

ANALISIS ETIKA BISNIS GLOBAL DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA TEMPE DAN TAHU ORGANIK MEDAN SOYFOOD FACTORY DI KOTA MEDAN

Salsabilla¹, Agisty Fiannisa², Hendra Ibrahim³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana etika bisnis global dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diterapkan pada keberlanjutan perusahaan tahu organik dan tempe di Medan Soyfood Factory, yang merupakan representasi dari UKM pangan berorientasi etis. Untuk menunjukkan bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis, rantai pasokan berkelanjutan, dan dampak CSR terhadap kinerja sosial dan ekonomi perusahaan, pendekatan kualitatif digunakan. Metode ini mencakup observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Medan Soyfood Factory telah mengintegrasikan prinsip etika dalam pemilihan bahan baku kedelai non-GMO, sistem penelusuran asal bahan (traceability), serta pelatihan karyawan terkait keamanan pangan. Program CSR yang dilakukan, seperti pengelolaan limbah menjadi pupuk dan pemberdayaan petani pemasok, menunjukkan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan reputasi perusahaan. Komitmen terhadap praktik etis dan keberlanjutan telah meningkatkan daya saing dan legitimasi perusahaan di pasar domestik maupun global, meskipun sumber daya dan infrastruktur teknologi masih terbatas. Menurut penelitian ini, penerapan etika bisnis dan CSR yang relevan dapat menjadi strategi untuk keberlanjutan UKM pangan di Indonesia dan membantu transformasi menuju rantai pasokan yang transparan, bertanggung jawab, dan berdaya saing di tingkat internasional.

Kata kunci: Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Keberlanjutan, UKM Pangan

Abstract

The purpose of this study is to examine how global business ethics and corporate social responsibility (CSR) are implemented in the sustainability of the organic tofu and tempeh company, Medan Soyfood Factory, which represents an ethically oriented small and medium-sized food enterprise

¹ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, agistyfiannisa24@gmail.com, salsa12122015@gmail.com

³ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, hendra@insan.ac.id

(SME). To demonstrate the application of ethical business values, sustainable supply chains, and the impact of CSR on the company's social and economic performance, a qualitative approach was employed. The methods included observation, interviews, and document analysis. The results show that Medan Soyfood Factory has integrated ethical principles in the selection of non-GMO soybean raw materials, implementation of traceability systems, and employee training on food safety. CSR programs, such as converting waste into fertilizer and empowering soybean farmers, have contributed positively to the well-being of local communities and the company's reputation. Commitment to ethical and sustainable practices has enhanced the company's competitiveness and legitimacy in both domestic and global markets, despite limited resources and technological infrastructure. This study concludes that the application of relevant business ethics and CSR practices can serve as a strategic approach to the sustainability of food SMEs in Indonesia and support the transformation toward a transparent, responsible, and globally competitive supply chain.

Keywords: *Business Ethics, Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainability, Food SMEs.*

A. PENDAHULUAN

Pengolahan kedelai tradisional, seperti tempe dan tahu, memainkan peran penting dalam pola konsumsi protein nabati orang Indonesia, dan merupakan salah satu industri pangan lokal yang memiliki potensi besar untuk berkembang ke pasar yang lebih luas. Kualitas dan karakter produk tempe sangat bergantung pada tahapan produksi dan bahan baku yang digunakan karena produk fermentasi kedelai tidak hanya bernilai gizi tetapi juga mengandung profil metabolit yang berubah selama proses produksi. Studi metabolomik terbaru menunjukkan bahwa perubahan metabolit yang terjadi selama proses pembuatan tempe, mulai dari perendaman kedelai, pengukusan, hingga fermentasi, menentukan kandungan gizi, rasa, dan stabilitas produk. Oleh karena itu, produsen tempe skala industri harus memahami perubahan ini agar produk tetap konsisten (Prativi, 2023).

