

Persepsi Mahasiswa Generasi Z Terhadap Etika Bisnis di Perguruan Tinggi

Fazhila Meisati¹, Titi Isnaini², Dinda Zaskia³, Fathul Safwan⁴, Rafael Gena⁵, Cindy Febrina⁶, Febi Laura⁷, Novita Setyawati⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institute Perbanas, Indonesia

E-mail: febylaura123@gmail.com¹, fathulsafwanwm@gmail.com², fazhillameisati@gmail.com³, cindyfebrina7@gmail.com⁴, dindazaskiaa05@gmail.com⁵, rafael.gena0811@gmail.com⁶, 204037@daarululuumlido.com⁷, novita.setyawati@gmail.com⁸

Article History:

Received: 02 Juni 2025

Revised: 27 Juni 2025

Accepted: 01 Juli 2025

Keywords: *Etika Bisnis, Generasi Z, Pendidikan Etika, Pengambilan Keputusan Etis, Pendidikan Tinggi.*

Abstract: *Etika bisnis menjadi fondasi krusial dalam membentuk perilaku profesional yang bertanggung jawab di tengah dinamika dunia kerja modern. Generasi Z, sebagai angkatan kerja baru yang melek teknologi, mengutamakan stabilitas, dan peduli terhadap keberlanjutan serta tanggung jawab sosial, menghadirkan tantangan unik dalam pendidikan etika bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan literature review dengan menganalisis 59 artikel ilmiah melalui platform SCISPACE untuk mengeksplorasi hubungan antara etika bisnis, karakteristik Generasi Z, dan pendidikan tinggi. Metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengkodean diterapkan untuk mengidentifikasi tema dan pola utama, dilengkapi dengan triangulasi data kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan etika bisnis berperan signifikan dalam membentuk sikap etis dan karakter moral Generasi Z. Integrasi nilai etika melalui kurikulum yang reflektif dan interaktif, didukung lingkungan belajar inklusif, efektif dalam mendorong pengambilan keputusan yang bertanggung jawab. Penelitian ini merekomendasikan integrasi etika dalam kurikulum, penciptaan lingkungan kampus yang inklusif, kolaborasi dengan industri, penguatan kepemimpinan dan refleksi, serta evaluasi berkelanjutan. Temuan ini diharapkan menjadi acuan strategis bagi institusi pendidikan dan pelaku bisnis dalam merancang program pembinaan etika yang relevan dengan kebutuhan Generasi Z.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompleks dan dinamis menuntut penguatan aspek etika dalam praktik bisnis, terutama bagi generasi penerus yang akan memimpin masa depan, yaitu Generasi Z. Generasi ini memiliki karakteristik unik, seperti orientasi pada nilai-nilai sosial

dan preferensi terhadap kejujuran serta transparansi dalam organisasi (Smith & Anderson, 2020). Oleh karena itu, pendidikan etika bisnis kepada siswa Generasi Z menjadi penting untuk membekali mereka dengan kerangka moral dan keterampilan pengambilan

keputusan yang etis dalam menghadapi tantangan bisnis (Jones, 2019).

Pengajaran etika bisnis bagi Generasi Z tidak hanya berperan dalam pembentukan karakter dan moral, tetapi juga sebagai persiapan untuk menghadapi dilema etis di lingkungan kerja yang beragam dan kompleks (Williams, 2021). Generasi ini cenderung mengutamakan nilai-nilai pribadi dan aspirasi sosial dalam memilih karir, sehingga pendidikan etika yang efektif harus mampu menyelaraskan tujuan individu dengan norma organisasi dan harapan masyarakat (Brown & Taylor, 2018). Pendidikan ini juga mendorong integrasi antara pencapaian keuntungan dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendukung keberlanjutan dan integritas bisnis (Kumar & Singh, 2020).

Namun, pembentukan perilaku etis pada Generasi Z menghadapi tantangan, terutama jika lingkungan pendidikan kurang toleran terhadap perbedaan nilai dan pandangan (Lopez, 2019). Lingkungan yang kurang mendukung dapat menghambat kemampuan siswa dalam menerapkan prinsip-prinsip etika secara konsisten (Nguyen & Chen, 2022). Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus menciptakan iklim akademik yang inklusif, kolaboratif, dan suportif agar pembelajaran etika bisnis dapat efektif dalam membentuk pemimpin masa depan yang bertanggung jawab secara sosial (Martinez, 2021).

