

## Pembelajaran Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal

Heri Pratikto

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

E-mail: [heripratikto@gmail.com](mailto:heripratikto@gmail.com)

**Abstract:** *This article aims to discuss the importance of business ethics, business ethics learning challenges, local knowledge as a source of business ethics, and learning business ethics. Business people must commit to uphold ethics, because the business process is a process of value creation, the process of creating anything useful to humanity. Real value creation in business will only happen if it is done by means of an ethical or moral. Unscrupulous way only generate value destruction, does not deserve to be called participation in development, but withdrawals and destruction of society. Business education challenges are: globalization, technological development, competency-based business, the business as a systems perspective, the quality revolution, change. Local wisdom tribes of Indonesia in general contain religious values, humanity, solidarity, tolerance, mutual trust, solidarity and social awareness can build elements of social capital and business capital, antarlain such as confidence, trust, social networks. Strengthening social capital derived from the values of local wisdom ethnic Indonesia is very important that continued effort of preservation and inheritance from one generation to the next, especially when intensified struck individualism of modern life in this global era. So that local knowledge can be implemented and inherited, need to be found to the approach and strategy of a more contextual with the conditions of the development of Indonesian society. Pembelajaran business ethics based on local wisdom through scientific approach to cooperative learning, with a variety of models with a focus on the students, becoming an effective learning approach that is feasible is recommended to educators. Success and failure of business ethics education will greatly affect the public's role in the establishment and implementation of the rules and principles of life.*

**Keywords:** *Learning, business ethics, local wisdom*

**Abstrak:** Artikel ini bertujuan membahas pentingnya etika bisnis, tantangan pembelajaran etika bisnis, kearifan lokal sebagai sumber etika bisnis, dan pembelajaran etika bisnis. Pelaku bisnis harus berkomitmen menjunjung tinggi etika, karena proses bisnis merupakan proses penciptaan nilai, proses penciptaan apapun yang bermanfaat bagi kemanusiaan. *Real value creation* dalam bisnis hanya akan terjadi jika dilakukan dengan cara-cara etis atau bermoral. Cara yang tidak bermoral hanya menghasilkan *value destruction*, tidak pantas disebut partisipasi dalam pembangunan, melainkan pemunduran dan perusakan masyarakat. Tantangan pendidikan bisnis diantaranya adalah: globalisasi, perkembangan teknologi, bisnis berbasis kompetensi, perspektif bisnis sebagai sistem, revolusi kualitas, perubahan. Kearifan lokal suku-suku bangsa Indonesia pada umumnya berisi nilai-nilai religious, kemanusiaan, kebersamaan, toleransi, saling percaya, solidaritas dan kepedulian social dapat membangun elemen-elemen modal social dan modal bisnis, antarlain seperti kepercayaan, amanah, jejaring social. Penguatan modal social yang bersumber dari nilai-nilai kearifan local suku bangsa Indonesia tersebut sangat penting terus diupayakan pelestarian dan pewarisannya dari satu generasi ke generasi berikutnya, terutama disaat individualism semakin menguat melanda kehidupan modern di era global ini. Agar kearifan local dapat diimplementasikan dan diwariskan, perlu terus ditemukan pendekatan dan strategi yang lebih kontekstual dengan kondisi perkembangan masyarakat Indonesia. Pembelajaran etika bisnis berbasis kearifan lokal melalui pendekatan scientific dengan pembelajaran kooperatif, dengan berbagai model dengan berfokus pada siswa, menjadi pendekatan pembelajaran yang efektif yang layak direkomendasikan kepada para pendidik. Berhasil dan gagalnya pendidikan etika bisnis akan sangat berpengaruh terhadap peran masyarakat dalam pembentukan serta pelaksanaan peraturan dan prinsip-prinsip kehidupan.

**Kata kunci:** Pembelajaran, etika bisnis, kearifan lokal

Sektor bisnis merupakan sektor strategis dalam sebuah masyarakat yang sedang membangun, sebagai alat untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkeadilan dan

pemerataan. Bisnis merupakan keseluruhan aktifitas yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industri penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat. Tujuan bisnis suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai macam kepentingan, baik kepentingan owner, pesaing, supplier, karyawan, konsumen, masyarakat umum, maupun pemerintah. Tujuan bisnis tidak semata-mata berorientasi pada memperoleh keuntungan, namun juga untuk: pengadaan barang dan jasa, kesejahteraan pemilik factor produksi dan masyarakat, full employment, keberadaan perusahaan dalam jangka panjang, kemajuan dan pertumbuhan, prestise dan prestasi.

Proses pencapaian tujuan bisnis melalui pengelolaan sumberdaya ekonomi secara optimal bagi para pemilik sumberdaya ekonomi dan masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, proses pencapaian tujuan harus dilakukan dengan memperhatikan kepentingan dan kemanfaatan para pemilik sumberdaya ekonomi atau pemilik factor produksi dan masyarakat pada umumnya. Tercapainya tujuan bisnis akan bersipat jangka panjang manakala didukung secara inklusif tercapainya para pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.