Pilihan bahan baku, selain elemen bioteknologi dan kualitas, merupakan titik penting yang menghubungkan praktik bisnis lokal dengan masalah etika internasional. Produsen membutuhkan traceability (penelusuran asal bahan) dan bukti bahwa rantai pasokan tidak melakukan praktik yang melanggar hak petani atau merusak lingkungan jika menggunakan kedelai non-GMO dan "organik". Studi yang menyelidiki pengaruh bahan baku, air, dan starter pada produk tempe

menunjukkan bahwa perubahan dalam sumber kedelai dan parameter produksi memengaruhi profil metabolit akhir. Oleh karena itu, keputusan tentang pengadaan bahan baku memengaruhi kualitas produk dan klaim etis yang digunakan dalam pemasaran di seluruh dunia, seperti label organik atau non-GMO (Kadar, 2020).

Transparansi, kualitas, dan jejak lingkungan sosial produk pangan semakin diprioritaskan oleh konsumen dan regulator internasional dalam konteks rantai pasokan yang lebih luas. Perusahaan makanan yang ingin berorientasi ekspor atau mempertahankan reputasi mereka di mata konsumen sadar nilai harus mengelola aspek keberlanjutan dalam seluruh rantai nilai, mulai dari pilihan pemasok, praktik produksi, hingga manajemen limbah, karena kerangka kualitas produk modern menempatkan aspek sosial dan ekologi sebagai bagian dari "kualitas" produk itu sendiri. Tanggung jawab bisnis untuk mengelola rantai pasokan yang etis (seperti memastikan upah yang adil, mencegah deforestasi sumber kedelai, dan memastikan asal usul bahan) berdampak langsung pada akses pasar internasional dan legitimasi etika perusahaan (Johnson-Hall & Hall, 2022).

Klaim Medan Soyfood Factory tentang produk non-GMO dan organik memerlukan strategi traceability dan audit yang dapat membuktikan bahwa mereka benar. Studi tentang strategi traceability untuk mencegah masuknya GMO yang tidak diotorisasi menunjukkan bahwa mekanisme utama untuk menjaga nilai tambah produk non-GMO di pasar global adalah sistem penelusuran, dokumentasi chain-of-custody, dan kepatuhan terhadap peraturan impor. Bagi UKM pangan seperti Pabrik Soyfood Medan, ini berarti investasi pada prosedur dokumentasi pemasok, sertifikasi (atau kerja sama dengan pemasok bersertifikat), dan mekanisme pelacakan sederhana namun dapat diandalkan. Ini adalah bukti praktik etis yang dapat dipertanggungjawabkan kepada konsumen di dalam negeri dan di luar negeri (Teufel, 2024).

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat memberikan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif di organisasi kecil dan menengah lebih dari sekedar layanan publik. Menurut penelitian empiris yang dilakukan pada perusahaan kecil dan menengah (SME), orientasi dan komitmen terhadap CSR berkorelasi positif dengan kinerja strategis bisnis, termasuk reputasi, loyalitas pelanggan, dan daya tahan usaha. Ini terjadi jika praktik CSR terstruktur dan

relevan dengan lingkungan lokal. Untuk Medan Soyfood Factory, strategi CSR yang nyata misalnya pembiayaan atau pelatihan untuk petani pemasok, pengelolaan limbah organik menjadi pupuk atau pakan ternak, serta praktik ketenagakerjaan yang adil akan memperkuat klaim etika bisnis sekaligus mendukung keberlanjutan operasional (Mu, Li & Hussain, 2024)

Ketika sebuah usaha lokal ingin memasuki pasar yang lebih luas, aspek teknis standar keamanan pangan seperti ISO 22000 atau HACCP juga harus dipertimbangkan. Dengan penerapan standar manajemen keamanan pangan, konsumen dan regulator dijamin bahwa produk akan aman. Namun, UKM sering menghadapi tantangan di lapangan seperti kekurangan sumber daya finansial, kemampuan teknis, dan kebutuhan akan pelatihan karyawan. Oleh karena itu, pabrik soya Medan harus dirancang secara realistis untuk mengintegrasikan upaya peningkatan mutu (HACCP/ISO), transparansi rantai pasok, dan praktik CSR yang konkret. Ini akan memungkinkan pabrik memenuhi persyaratan pasar internasional tanpa mengurangi kelangsungan usaha (Karaman, 2012).