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji urgensi pengajaran etika bisnis kepada siswa Generasi Z serta implikasi pendidikan etika dalam membentuk karakter, pengambilan keputusan yang bertanggung jawab, dan kesiapan mereka memasuki dunia kerja dengan standar etika yang tinggi. Oleh karena itu, jurnal ini disusun berdasarkan tiga pertanyaan utama berikut:

1. Mengapa penting dalam perguruan tinggi untuk mengajarkan etika bisnis kepada mahasiswa Gen Z?
2. Bagaimana generasi Z mempraktikkan etika bisnis jika lingkungan kampus sendiri masih memperlihatkan minimnya toleransi?
3. Kapan etika bisnis menjadi prioritas utama bagi Gen Z dalam memilih tempat kerja?

LANDASAN TEORI

1. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan cabang dari etika terapan yang berkaitan dengan prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku dalam dunia bisnis. Menurut Hartman (2008), etika dalam bisnis bertujuan untuk membentuk perilaku yang adil, transparan, dan bertanggung jawab dalam hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat. Pendidikan etika bisnis membantu mahasiswa memahami dan menanggapi dilema etis dalam konteks organisasi serta mempromosikan integritas dalam praktik profesional (Piper, Gentile, & Parks, 1993).

2. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, memiliki karakteristik unik seperti keterampilan teknologi tinggi, multitasking, serta perhatian pada keberlanjutan dan nilai-nilai sosial (Kaur & Arora, 2021). Mereka juga cenderung lebih pragmatis dan menginginkan keseimbangan antara stabilitas keuangan, kesehatan mental, serta makna dalam pekerjaan (Dobrowolski *et al.*, 2022). Hal ini menjadikan mereka kelompok yang penting untuk diperhatikan dalam pembelajaran etika bisnis, karena preferensi dan nilai-nilai pribadi mereka berpengaruh terhadap persepsi dan pengambilan keputusan etis (Saunders *et al.*, 2022).

3. Pendidikan Etika di Perguruan Tinggi

Pendidikan etika dalam konteks pendidikan tinggi tidak hanya berfungsi untuk memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga mendorong pengembangan nilai moral melalui proses refleksi pribadi. Sayles (1991) menekankan pentingnya pendekatan berbasis nilai dalam kurikulum bisnis untuk memfasilitasi pertumbuhan moral mahasiswa. Proses ini penting terutama untuk Generasi Z yang lebih responsif terhadap pendekatan dialogis, interaktif, dan kontekstual dalam pembelajaran (Chirieleison & Scrucca, 2017). Pembelajaran etika yang efektif harus mampu mengintegrasikan nilai-nilai moral dengan kemampuan berpikir kritis dan pengambilan keputusan yang bertanggung jawab (Caldwell & Jamali, 2023).

4. Tanggung Jawab Sosial dan Harapan Dunia Kerja

Etika bisnis berkaitan erat dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang semakin menjadi perhatian utama dalam dunia kerja modern. Generasi Z menunjukkan preferensi terhadap organisasi yang memiliki komitmen terhadap isu sosial dan lingkungan (Pérez & Rodriguez, 2021). Dalam konteks ini, pendidikan etika di perguruan tinggi berfungsi sebagai jembatan untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman bahwa pencapaian keuntungan bisnis tidak terpisahkan dari kontribusi terhadap kesejahteraan sosial (Do, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode *literature review*. Metode *literature review* memanfaatkan situs web SCISPACE (<https://typeset.io>) dengan fitur yang canggih untuk mengeksplor artikel/jurnal ilmiah. Jurnal ilmiah dari peneliti sebelumnya merupakan upaya untuk menjawab pertanyaan dari topik dan judul yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. SCISPACE adalah bentuk kemajuan teknologi berupa kecerdasan buatan atau sering disebut *Artificial Intelligence* (AI). SCISPACE mampu melakukan tinjauan literatur dengan cepat dan mudah dengan memanfaatkan teknik pengolahan. Selain itu, teknologi ini terintegrasi dengan basis data akademik, memberikan akses ke informasi ilmiah terkini, dan menguatkan peneliti untuk tetap terdepan pada bidangnya masing-masing.

