negara-negara yang mengalami transisi integritas	Transformasi integritas melalui pendekatan anti-korupsi mempromosikan pertumbuhan ekonomi dengan mengoptimalkan lingkungan bisnis dan meningkatkan kebebasan ekonomi	Sangat relevan - menunjukkan dampak implementasi nilai-nilai moral (integritas) terhadap pertumbuhan ekonomi dalam pasar bebas
10	(Zander et al., 2025)	<i>The platform economy and futures of market societies: Salient tensions in ecosystem evolution</i>	Kualitatif - Socio-technical Perspective Analysis	Analisis ekosistem <i>platform economy</i>	<i>Platform economy</i> menghadapi empat ketegangan utama: <i>collaboration vs competition</i> , <i>periphery vs core</i> , <i>value creation vs value capture</i> , dan <i>global vs local</i> . Tingkat ketegangan moderat mendorong evolusi ekosistem yang berkelanjutan	Relevan - menganalisis evolusi <i>market societies</i> dan dampaknya terhadap inovasi, pasar, dan masyarakat dalam konteks <i>platform economy</i>

Sumber: Data diolah, 2025

Gambaran Umum Literatur

Penelitian ini menganalisis 10 studi yang dipublikasikan dalam periode 2021-2025, dengan distribusi temporal yang menunjukkan konsistensi minat akademik terhadap etika

bisnis dalam pasar bebas. Sebanyak 40% studi menggunakan pendekatan kuantitatif, 40% konseptual/teoretis, dan 20% kualitatif, mencerminkan keragaman metodologis dalam memahami fenomena ini. Konteks geografis penelitian mencakup negara berkembang (Vietnam, Bangladesh) dan negara maju (Austria, Australia), menunjukkan relevansi global tema penelitian. Fokus industri yang diteliti meliputi perbankan, pariwisata, *childcare*, dan *platform economy*, mengindikasikan penerapan etika bisnis yang lintas-sektoral.

Tabel 2. Distribusi Metodologi dan Karakteristik Studi

Metodologi	Jumlah	Persentase	Konteks Geografis	Fokus Industri
Kuantitatif	4	40%	Vietnam, Bangladesh, Austria, China	Perbankan, Manufaktur
Konseptual/Teoretis	4	40%	Global, Australia	Pariwisata, <i>Entrepreneurship</i>
Kualitatif	2	20%	Australia, Global	<i>Childcare</i> , <i>Platform Economy</i>

Sumber: Data diolah, 2025

Profil Penelitian Etika Bisnis dalam Era Pasar Bebas

Tren penelitian menunjukkan evolusi dari pendekatan normatif tradisional menuju integrasi empiris yang mengukur dampak implementasi nilai moral terhadap kinerja bisnis. Studi menunjukkan bahwa kepemimpinan etis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*, yang selanjutnya meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan melalui model serial mediation (Nguyen et al., 2021). Pendekatan teoretis yang dominan mengintegrasikan teori *stakeholder*, teori legitimasi, dan teori institusional untuk menjelaskan dinamika implementasi nilai moral dalam sistem ekonomi liberal. Penelitian juga mengidentifikasi munculnya paradigma baru dalam *entrepreneurship* yang dipengaruhi oleh ideologi politik dan nilai moral, dengan tiga arketipe utama: *right-accelerationist*, *left-accelerationist*, dan *degrowth/decelerationist* yang menggunakan *venture creation* sebagai alat *political world-building* (Chalmers et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis tidak lagi dipandang sebagai *add-on*, melainkan sebagai *core strategy* dalam pengembangan bisnis.

Dalam konteks etika pasar bebas, integritas dan transparansi menjadi dua nilai moral yang sangat penting untuk menjaga keberlanjutan sistem ekonomi liberal. Studi empiris menunjukkan bahwa integritas yang dibangun melalui kebijakan anti-korupsi tidak hanya menciptakan tata kelola pemerintahan yang lebih bersih, tetapi juga berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi dengan mengoptimalkan lingkungan bisnis dan meningkatkan kebebasan ekonomi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menekankan bahwa transparansi dalam implementasi CSR mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi keraguan publik, sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi Perusahaan (Y. Liu et al., 2023). Dengan demikian, pasar bebas tidak semata-mata dipandang sebagai arena kompetisi terbuka, tetapi juga sebagai ruang etis di mana nilai-nilai moral seperti kejujuran, integritas, dan keterbukaan informasi menjadi faktor penentu legitimasi perusahaan di mata stakeholder. Perusahaan yang gagal menginternalisasi nilai-nilai ini cenderung kehilangan legitimasi sosial, meskipun mungkin masih memperoleh keuntungan ekonomi dalam jangka pendek.