Secara keseluruhan, latar belakang ini menunjukkan bahwa pengembangan bisnis tahu dan tempe organik di Kota Medan melibatkan masalah bukan hanya produksi dan pemasaran lokal, tetapi juga masalah etika bisnis internasional seperti pemilihan bahan baku yang adil, sistem pemantauan klaim non-GMO, kepatuhan terhadap standar keamanan pangan, dan program tanggung jawab sosial yang jelas. Untuk Medan Soyfood Factory, analisis etika bisnis dan CSR global akan menentukan kemampuan perusahaan untuk bertahan dan berkembang di pasar yang semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas. Analisis ini akan memasukkan aspek teknis kualitas produk, tata kelola rantai pasokan, dan dampak sosial-lingkungan.

B. METODE PENELITIAN

Produksi Soyfood Medan terletak di Jl. Sisingamangaraja No. 123, Kelurahan Teladan Timur, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara. Salah satu pelaku usaha kecil menengah (UKM) yang memproduksi tempe dan tahu organik berbasis kedelai non-GMO dengan orientasi pasar berkelanjutan, lokasi ini dipilih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis secara menyeluruh bagaimana etika bisnis global dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diterapkan terhadap

keberlanjutan usaha tempe dan tahu organik di pabrik soyfood Medan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti berinteraksi secara langsung dengan pebisnis, karyawan, dan konsumen untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena sosial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Implementasi Etika Bisnis dan CSR di Medan Soyfood Factory

Medan Soyfood Factory menunjukkan kesadaran internal yang tinggi terhadap etika bisnis, menurut hasil wawancara dan observasi. Pemilik usaha secara aktif mengatakan bahwa memilih bahan baku (kedelai non-GMO bersertifikat) penting untuk reputasi dalam jangka panjang dan keuntungan finansial. Penelusuran asal bahan (traceability sederhana) melalui catatan pemasok dan pengawasan terhadap petani mitra juga dimasukkan dalam praktik ini. Karyawan produksi mengatakan mereka dilatih tentang keamanan pangan dan diberi kesempatan untuk melaporkan pelanggaran atau ketidaksesuaian dalam proses.

Dari sisi CSR, usaha ini telah melakukan beberapa kegiatan, antara lain:

- a. Pengolahan limbah padat dan limbah cair menjadi pupuk atau pakan ternak
- b. Pelatihan kepada petani pemasok (terutama petani skala kecil) mengenai praktik budidaya kedelai organik
- c. Program edukasi masyarakat lokal tentang gizi dan konsumsi pangan sehat berbasis tempe dan tahu

Hasil observasi mendukung laporan bahwa limbah produksi tidak langsung dibuang ke saluran umum, melainkan ditampung dan diolah secara internal. Beberapa kegiatan CSR berskala kecil tetapi konsisten dilakukan setiap semester. Dokumentasi internal (laporan CSR dan catatan produksi) juga disediakan oleh manajemen untuk peneliti. Secara keseluruhan, profil ini menunjukkan bahwa etika bisnis dan CSR sudah dimasukkan ke dalam operasi inti perusahaan meskipun masih dalam skala terbatas bukan sebagai wacana belaka.

2. Etika Rantai Pasok

Rantai pasokan, terutama menjamin bahwa kedelai non-GMO diperoleh dari sumber yang etis dan berkelanjutan, adalah salah satu elemen

etika bisnis global yang paling menantang. Dalam kasus Pabrik Soyfood Medan, beberapa hasil menarik:

- a. Beberapa pemasok kedelai berada di luar Sumatera Utara, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan logistik dan jaminan mutu selama pengiriman.
- b. Ada keterbatasan dalam audit lapangan terhadap petani pemasok kecil, sehingga perusahaan lebih mengandalkan kepercayaan dan catatan pemasok.
- c. Traceability yang digunakan masih bersifat dokumen manual (lembar catatan pemasok, faktur, foto) dan belum sistem digital.