Penelitian ini juga melibatkan analisis literatur untuk mengkaji konsep etika bisnis, perkembangan moral, dan karakteristik generasi milenial serta Generasi Z. Studi ini mengadopsi triangulasi metodologis dengan menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh pendidikan etika terhadap sikap mahasiswa. Pada menu “Tinjauan Literatur”, kami menulis pertanyaan penelitian. Penelitian ini melibatkan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan fokus pada tema etika bisnis, karakteristik Generasi Z, dan pendidikan tinggi. Para penulis secara sistematis meninjau 59 artikel ilmiah, menggunakan proses pengkodean untuk mengidentifikasi tema dan pola utama. Metode ini memungkinkan pemahaman komprehensif tentang persimpangan antara tema-tema ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mengapa penting dalam perguruan tinggi untuk mengajarkan etika bisnis kepada mahasiswa Gen Z?

Etika bisnis di perguruan tinggi menjadi sangat penting bagi Generasi Z karena mereka tumbuh dalam lingkungan digital yang cepat berubah dan penuh tantangan moral. Generasi ini dikenal melek teknologi, memiliki kepedulian tinggi terhadap isu sosial, serta menginginkan pekerjaan yang bermakna dan beretika (Dobrowolski *et al.*, 2022; Kaur & Arora, 2021). Pendidikan etika yang tepat di perguruan tinggi dapat membantu membentuk kerangka moral mahasiswa sejak

dini, sehingga mereka mampu membuat keputusan yang etis dalam konteks bisnis nyata (Caldwell & Jamali, 2023).

Pendekatan pembelajaran yang reflektif, interaktif, dan berbasis studi kasus terbukti lebih efektif untuk Generasi Z (Chirieleison & Scrucca, 2017).

Kurikulum yang menanamkan nilai-nilai moral tidak hanya membekali mahasiswa dengan teori, tetapi juga mengembangkan empati, tanggung jawab sosial, dan kepemimpinan etis (Sayles, 1991; Piper *et al.*, 1993). Ini juga sejalan dengan temuan bahwa Generasi Z lebih cenderung menghindari perusahaan yang tidak memiliki etika kuat atau tanggung jawab sosial yang jelas (Pérez & Rodriguez, 2021).

2. Bagaimana generasi Z mempraktikkan etika bisnis jika lingkungan kampus sendiri masih memperlihatkan minimnya toleransi?

Lingkungan kampus yang kurang toleran terhadap keberagaman nilai dapat menjadi hambatan utama dalam penerapan etika bisnis oleh mahasiswa. Ketika terdapat ketidaksesuaian antara nilai-nilai etika yang diajarkan dan praktik nyata di kampus, mahasiswa dapat mengalami disonansi moral (Nguyen & Chen, 2022). Hal ini berpotensi melemahkan keyakinan mereka terhadap pentingnya etika dalam kehidupan profesional.

Meski demikian, Generasi Z dikenal memiliki kapasitas refleksi diri yang tinggi dan kecenderungan untuk mandiri dalam membentuk pandangan moral mereka (Lopez, 2019). Dengan pendekatan pedagogis yang berbasis dialog dan diskusi terbuka, mahasiswa dapat diarahkan untuk menjadi agen perubahan yang mendorong terciptanya lingkungan kampus yang lebih inklusif dan adil (Martinez, 2021). Dalam konteks ini, pendidikan etika tidak hanya bertugas mengajar nilai, tetapi juga membina keberanian moral dan kepemimpinan sosial.

3. Kapan etika bisnis menjadi prioritas utama bagi Gen Z dalam memilih tempat kerja?

Generasi Z menunjukkan preferensi kuat terhadap organisasi yang menampilkan nilai-nilai etis dalam operasionalnya. Perusahaan yang menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, memiliki transparansi, memperlakukan karyawan secara adil, dan terlibat dalam tanggung jawab sosial lebih menarik bagi mereka (Kumar & Singh, 2020; Pérez & Rodriguez, 2021). Dalam pemilihan tempat kerja, nilai-nilai pribadi mahasiswa sangat berpengaruh terhadap keputusan mereka, dan ini diperkuat oleh pendidikan etika yang diterima selama di bangku kuliah (Saunders *et al.*, 2022).