Selain itu, perkembangan pasar bebas juga memperlihatkan keterkaitan erat antara CSR, *green finance*, dan keberlanjutan sektor pariwisata. Rahman et al. (2024) menegaskan bahwa integrasi CSR dengan praktik *green financing* dapat mendorong pariwisata berkelanjutan di negara berkembang, seperti Bangladesh. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam era pasar bebas, perusahaan tidak dapat lagi mengabaikan aspek lingkungan dan sosial sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Generasi muda sebagai konsumen juga semakin menuntut praktik bisnis yang etis, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Luger et al. (2022), di mana dukungan generasi Y terhadap CSR secara signifikan memengaruhi purchase intention, baik di negara maju maupun berkembang. Artinya, permintaan pasar terhadap produk dan jasa tidak hanya didorong oleh harga dan kualitas, tetapi juga oleh nilai moral yang melekat dalam proses produksi dan distribusi. Dengan demikian, pasar bebas modern semakin ditentukan oleh

keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan komitmen moral perusahaan, yang membentuk paradigma baru konsumsi etis lintas budaya.

Lebih jauh, etika pasar bebas juga tidak dapat dilepaskan dari dinamika ideologi dan kebijakan publik yang memengaruhi struktur pasar itu sendiri. *Entrepreneurship* saat ini tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen ideologis untuk membangun tatanan sosial politik baru melalui arketipe *accelerationist* maupun *degrowth*. Hal ini menggarisbawahi bahwa pasar bebas tidak sepenuhnya netral, melainkan sarat dengan nilai moral dan ideologis yang memengaruhi arah perkembangan ekonomi. Kritik terhadap kebijakan pasar bebas, seperti yang dikemukakan oleh Hunkin & Alsen (2024) dalam kasus *childcare* di Australia, memperlihatkan bahwa pasar dapat diintervensi demi kepentingan etis dan hak asasi manusia. Sementara itu, evolusi *platform economy* sebagaimana diuraikan oleh Zander et al. (2025) juga menegaskan adanya ketegangan antara kolaborasi dan kompetisi, nilai penciptaan versus penangkapan, serta dimensi global versus lokal. Semua ini menunjukkan bahwa pasar bebas bukanlah mekanisme yang sepenuhnya otonom, melainkan ekosistem yang terus dinegosiasikan secara etis, politik, dan sosial. Dengan demikian, pemahaman etika pasar bebas menuntut perspektif multidimensional yang mengintegrasikan teori, praktik, dan konteks ideologis dalam menjelaskan perilaku bisnis.

Temuan Utama dari Literatur

Konsep Etika Bisnis dalam Sistem Ekonomi Liberal

Analisis literatur mengungkapkan bahwa konsep etika bisnis kontemporer telah berevolusi dari pendekatan *compliance-based* menuju *value-based approach* yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, politik, dan moral sebagai kesatuan yang tidak terpisahkan. Studi Atal et al. (2024) menegaskan relevansi berkelanjutan pemikiran Adam Smith tentang hubungan tenaga kerja, etika bisnis, dan ketimpangan dalam konteks manajemen kontemporer. *Corporate Social Responsibility* kini dipahami tidak hanya sebagai mekanisme legitimasi sosial, tetapi sebagai *driver* inovasi dan *competitive advantage* yang memerlukan transparansi konsisten (Y. Liu et al., 2023).

Perkembangan literatur juga memperlihatkan bahwa etika pasar bebas tidak hanya berkaitan dengan hubungan perusahaan dan masyarakat, tetapi juga dengan integritas sistem ekonomi secara keseluruhan. Kajian empiris mengenai transisi integritas menunjukkan bahwa upaya pemberantasan korupsi dapat menciptakan iklim bisnis yang lebih sehat dan mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa pasar bebas tidak dapat berfungsi optimal tanpa adanya fondasi moral yang kuat berupa kejujuran, keadilan, dan akuntabilitas. Pada saat yang sama, analisis mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja finansial dalam sektor perbankan mengungkap bahwa keberhasilan finansial dapat mendorong alokasi dana lebih besar untuk program sosial, meskipun efek sebaliknya tidak selalu terlihat secara langsung. Fenomena ini menimbulkan diskusi menarik tentang bagaimana perusahaan dapat menyeimbangkan tuntutan *profit* dengan tanggung jawab sosial dalam kerangka pasar bebas yang semakin kompetitif.