Selain membahayakan penipuan dan pencampuran bahan non-GMO, praktik ini juga dapat berkontribusi pada etika. Untuk menjaga kualitas dan keamanan makanan serta mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan, traceability atau penelusuran rantai pasokan dianggap sangat penting dalam literatur (Anwar, Perdana, Rachmadi, & Noor, 2023). Seperti yang telah dibahas sebelumnya, dua kendala utama yang menghalangi penerapan sistem traceability digital penuh dalam industri pangan kecil adalah masalah teknis dan biaya (Teufel, 2024).

Selain itu, penelitian tentang rantai pasokan kedelai hitam, yang merupakan bahan baku industri kecap, menunjukkan bahwa traceability yang baik melibatkan pemantauan kualitas fisik dan elemen institusional dan infrastruktur yang mendukung keberlanjutan rantai pasokan (Anwar et al., 2023). Kontekstualisasi ini terkait dengan Pabrik Makanan Soya Medan, sebagai analogi bahwa sistem penelusuran yang efektif akan mendorong legitimasi produk non-GMO dan organik di pasar domestik dan ekspor. Dari perspektif etika global, gagal memastikan rantai pasokan yang adil dan transparan dapat merusak reputasi dan bahkan mengarah pada tuduhan greenwashing. Oleh karena itu, langkah kecil seperti verifikasi dokumen, sampling audit ke petani mitra, atau kerja sama dengan lembaga independen (misalnya lembaga sertifikasi) menjadi penting.

3. Dampak CSR terhadap Keberlanjutan Usaha

Jika dijalankan secara konsisten dan relevan, CSR dapat membantu keberlanjutan bisnis. Menurut tinjauan literatur, CSR proaktif (bukan reaktif) untuk UKM di industri pangan cenderung menghasilkan

persepsi positif konsumen, loyalitas, dan identifikasi konsumen dengan perusahaan (Kim & Bhalla dalam Kim, 2021). Studi ini juga menunjukkan bahwa konsumen merespons dengan lebih baik ketika CSR perusahaan dilakukan secara aktif, bukan hanya formalitas (Kim & Bhalla dalam Kim, 2021).

Di Medan Soyfood Factory, implementasi CSR inklusif yang melibatkan pemasok dan masyarakat sekitar meningkatkan hubungan sosial dan meningkatkan reputasi lokal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa pelanggan (konsumen tetap) mengatakan bahwa perusahaan "peduli petani" dan "mengolah limbah" memberi mereka nilai tambahan ketika mereka memilih produk mereka. Ini sejalan dengan gagasan bahwa CSR dapat menjadi investasi reputasi dan bukan hanya biaya. Namun, ada keterbatasan dana dan waktu untuk CSR berskala besar sangat terbatas untuk UKM. Beberapa karyawan menyebut bahwa ketika permintaan produksi meningkat, perusahaan kadang menunda kegiatan CSR agar fokus produksi tidak terganggu. Hal ini mencerminkan dilema antara profit vs tanggung jawab yang sering dihadapi UKM CSR (Elford & Daub, 2019)

Meskipun demikian, meskipun kecil, koordinasi kegiatan CSR terus dilakukan menunjukkan bahwa bisnis berusaha menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan sosial. Ini mendukung gagasan bahwa UKM dapat menggunakan CSR yang sesuai kapasitas mereka dan konteks lokal sebagai fondasi keberlanjutan.

4. Hubungan Etika, CSR, dan Keberlanjutan Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Medan Soyfood Factory, terdapat hubungan timbal balik antara etika bisnis, CSR, dan keberlanjutan operasional:

- a. Implementasi etika dalam produksi (misalnya jaminan kebersihan, keamanan pangan, keterlibatan karyawan) memperkuat kepercayaan konsumen dan mengurangi risiko produk ditolak atau dikembalikan.
- b. CSR yang konsisten membantu memperkuat legitimasi sosial perusahaan di komunitas lokal, meminimalkan resistensi masyarakat, dan mendukung kestabilan operasional.

- c. Praktik rantai pasok etis dan transparan membantu perusahaan menjaga mutu produk dan meningkatkan peluang memasuki pasar yang menuntut standar tinggi (ekspor atau segmen premium).