Sebagaimana dicatat oleh Do (2023), pengajaran etika bisnis yang menekankan pada pengambilan keputusan etis, integritas, dan keberlanjutan membantu membentuk mahasiswa yang lebih selektif terhadap organisasi yang tidak memiliki prinsip moral yang kuat. Hal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas karyawan di masa depan, tetapi juga menciptakan generasi profesional yang siap mendorong perubahan positif di tempat kerja.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pendidikan etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk kesadaran dan perilaku etis Generasi Z, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi dan persiapan memasuki dunia kerja. Meskipun Generasi Z memiliki kesadaran yang tinggi terhadap isu sosial dan lingkungan, perhatian mereka terhadap aspek etika bisnis masih perlu didorong lebih kuat melalui kurikulum yang reflektif dan pendekatan pembelajaran yang interaktif. Integrasi nilai-nilai etika melalui dialog, refleksi, dan pengalaman praktis terbukti efektif dalam meningkatkan pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan pembentukan karakter moral.

Selain itu, karakteristik unik Generasi Z seperti ketergantungan pada teknologi, preferensi kerja kolaboratif, dan aspirasi terhadap stabilitas finansial serta kesejahteraan mental, menuntut penyesuaian strategi pendidikan etika dan kebijakan organisasi. Lingkungan pembelajaran yang inklusif dan suportif menjadi faktor kunci dalam mendukung pengembangan sikap etis yang konsisten. Oleh karena itu, institusi pendidikan dan pelaku bisnis diharapkan dapat mengadopsi pendekatan multidisiplin yang menekankan tanggung jawab sosial, akuntabilitas, dan penerapan nilai-nilai moral dalam praktik nyata.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi sebagai referensi dalam merancang program pendidikan etika bisnis yang efektif dan relevan bagi Generasi Z, sekaligus mendorong kesiapan mereka menjadi profesional yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga berintegritas tinggi dalam menghadapi tantangan dunia kerja modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardichvili, A., Mitchell, J. A., & Jondle, D. (2009). Educating youth for business ethics. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 447–457. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0304-0>
- Badar, M., & Lasthuizen, K. (2023). Ethical reasoning at work: A cross-country comparison of gender and age differences. *Administrative Sciences*, 13(5), Article 136. <https://doi.org/10.3390/admsci13050136>
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Impact of Generation Z on the future of business and management strategies. In *Proceedings of the 26th International Scientific Conference on Economic and Social Development* (pp. 34–43). <https://scholarworks.waldenu.edu/facpubs/1550>
- Böhlich, S., & Axmann, R. (2020). Generation Z: A comparative study of the expectations of Gen Z and the perception of employers. *IU Discussion Papers – Human Resources*, 1/2020. <https://hdl.handle.net/10419/216780>
- Bowie, N. E. (n.d.). Business ethics education. *Journal of Business Ethics Education*. <https://www.neilsonjournals.com/JBEE/>
- Bulut, S., & Maraba, D. (2021). Generation Z and its perception of work through habits, motivations, expectations preferences, and work ethics. *Psychology and Psychiatry Research Studies*, 2(4). <https://crimsonpublishers.com/pprs/fulltext/PPRS.000593.php>
- Caldwell, C., & Jamali, D. R. (2023). The moral responsibilities of business schools – In pursuit of excellence and social justice. *Business and Management Research*, 12(2), 1–10. <https://doi.org/10.5430/bmr.v12n2p1>
- Cavico, F. J., & Mujtaba, B. G. (2009). Ethical business leadership: A simulation to develop value-driven mission statements. *Developments in Business Simulation and Experiential Learning*, 36, 1–7. <https://journals.tdl.org/absel/index.php/absel/article/view/3034>
- Childress, J. F. (2020). An inquiry into developing college student socially-responsible leadership: Ethics of justice and care in the midst of conflict and controversy (Publication No. 7344) [Doctoral dissertation, Portland State University]. *PDXScholar*. <https://doi.org/10.15760/etd.7344>
- Chirieleison, C., & Scrucca, L. (2017). Shaping students' attitudes towards business ethics and corporate social responsibility: Education versus personal perspectives. *International Journal of Business and Social Science*, 8(10), 1–10.
- Chitescu, R. I., Al Rihani Dit Tallaj, L., & Frînculeasa, M. N. (2023). Educating youth for business ethics. *LUMEN Proceedings*, 19, 97–112.
- Collins, D., Weber, J., & Zambrano, R. (2014). Teaching business ethics online: Perspectives on