Selain itu, dinamika etika pasar bebas semakin kompleks dengan munculnya ekonomi *platform* yang menghadirkan ketegangan konstitusional antara kolaborasi dan persaingan, nilai penciptaan dan penangkapan, serta orientasi global dan lokal. Ketegangan ini tidak semata-mata menjadi hambatan, tetapi justru dapat berfungsi sebagai katalis untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih adaptif. Perspektif konsumen, khususnya generasi muda, juga memperlihatkan preferensi yang semakin kuat terhadap produk dan layanan yang mencerminkan nilai moral. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk menginternalisasi praktik etis dalam strategi pemasaran sekaligus inovasi produknya. Jika sebelumnya pasar bebas cenderung dipersepsikan sebagai arena ekonomi murni, kini ia berkembang menjadi ruang normatif di mana legitimasi dan keberlanjutan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana aktor bisnis mampu mengintegrasikan prinsip moral ke dalam proses pengambilan keputusan.

Tantangan Implementasi Nilai-Nilai Moral

Implementasi nilai moral dalam sistem ekonomi liberal menghadapi kompleksitas yang multidimensional. Studi empiris menunjukkan hubungan kausal yang kompleks antara kinerja keuangan dan pengeluaran CSR, dimana kinerja keuangan yang baik meningkatkan pengeluaran CSR, namun pengeluaran CSR tidak selalu berkorelasi positif dengan kinerja keuangan jangka pendek (Kabir & Chowdhury, 2023). Tantangan lintas budaya juga signifikan, dengan perbedaan respons konsumen generasi Y terhadap CSR antara pasar maju dan pasar berkembang (Luger et al., 2022).

Salah satu tantangan utama dalam penerapan etika pasar bebas adalah menjaga keseimbangan antara kepentingan korporasi dan ekspektasi sosial. Dalam praktiknya, perusahaan sering kali menghadapi dilema ketika harus memilih antara memaksimalkan keuntungan jangka pendek dengan memenuhi tuntutan moral yang menuntut transparansi dan tanggung jawab jangka panjang. Ketika sistem ekonomi liberal mendorong kompetisi yang ketat, tekanan untuk meningkatkan efisiensi dapat berujung pada praktik yang mereduksi standar etika. Misalnya, model ekonomi platform menunjukkan adanya kecenderungan eksploitasi relasi kerja yang kabur antara penyedia jasa dan perusahaan, sehingga menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai perlindungan hak tenaga kerja dalam pasar bebas. Di sisi lain, konsumen semakin kritis terhadap nilai yang diusung perusahaan, sehingga praktik yang abai pada etika justru dapat menggerus reputasi dan kepercayaan publik.

Selain itu, globalisasi pasar menambah dimensi kerumitan karena standar moral yang berlaku tidak selalu universal. Perusahaan multinasional sering dihadapkan pada dilema bagaimana menyesuaikan praktik CSR dengan nilai budaya lokal tanpa kehilangan konsistensi identitas globalnya. Ketegangan ini memperlihatkan bahwa etika pasar bebas tidak dapat dilepaskan dari dinamika lintas negara dan perbedaan sistem regulasi. Generasi muda, khususnya konsumen milenial dan Gen Z, mendorong perubahan signifikan dengan lebih menekankan aspek keadilan sosial dan keberlanjutan lingkungan dalam preferensi konsumsinya. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi etis yang adaptif, yang tidak hanya merespons tekanan eksternal, tetapi juga membangun legitimasi moral sebagai bagian dari daya saing jangka panjang.

Tabel 3. Tantangan Implementasi berdasarkan Konteks

Konteks	Tantangan Utama	Dampak	Solusi yang Diusulkan
Negara Berkembang	Keterbatasan sumber daya, regulasi lemah	Implementasi parsial	Integrasi dengan <i>green finance</i>
Negara Maju	<i>Consumer skepticism</i> , ekspektasi tinggi	Tekanan transparansi	Konsistensi monitoring
<i>Platform Economy</i>	Ketegangan <i>collaboration vs competition</i>	Evolusi ekosistem	Moderasi tingkat ketegangan

Sumber: Data diolah, 2025

Model dan *Framework* Implementasi

Literatur mengidentifikasi beberapa model implementasi yang efektif. Model serial mediation menunjukkan bahwa kepemimpinan etis mempengaruhi CSR, yang kemudian meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan secara bertahap. Pendekatan anti-korupsi melalui transisi integritas terbukti mempromosikan pertumbuhan ekonomi dengan mengoptimalkan lingkungan bisnis dan meningkatkan kebebasan ekonomi (B. Liu & Liu, 2025). *Framework* transparansi CSR menunjukkan bahwa transparansi kinerja berperan kunci dalam efektivitas CSR, dengan *consumer skepticism* sebagai logika interaksi utama.