Namun, masalah nyata juga muncul. Ini termasuk keterbatasan sumber daya manusia terampil, kekurangan dana untuk menerapkan teknologi traceability atau audit eksternal, dan kerumitan pengukuran dampak sosial-lingkungan jangka panjang. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa banyak UKM menolak untuk mengadopsi praktik keberlanjutan penuh karena mereka percaya bahwa biaya dan kompleksitas terlalu besar (Ernst, 2022).

Di sektor pangan, etika dan CSR sering dihadapkan pada tekanan trade-off antara mempertahankan praktik bertanggung jawab dan mempertahankan margin harga. Misalnya, perusahaan mungkin tergoda untuk mengganti pemasok untuk mengurangi biaya jika harga kedelai naik, meskipun etika rantai pasokan terancam. Temuan lapangan menunjukkan bahwa dalam beberapa periode fluktuasi bahan baku, Medan Soyfood Factory mempertahankan standar pemasok, walaupun margin menyempit, demi menjaga reputasi jangka panjang.

5. Pembahasan Temuan dalam Konteks Teori dan Literatur

a. CSR proaktif dan persepsi konsumen

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kim & Bhalla pada perusahaan kecil dan menengah dalam industri pangan, layanan komunikasi dan layanan (CSR) proaktif meningkatkan identifikasi konsumen-perusahaan (C-C) dan niat beli, bahkan ketika ada trade-off terhadap harga. (CSR proaktif tetap mendapat respons positif daripada CSR pasif). Hasil ini sejalan dengan fakta bahwa pelanggan setia lebih menghargai klaim etis dan keberlanjutan daripada hanya harga murah di Pabrik Soyfood Medan.

b. Tantangan adopsi CSR oleh UKM

Dalam literatur tentang SMEs dan CSR, masalah utama seperti persepsi bahwa CSR menambah beban, kekurangan sumber daya finansial, dan kurangnya pengetahuan teknis disebutkan (Magrizos et al., 2020). Temuan lapangan mendukung ini: Pabrik Soyfood Area

kadang-kadang menunda atau memilih program CSR skala kecil ketika beban produksi meningkat.

c. Traceability dan keberlanjutan rantai pasok pangan

Menurut penelitian traceability untuk kedelai dan transformasi pangan, sistem penelusuran yang efektif sangat penting untuk menjaga kualitas, keamanan, dan keberlanjutan rantai pasokan (Anwar et al., 2023). Dalam situasi ini, masalah yang dihadapi bisnis Anda terkait dengan keterbatasan teknologi dan biaya. Selain itu, model traceability mencakup elemen teknis dan institusional serta infrastruktur pendukung, seperti regulasi lokal dan sistem dokumentasi.

d. Etika bisnis dalam konteks global

Perusahaan harus mematuhi peraturan negara dan standar internasional, seperti hak pekerja, lingkungan, dan transparansi rantai pasokan, sesuai dengan etika bisnis global. Praktik etis dan CSR yang kredibel akan diperlukan jika Medan Soyfood Factory ingin memasuki pasar ekspor atau menjalin kerja sama internasional. Ini relevan dengan model CSR 2.0 yang diusulkan oleh Wayne Visser, yang mendorong CSR untuk diintegrasikan secara sistemik ke dalam strategi bisnis dan bukannya sebagai tindakan filantropis (Visser, 2014). Oleh karena itu, CSR harus menjadi bagian integral dari bisnis, bukan menjadi komponen tambahan yang dipandang sebagai beban.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis global dan tanggung jawab sosial perusahaan di Medan Soyfood Factory sangat penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis dan meningkatkan citra positif perusahaan di mata konsumen dan masyarakat. Melalui praktik bisnis yang transparan, adil, dan memperhatikan kesejahteraan karyawan dan lingkungan sekitar, perusahaan ini menunjukkan komitmennya terhadap prinsip-prinsip etis. Dengan menerapkan etika bisnis ini, perusahaan tidak hanya memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap tempe dan tahu organik, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai produsen lokal yang kompetitif di pasar global yang memiliki standar moral dan lingkungan yang tinggi.