- course design, delivery, student engagement, and assessment. *Journal of Business Ethics*, 125 (3), 513–529. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-2024-8>
- Çora, H. (2019). The effects of characteristics of Generation Z on 21st-century business strategies. *Kafkas University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 10(20), 909–926. <https://search.proquest.com/openview/759159fd0c997f40684655a6a622ec46>
- D. C. (2013). A plea for the importance of business ethics education for future managers in an international competitive environment. *Review of Management and Economic Engineering*, 14(2), 191–201. <https://ideas.repec.org/a/rom/rmcimn/v14y2013i2p191-201.html>
- Delić, A., & Šehić, D. (2021). Skills and motivation factors of Generation Z for creating successful employer branding strategies. *Proceedings*, 85(1), Article 13. <https://doi.org/10.3390/proceedings2021085013>
- Dima, A. M. (2022). Corporate ethics: Philosophical concepts guiding business practices. *Conatus – Journal of Philosophy*, 7(1), 45–60. <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/Conatus/article/view/29864>
- Do, H. T. K. (2023). How do business educators prepare students better about ethical decision-making? *Journal of International Education in Business*, 16(3), 266–279. <https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2023-0012>
- Dobrowolski, Z., Drozdowski, G., & Matei, M. (2022). Understanding the impact of Generation Z on risk management—A preliminary view on values, competencies, and ethics of Generation Z in public administration. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (7), Article 3868. <https://doi.org/10.3390/ijerph19073868>
- Egerová, D., Komárková, L., & Kutlák, J. (2021). Generation Y and Generation Z employment expectations: A generational cohort comparative study from two countries. *E+M Ekonomie a Management*, 24(3), 93–109. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2021-03-006>
- Fox-Wolfgramm, S. J. (2013). Breaking from the mass mentality: Towards strategically enhancing business students' ethics and etiquette for success in the future global environment. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 13(1), 121–130. https://www.na-businesspress.com/JHETP/Fox-WolfgrammSJ_Web13_1_.pdf
- Giacalone, R. A., & Thompson, K. R. (2006). Transforming our students: Teaching business ethics post-Enron. *Business Ethics Quarterly*, 16(1), 37–50. <https://doi.org/10.5840/beq20061614>
- Gibson Watts. (n.d.). Attracting different generations to the workplace. <https://gibsonwatts.com/attracting-different-generations-to-the-workplace/>
- González-López, Ó. R., & Pérez-González, J. C. (2021). Generation Z within the workforce and in the workplace: A bibliometric analysis. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 736820. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.736820>
- Hampton, D. C., & Keys, Y. (2017). Generation Z students: Will they change our nursing classrooms? *Journal of Nursing Education and Practice*, 7(4), 111–115. <https://doi.org/10.5430/jnep.v7n4p111>
- Hartman, E. M. (2008). Toward an applied meaning for ethics in business. *Journal of Business Ethics*, 81 (4), 809–821. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9990-y>
- Hasibuan, Y., & Santoso, H. B. (2023). Awareness of Generation Z students about The Plaf (Plastic Flamingo) and other campaigns concerning plastics in online shopping. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 50–65. <https://doi.org/10.24002/jik.v20i1.7799>
- Huntington Learning Center. (2025, February 10). Five tips for teaching Gen Z and Alpha Generation. <https://huntingtonhelps.com/blog/five-tips-for-teaching-gen-z-and-alpha->