Pengembangan model implementasi etika pasar bebas menekankan pentingnya mekanisme berlapis yang menghubungkan nilai moral dengan performa bisnis. Model serial mediation menjelaskan bahwa kepemimpinan etis menjadi fondasi utama dalam membentuk strategi CSR yang konsisten, yang pada gilirannya memperkuat reputasi perusahaan di mata

publik. Reputasi yang positif kemudian berdampak pada peningkatan kinerja keuangan, meski jalurnya tidak instan melainkan melalui tahapan yang terukur. Hal ini memperlihatkan bahwa dalam pasar bebas, nilai moral bukan sekadar simbol, tetapi bagian dari investasi jangka panjang yang memperkuat legitimasi institusional. Dengan demikian, kepemimpinan yang berorientasi pada integritas dapat menjadi penggerak utama dalam menjaga keseimbangan antara kompetisi pasar dan tanggung jawab sosial.

Lebih jauh, *framework* yang menekankan transparansi dan anti-korupsi menunjukkan relevansi penting dalam menjaga kredibilitas sistem ekonomi liberal. Ketika transparansi dijadikan prinsip inti, skeptisisme konsumen terhadap klaim CSR dapat diminimalkan melalui konsistensi pelaporan dan keterbukaan data. Pendekatan ini bukan hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih sehat dengan meminimalisir praktik oportunistik. Transisi menuju integritas juga terbukti mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan iklim usaha yang lebih kompetitif dan adil. Dalam konteks globalisasi, *framework* ini berfungsi sebagai panduan normatif sekaligus instrumen praktis bagi perusahaan untuk menavigasi tekanan pasar sambil mempertahankan legitimasi moral yang berkelanjutan.

Rumusan Hipotesis

Berdasarkan sintesis literatur, penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1:** Implementasi kepemimpinan etis berpengaruh positif terhadap praktik *corporate social responsibility* dalam sistem ekonomi liberal.
- H2:** Tingkat transparansi korporat memoderasi hubungan antara investasi CSR dan kinerja keuangan perusahaan.
- H3:** Konteks budaya dan tingkat perkembangan ekonomi memoderasi efektivitas implementasi nilai moral dalam praktik bisnis.
- H4:** Integrasi nilai moral dalam strategi bisnis berpengaruh positif terhadap *sustainable competitive advantage* perusahaan.

Pembahasan

Analisis Perkembangan Konseptual Etika Bisnis

Transformasi paradigma etika bisnis dalam dekade terakhir menunjukkan pergeseran dari pendekatan reaktif menuju proaktif-strategis. Penelitian Rahman *et al.* (2024) mendemonstrasikan bagaimana CSR dan *green financing* dapat diintegrasikan untuk mendorong pariwisata berkelanjutan, mengindikasikan evolusi konsep dari *corporate philanthropy* menuju *shared value creation*. *Platform economy* menciptakan dinamika baru dimana nilai moral harus diimplementasikan dalam ekosistem yang kompleks dengan ketegangan inheren antara kolaborasi dan kompetisi (Zander *et al.*, 2025).

Etika pasar bebas semakin menegaskan bahwa mekanisme pasar tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai moral yang menopang legitimasi dan keberlanjutan ekonomi. Studi Nguyen *et al.* (2021) memperlihatkan bahwa kepemimpinan etis berperan penting dalam mendorong implementasi CSR yang pada akhirnya meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan. Temuan ini relevan untuk menunjukkan bahwa pasar bebas membutuhkan aktor-aktor bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memiliki tanggung jawab moral terhadap masyarakat luas. Lebih lanjut, B. Liu & Liu (2025) menekankan bahwa integritas melalui kebijakan anti-korupsi mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memperkuat lingkungan bisnis yang sehat. Dengan demikian, pasar bebas bukan sekadar mekanisme persaingan, melainkan arena yang menuntut keterpaduan antara efisiensi ekonomi dan moralitas. Dalam konteks ini, etika pasar bebas mengedepankan transparansi, kejujuran, dan integritas sebagai fondasi utama agar interaksi ekonomi dapat berjalan adil serta menghasilkan kepercayaan sosial yang berkelanjutan.