Pada Medan Soyfood Factory, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) meningkatkan hubungan antara perusahaan dan masyarakat sekitar. Perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap aspek sosial dan lingkungan melalui kegiatan CSR, seperti pelatihan kewirausahaan lokal, pengelolaan limbah organik, dan pemberdayaan petani kedelai lokal. Melalui inisiatif ini, Medan Soyfood Factory ingin menciptakan nilai sosial yang berkelanjutan bagi komunitas selain menghasilkan keuntungan finansial. Ini sejalan dengan prinsip tiga keuntungan utama, yang menekankan keseimbangan antara keuntungan, orang, dan Bumi.

Perusahaan ini juga menerapkan etika bisnis internasional dan tanggung jawab sosial. Ini menunjukkan bahwa pengusaha lokal Indonesia dapat mengadopsi nilai-nilai bisnis internasional sambil mempertahankan identitas budaya lokal mereka. Dengan menggabungkan prinsip keberlanjutan yang menjadi standar global, pabrik tempe Medan mampu mempertahankan kearifan lokal dalam proses pembuatan tempe dan tahu. Strategi ini menunjukkan bahwa usaha mikro dan kecil di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang di skala global jika mereka dapat menggabungkan etika bisnis, tanggung jawab sosial, dan inovasi produk yang ramah lingkungan.

Oleh karena itu, pabrik makanan soya Medan dapat dianggap sebagai contoh nyata dari usaha kecil menengah (UKM) yang mampu menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan nilai-nilai sosial dan etika. Kesuksesan bisnis ini menjadi inspirasi bagi bisnis lain untuk mempertimbangkan moral, lingkungan, dan sosial dalam kegiatan bisnis mereka. Dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang semakin kompleks dan kompetitif, etika bisnis global dan CSR merupakan strategi bisnis yang berkelanjutan selain kewajiban moral

E. DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S., Perdana, T., Rachmadi, M., & Noor, T. I. (2023). Product Traceability and Supply Chain Sustainability of Black Soybeans as Raw Materials for Soy Sauce in Maintaining Quality and Safety. *Sustainability*, 15(18), 13453. <https://doi.org/10.3390/su151813453>
- Demeke, Y. A. (2024). Effects of corporate social responsibility activities on corporate image: Economic, ethical, legal, and philanthropic responsibilities. *Cogent Business & Management*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316928>

- Elford, A. C., & Daub, C.-H. (2019). Solutions for SMEs Challenged by CSR: A Multiple Cases Approach in the Food Industry within the DACH-Region. *Sustainability*, 11(17), 4758. <https://doi.org/10.3390/su11174758>
- Ernst, R. A. (2022). SMEs' reluctance to embrace corporate sustainability. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129879>
- Johnson-Hall, T. D., & Hall, D. C. (2022). Redefining quality in food supply chains via the natural resource-based view and convention theory. *Sustainability*, 14(15), 9456. <https://doi.org/10.3390/su14159456>
- Kadar, A. D., Astawan, M., Putri, S. P., & Fukusaki, E. (2020). Metabolomics-based study of the effect of raw materials to the end product of tempe—An Indonesian fermented soybean. *Metabolites*, 10(9), 367. <https://doi.org/10.3390/metabo10090367>
- Karaman, A. D., Cobanoglu, F., Tunalioglu, R., & Ova, G. (2012). Barriers and benefits of the implementation of food safety management systems among the Turkish dairy industry: A case study. *Food Control*, 25(2), 732–739. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2011.06.009>
- Mu, Z., Li, Y., & Hussain, H. (2024). Sustainability beyond profits: Assessing the impact of corporate social responsibility on strategic business performance in hospitality small and medium enterprises. *Sustainability*, 16, 10224. <https://doi.org/10.3390/su162310224>
- Prativi, M. B. N., Astuti, D. I., Putri, S. P., Laviña, W. A., Fukusaki, E., & Aditiawati, P. (2023). Metabolite changes in Indonesian tempe production from raw soybeans to over-fermented tempe. *Metabolites*, 13(2), 300. <https://www.mdpi.com/2218-1989/13/2/300>
- Teufel, J. (2024). Strategies for traceability to prevent unauthorised GMOs in the EU: State of the art and possible alternative approaches. *Foods*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10855850/>