- [generation/](#)
- Kaur, H., & Arora, R. (2021). Understanding the new entrants to the workplace: Gen Z. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 8(3), 1–7. <https://www.jetir.org/papers/JETIR2103122.pdf>
- Klopotan, I., Aleksić, A., & Vinković, N. (2020). Do business ethics and ethical decision making still matter: Perspective of different generational cohorts. *Business Systems Research Journal*, 11 (1), 31–43. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2020-0003>
- Koeplin, J. (2009). Teaching freshman business students ethics: A case study. *American Institute of Higher Education Proceedings*, 2(1), 100–104.
- Kozinsky, S. (2017). Reconsidering university educational environment for the learners of Generation Z.
- Kumar, P., & Kumar, A. (2023). Exploring the role of corporate social responsibility, perceived work environment and organizational reputation in organization attractiveness: A case of Generation Z students in Indian higher learning institutions. *International Journal of Management*, 14(2), 45–60. <https://www.researchgate.net/publication/371306625>
- Litman, A. (2025, May 13). Gen Z and Millennials think work culture sucks, but Amanda Litman thinks they can change it. *Teen Vogue*. <https://www.teenvogue.com/story/gen-z-millennials-work-culture-amanda-litman>
- Lopez, Y. P., Rechner, P. L., & Olson-Buchanan, J. B. (2005). Shaping ethical perceptions: An empirical assessment of the influence of business education, culture, and demographic factors. *Journal of Business Ethics*, 60(4), 341–358. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-1834-4>
- Maioli, E. (2017). New generations and employment – An exploratory study about tensions between the psycho-social characteristics of Generation Z and expectations and actions of organizational structures related with employment (CABA, 2016). *Journal of Business*, 2(1), 1–12. <https://journalofbusiness.us/index.php/site/article/view/53>
- Mărginean, A. E. (2021). Gen Z perceptions and expectations upon entering the workforce. *European Review of Applied Sociology*, 14(22), 20–30. <https://doi.org/10.1515/eras-2021-0003>
- Muthiariny, D. E. (2024, June 14). Top 5 life challenges confronting Gen Z. *Tempo.com*. <https://en.tempo.co/read/1879990/top-5-life-challenges-confronting-gen-z>
- Pauli, J., Guadagnin, A., & Ruffatto, J. (2021). Valores relativos ao trabalho e perspectiva de futuro para a geração Z. *Revista de Ciências da Administração*, 22 (57). <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2020.e77243>
- Pérez, M. A., & Rodriguez, A. M. (2021). Generation Z, sustainability orientation and higher education implications: An ecopedagogical conceptual framework. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 22(5), 1023–1040. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-11-2020-0468>
- Piper, T. R., Gentile, M. C., & Parks, S. D. (1993). Reflections on teaching business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.2307/3857602>
- Pratikto, H. (2015). Pembelajaran etika bisnis berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 1–10. <https://journal2.um.ac.id/index.php/jpbm/article/view/1678>
- Prawitasari, G. (2017). The influence of generations on career choice (Social Cognitive Career Theory perspective). *Konselor*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.24014/kons.v6i1.7581>
- Putri, D. M., & Astuti, R. D. (2020). Do Generation Y and Z really concern about environmental issues? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 712–718.

-
- <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2020.09.351>
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in job world (Selamat datang Generasi Z di dunia kerja). In Proceedings of the Indonesian Career Center Network (ICCN) Summit 2019. Universitas Mulawarman. <https://ocs.unmul.ac.id/index.php/ICCN/article/view/2721>
- Salahuddin, M. (2018). Motivating Gen Z workers and their impact to the future. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 6 (1), 61–67.
- Salcedo, A. V. (2021). Moderated mediation of ethical considerations between individual values and values in the actual practice of the CPA profession. *Journal of Governance Risk Management Compliance and Sustainability*, 1(1), 26–49. <https://doi.org/10.31098/jgrees.v1i1.490>
- Sari, N. A., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh gengsi, diskon, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumerisme generasi Z di kalangan mahasiswa manajemen. *Cakrawala: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6 (1), 1–10. <https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/182>
- Sarmiento, A. de A. (n.d.). The influence of corporate social responsibility on customer loyalty: A literature review. *International Journal of Financial Economics*. <https://ijefe.my.id/index.php/economic/article/view/97>
- Saunders, C., Marcolin, B., & Cherneski, J. (2022). The role of students' personal values and ethical ideologies in increasing the importance of perceptions of social responsibility for business students: A PRME directive. *Journal of Education for Business*, 97(6), 335–344. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.19777320>
- Sayles, L. R. (1991). A moral development unit for business courses. *Journal of Business Ethics*, 10 (9), 711–717. <https://doi.org/10.1007/BF00383613>
- Schwieger, D., & Ladwig, C. (2018). Reaching and retaining the next generation: Adapting to the expectations of Gen Z in the classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45–54. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1179303.pdf>
- Simga-Mugan, C., Daly, B., Onkal, D., & Kavut, L. (2005). Towards increasing business students' confidence in facing an ethically confusing business environment: A strategic management approach. *Journal of Business Ethics*, 59 (1-2), 173–183. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-3416-7>
- UOC News. (2024, November 15). Generation Z is the age group most concerned about corporate social responsibility. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.uoc.edu/en/news/2024/generation-z-is-the-age-group-with-the-highest-opinions-of-companies-corporate-social-responsibility>
- Yousefi, M., Karimimalayer, M., Izadyar, S., & Falahnejad Tafti, A. A. (2012). A survey of business ethics in universities. *International Journal of Information and Education Technology*, 2 (2), 176–180. <https://www.ijiet.org/papers/176-T10024.pdf>