Di sisi lain, etika pasar bebas juga dipengaruhi oleh dinamika ideologi, kebijakan publik, dan ekspektasi konsumen. Chalmers *et al.* (2025) mengungkap bahwa entrepreneurship saat ini sering kali menjadi sarana *world-building* ideologis, baik melalui *accelerationism* maupun *degrowth*, yang menantang netralitas pasar bebas tradisional. Sementara itu, kritik Hunkin & Alsen (2024) terhadap kebijakan *childcare* di Australia menunjukkan bahwa pasar dapat diintervensi demi kepentingan etis dan hak asasi manusia. Dalam ranah konsumen, penelitian Luger *et al.* (2022) menegaskan bahwa generasi Y memiliki preferensi kuat terhadap praktik bisnis yang etis, memperlihatkan pergeseran pasar global menuju konsumsi yang didorong oleh nilai moral. Transparansi, sebagaimana ditegaskan oleh Y. Liu *et al.* (2023), menjadi kunci dalam mengurangi keraguan publik dan membangun keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, etika pasar bebas tidak hanya dipahami sebagai prinsip normatif, tetapi juga sebagai strategi adaptif yang memungkinkan perusahaan bertahan dalam ekosistem global yang penuh ketegangan sebagaimana diidentifikasi Zander *et al.* (2025).

Evaluasi Tantangan Implementasi

Analisis komprehensif mengungkapkan bahwa *gap* antara teori dan praktik terutama disebabkan oleh ketegangan struktural antara tuntutan *profit maximization* dan implementasi nilai moral. Studi Hunkin & Alsen (2024) mengkritisi asumsi bahwa model pasar bebas adalah sesuatu yang tidak dapat diubah, menunjukkan bahwa intervensi kebijakan seperti '*fee-free childcare*' dapat mengintegrasikan nilai moral dalam sistem ekonomi liberal. Faktor keberhasilan implementasi meliputi komitmen manajemen puncak, transparansi operasional, dan adaptasi terhadap konteks lokal.

Tantangan implementasi etika pasar bebas juga terlihat dalam relasi antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan. Studi Kabir & Chowdhury (2023) menyoroti bahwa meskipun kinerja keuangan yang baik mendorong peningkatan belanja CSR, pengeluaran CSR tidak selalu memberikan dampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Temuan ini memperlihatkan adanya dilema moral dalam pasar bebas: perusahaan dihadapkan pada pertanyaan apakah investasi pada tanggung jawab sosial benar-benar sejalan dengan kepentingan pemegang saham jangka pendek. Namun, dilema tersebut dapat diredam dengan memahami CSR bukan sekadar biaya, melainkan instrumen untuk membangun legitimasi dan hubungan jangka panjang dengan stakeholder. Dalam konteks ini, etika pasar bebas mengajarkan bahwa keberhasilan ekonomi tidak hanya diukur dari neraca keuangan, tetapi juga dari kemampuan perusahaan menjaga kepercayaan publik, meningkatkan reputasi, serta menanamkan nilai moral dalam setiap aktivitas bisnis.

Lebih jauh, etika pasar bebas menghadirkan dinamika baru ketika konsumen berperan sebagai penggerak utama perubahan. Luger *et al.* (2022) menunjukkan bahwa generasi Y di pasar maju maupun berkembang menaruh perhatian tinggi terhadap konsumsi etis, yang berarti perusahaan tidak lagi bebas mendefinisikan nilai tanpa memperhatikan ekspektasi sosial. Tekanan konsumen ini semakin menegaskan bahwa pasar bebas berfungsi sebagai arena etika kolektif, di mana preferensi pembeli dapat memaksa perusahaan mengadopsi standar moral yang lebih tinggi. Selain itu, studi Zander *et al.* (2025) mengenai platform economy menggarisbawahi bahwa ketegangan antara kolaborasi dan kompetisi dapat menjadi peluang untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan, apabila dikelola dengan perspektif etis. Dengan demikian, penerapan nilai moral dalam pasar bebas tidak hanya dipengaruhi oleh kebijakan dan kepemimpinan manajerial, tetapi juga oleh interaksi antara struktur pasar, teknologi, dan kesadaran konsumen global.

Sintesis *Framework* Teoritis

Pengembangan model integratif etika bisnis-pasar bebas memerlukan sintesis berbagai perspektif teoretis. *Framework* yang dikembangkan mengintegrasikan dimensi kepemimpinan etis, transparansi korporat, responsivitas budaya, dan *stakeholder engagement* sebagai

determinan utama keberhasilan implementasi nilai moral. Proposisi teoretis menunjukkan bahwa implementasi yang berkelanjutan memerlukan *alignment* antara nilai organisasional, ekspektasi *stakeholder*, dan konteks institusional.

Dalam kerangka etika pasar bebas, integrasi nilai moral dengan strategi bisnis menuntut adanya keseimbangan antara kepemimpinan etis dan transparansi korporat. Kepemimpinan yang berorientasi pada etika berfungsi sebagai pengarah agar keputusan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kepentingan profit semata, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan. Sementara itu, transparansi berperan dalam membangun akuntabilitas publik, karena perusahaan yang terbuka terhadap kinerjanya akan lebih mudah memperoleh legitimasi sosial. Kedua faktor ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif di era global tidak lagi dapat dipisahkan dari kemampuan perusahaan untuk menyeimbangkan efisiensi ekonomi dengan keadilan sosial. Dengan kata lain, keberhasilan dalam pasar bebas modern ditentukan bukan hanya oleh posisi perusahaan dalam rantai nilai, tetapi juga oleh sejauh mana perusahaan mampu menginternalisasi tanggung jawab moral sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan.

Selain itu, responsivitas budaya dan keterlibatan *stakeholder* menambahkan dimensi penting dalam pengembangan *framework* etika pasar bebas. Preferensi konsumen terhadap praktik bisnis etis berbeda antar wilayah, sehingga perusahaan perlu menyesuaikan pendekatan mereka dengan konteks budaya lokal. Integrasi antara tanggung jawab sosial dengan praktik bisnis berkelanjutan menjadi bukti bahwa konteks institusional sangat memengaruhi efektivitas implementasi nilai moral. Oleh karena itu, etika pasar bebas bukanlah kerangka universal yang dapat diterapkan secara seragam, melainkan memerlukan adaptasi terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan ekspektasi masyarakat. Sintesis ini mengarah pada pemahaman bahwa keberlanjutan dalam pasar bebas hanya dapat tercapai ketika kepemimpinan etis, transparansi, responsivitas budaya, dan keterlibatan *stakeholder* saling terkait dalam sebuah sistem nilai yang kohesif.

Limitasi Penelitian dan Rekomendasi

Keterbatasan penelitian meliputi dominasi studi dari konteks Asia dan kurangnya penelitian longitudinal yang mengukur dampak jangka panjang implementasi nilai moral. *Gap* penelitian yang teridentifikasi mencakup mekanisme *governance* yang optimal, peran teknologi digital dalam fasilitasi etika bisnis, dan model pengukuran *return on investment* dari investasi etika. Agenda penelitian masa depan perlu fokus pada pengembangan metrik kuantitatif untuk mengukur efektivitas implementasi nilai moral dan investigasi mendalam tentang moderasi konteks budaya dalam berbagai *setting* industri.

Salah satu tantangan besar dalam pengembangan kajian etika pasar bebas adalah keterbatasan pemahaman mengenai bagaimana nilai moral dapat diintegrasikan secara konsisten dalam kerangka *governance* perusahaan. Banyak penelitian masih berfokus pada hubungan langsung antara etika dan kinerja bisnis, tetapi kurang mengeksplorasi mekanisme kelembagaan yang dapat memastikan keberlanjutan implementasi. Mekanisme seperti transparansi operasional, akuntabilitas manajerial, dan pengawasan independen sering kali dipandang sebagai instrumen formal, padahal efektivitasnya sangat bergantung pada budaya organisasi dan tingkat komitmen pimpinan. Oleh karena itu, penelitian masa depan perlu menggali lebih dalam tentang bagaimana struktur tata kelola dapat dirancang untuk tidak hanya menekan perilaku oportunistik, tetapi juga mendorong internalisasi nilai moral sebagai bagian dari strategi inti perusahaan. Dengan pendekatan ini, etika pasar bebas tidak lagi ditempatkan sekadar sebagai respons normatif, melainkan sebagai faktor penentu daya saing jangka panjang.

Selain itu, transformasi digital membuka peluang sekaligus menimbulkan tantangan baru dalam penerapan etika pasar bebas. Di satu sisi, teknologi digital dapat memfasilitasi transparansi, meningkatkan akses informasi, dan memperluas partisipasi *stakeholder* dalam

pengawasan perusahaan. Namun di sisi lain, perkembangan platform ekonomi menghadirkan ketegangan baru antara kepentingan global dan lokal, serta antara penciptaan dan penangkapan nilai. Hal ini menuntut model pengukuran baru yang mampu mengestimasi return on investment dari investasi etika, baik dalam bentuk reputasi, loyalitas konsumen, maupun keberlanjutan ekosistem bisnis. Penelitian ke depan perlu mengintegrasikan pendekatan kuantitatif untuk menilai dampak etika dalam konteks digital, sekaligus menguji peran moderasi budaya yang dapat memengaruhi bagaimana nilai moral dipersepsikan di berbagai pasar. Dengan demikian, rekomendasi utama adalah perlunya agenda riset lintas disiplin yang menghubungkan aspek *governance*, teknologi, dan budaya dalam merumuskan kerangka etika pasar bebas yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian *systematic literature review* ini mengungkapkan transformasi paradigma etika bisnis dalam sistem ekonomi liberal yang telah berevolusi dari pendekatan *compliance-based* menuju *value-based approach* yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, politik, dan moral secara holistik. Implementasi nilai-nilai moral dalam era pasar bebas menghadapi kompleksitas multidimensional yang memerlukan keseimbangan antara *profit maximization* dan tanggung jawab sosial, dimana kepemimpinan etis terbukti berperan sentral dalam mendorong praktik *corporate social responsibility* yang efektif. Tantangan utama meliputi kesenjangan antara teori dan praktik, perbedaan respons lintas budaya, serta ketegangan struktural dalam *platform economy* yang memerlukan moderasi optimal untuk evolusi ekosistem berkelanjutan. *Framework* integratif yang dikembangkan menunjukkan bahwa transparansi korporat, responsivitas budaya, dan *stakeholder engagement* merupakan determinan kunci keberhasilan implementasi nilai moral, dengan hipotesis yang dirumuskan menekankan peran kepemimpinan etis, moderasi transparansi, konteks budaya, dan integrasi strategis nilai moral dalam menciptakan *sustainable competitive advantage*. Studi ini memberikan kontribusi teoretis melalui pengayaan khazanah keilmuan dan pengembangan *framework* konseptual, serta implikasi praktis bagi praktisi bisnis, pembuat kebijakan, dan akademisi dalam menghadapi tantangan etika bisnis kontemporer dalam sistem ekonomi liberal yang semakin dinamis dan terintegrasi global.

Implikasinya untuk Etika Bisnis

Implikasi etika bisnis dalam era pasar bebas menekankan pentingnya integrasi nilai moral ke dalam strategi organisasi sebagai upaya menjaga keberlanjutan, reputasi, dan legitimasi di mata *stakeholder*. Dinamika kompetisi global yang semakin ketat menuntut perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memastikan bahwa praktik bisnis mereka sejalan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Hal ini berimplikasi pada perlunya desain kebijakan perusahaan yang mampu menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan kepedulian sosial dan lingkungan, sehingga tercipta nilai jangka panjang yang inklusif. Bagi praktisi, etika bisnis mendorong penerapan tata kelola yang transparan, perlindungan hak pekerja, serta pengembangan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Sementara bagi pembuat kebijakan, etika bisnis menjadi rujukan untuk menyusun regulasi yang adil guna mencegah praktik monopoli, eksploitasi, dan pelanggaran hak asasi manusia dalam rantai pasok global. Selain itu, dalam konteks akademik, implikasi ini membuka ruang penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara kepemimpinan etis, transformasi digital, dan keberlanjutan organisasi. Dengan demikian, etika bisnis berfungsi bukan sekadar norma moral, melainkan instrumen strategis yang mengarahkan perusahaan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Saran

Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan teori yang lebih spesifik, seperti *legitimacy theory*, *stakeholder theory*, atau *institutional theory*, agar analisis lebih mendalam dan tidak sekadar deskriptif. Kajian juga perlu diperluas dengan membandingkan praktik etika bisnis di negara maju dan berkembang, sehingga terlihat perbedaan regulasi, budaya, dan tekanan pasar. Selain itu, studi kasus pada perusahaan multinasional maupun lokal dapat membantu menggambarkan penerapan etika dalam praktik nyata. Untuk menjaga relevansi dengan perkembangan terkini, penelitian ke depan juga perlu memasukkan isu kontemporer seperti *digital ethics*, *AI ethics*, dan *sustainability reporting*. Dari sisi praktis, penting disusun kerangka evaluasi implementasi etika bisnis yang mencakup indikator transparansi, kepatuhan hukum, tanggung jawab sosial, dan keadilan bagi pekerja. Sebagai agenda riset berikutnya, studi empiris melalui survei atau wawancara juga sangat diperlukan untuk menguji dampak etika bisnis terhadap kinerja, reputasi, dan legitimasi perusahaan.

REFERENSI

- Atal, M. R., Riach, K., Smith, C., & McMaster, R. (2024). Adam Smith: His continuing relevance for contemporary management thought. *European Management Journal*, 42(1), 4–10. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2024.01.005>
- Chalmers, D., Honecker, F., Johnson, D., & Milne, G. (2025). Entrepreneurship and ideology: Accelerationism, degrowth, and the emerging political economy of venture creation. *Journal of Business Venturing Insights*, August, e00566. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2025.e00566>
- Fülöp, M. T., Ionescu, C. A., & Topor, D. I. (2025). Digital business world and ethical dilemmas: a systematic literature review. *Digital Finance*, 7(1), 23–41. <https://doi.org/10.1007/s42521-024-00119-y>
- Ghasemaghaei, M., & Kordzadeh, N. (2024). Understanding how algorithmic injustice leads to making discriminatory decisions: An obedience to authority perspective. *Information and Management*, 61(2), 103921. <https://doi.org/10.1016/j.im.2024.103921>
- Hernández-Cuadra, E., & Fernández-Fernández, J.-L. (2024). Ethics and compliance programs for a new business narrative: A Kohlberg-based moral valuing model for diagnosing commitment at the top. *Business and Society Review*, 129(1), 72–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/basr.12345>
- Hunkin, E., & Alsen, P. (2024). Business as (un)usual: A critical policy and legal analysis of Australia's COVID-19 'free childcare' policy. *Children and Youth Services Review*, 159(February 2023), 107528. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2024.107528>
- Kabir, M. A., & Chowdhury, S. S. (2023). Empirical analysis of the corporate social responsibility and financial performance causal nexus: Evidence from the banking sector of Bangladesh. *Asia Pacific Management Review*, 28(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.01.003>
- Kern, C. J., Poss, L., Kroenung, J., & Schönig, S. (2024). Navigating the moral maze: a literature review of ethical values in business process management. *Business Process Management Journal*, 30(8), 343–370. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-06-2024-0504>
- Kumar, V., Kumar, S., Chaudhuri, R., Chatterjee, S., & Vrontis, D. (2025). Mapping business ethics and society: A systematic journey into research and way forward. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 34(4), 1487–1503. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/beer.12731>
- Liu, B., & Liu, J. (2025). Did the integrity transition promote economic growth? Empirical research based on the perspective of anti-corruption approaches. *International Review of Economics and Finance*, 101(March), 104156. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104156>
- Liu, Y., Heinberg, M., Huang, X., & Eisingerich, A. B. (2023). Building a competitive

- advantage based on transparency: When and why does transparency matter for corporate social responsibility? *Business Horizons*, 66(4), 517–527. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.10.004>
- Luger, M., Hofer, K. M., & Floh, A. (2022). Support for corporate social responsibility among generation Y consumers in advanced versus emerging markets. *International Business Review*, 31(2), 101903. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101903>
- Meijer, Smit, K., & Marion. (2024). Global Survey on Business Ethics 2022-2024 - The Netherlands. In *Global Survey of Business Ethics 2022-2024 : teaching, research and training. Vol. 3, Europe*. <https://doi.org/10.58863/20.500.12424/4316506>
- Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Thanh Hoai, T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. *Heliyon*, 7(4), e06809. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06809>
- Rahman, M. H., Tanchangya, T., Rahman, J., Aktar, M. A., & Majumder, S. C. (2024). Corporate social responsibility and green financing behavior in Bangladesh: Towards sustainable tourism. *Innovation and Green Development*, 3(3), 100133. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2024.100133>
- Somuah, C. O., Mensah, H. K., Okyere, G. A., Gyimah, P., & Kamil, N. M. (2025). A Systematic Review on Socially Responsible Human Resource Management: Implications for Social Value Creation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(4), 5102–5118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/csr.3229>
- Zander, U., Lu, L., & Chimenti, G. (2025). The platform economy and futures of market societies: Salient tensions in ecosystem evolution. *Journal of Business Research*, 189(January), 115037. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115037>