Problem asasi dalam isu sumber daya manusia (SDM) adalah ketika laju prestasi keteknologian berbanding lurus dengan laju prestasi kebudayaan manusia. Tidak dipungkiri bahwa sampai saat ini Barat merupakan pelopor dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Namun, kepeloporan dan prestasi Barat pada masalah SDM hingga saat ini, sejatinya tidak memberikan solusi yang tuntas. Terobosan mereka lebih terpusat pada aspek rasional, teknis managerial, dan kecanggihan permesinan. Sementara tataran nurani, tempat dimana bertarungnya keluhuran budi dan nafsu syaithoni tetap tidak terjamah. Maka tidak heran kalau kemudian logika mereka kerap terkilir. Ambil contoh adalah penyakit Aids, solusi mereka atas dampak praktek syaithonisasi aktivitas seksual ini adalah

masalisasi produksi kondom melalui mesin teknologi. Jelas terlihat Barat dan kaum sekularis dunia tidak cukup punya keberanian untuk melenyapkan akar masalahnya (Pratikto, 2012). Sementara itu, para pelaku bisnis memiliki andil penting untuk mendistribusikan teknologi pada masyarakat. Di dalam era perkembangan teknologi yang tumbuh dengan pesat, para pendidik dan kalangan akademis maupun para pemerhati lingkungan yang merasa ikut bertanggungjawab terhadap kelangsungan hidup generasi, memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan generasi emas. Generasi emas dimaksud adalah generasi yang memiliki kompetensi komprehensif, yakni: produktif dan kreatif, damai dalam interaksi sosialnya, sehat-menyehatkan dalam interaksi dengan alam lingkungannya, dan berperadaban unggul.

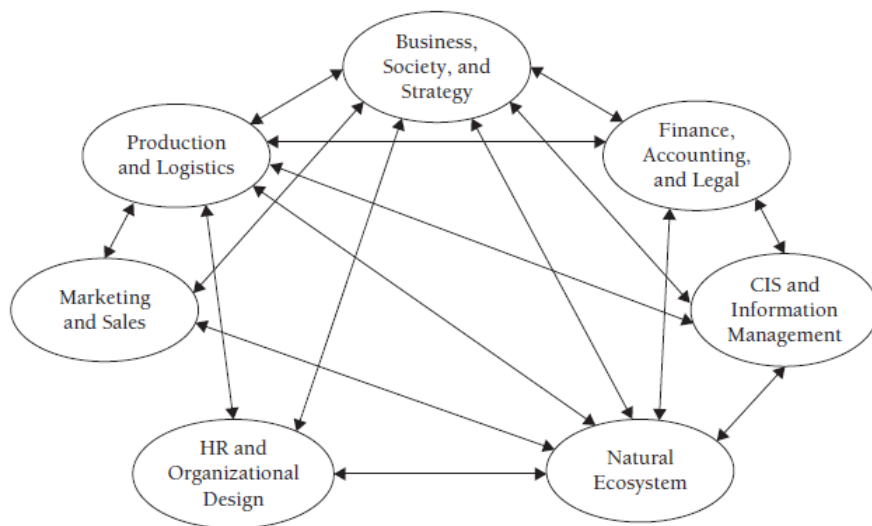
Begitu besarnya sentuhan hasil-hasil teknologi masuk dan merusak batas-batas moral dan etika, maka pakar futurolog Naisbitt dan Aburdance (di dalam bukunya "*Ten New Directions for 1990's Megatrends 2000*") mengantisipasi kejadian yang akan terjadi pada abad 21, dengan pernyataannya sebagai berikut: "Terobosan yang paling menggairahkan dari abad 21 akan terjadi bukan karena teknologi, melainkan karena konsep yang meluas tentang **apa artinya menjadi manusia**". Dari pernyataan tersebut tersirat pertanyaan, yaitu "bagaimanakah memanusiaikan seorang manusia", karena telah terbukti dengan beriringnya laju pertumbuhan teknologi, banyak manusia yang tidak mendapat kesempatan mengembangkan bakat potensi yang telah ada dalam dirinya dalam pengertian utuh sempurna pengembangannya, khususnya antara spiritual dan intelektual. Pertumbuhan laju teknologi yang tidak terkontrol menjadikan manusia lupa akan upaya mamahami dan mewujudkan harkat dan martabatnya selaku makhluk yang disempurnakan untuk menjaga melestarikan kehidupan yang santun berkesetimbangan antara masyarakat insan manusia dengan masyarakat alam lingkungan. Akibatnya

terjadilah eksploitasi alam lingkungan secara tidak bertanggungjawab.

Berikut adalah teknologi-teknologi yang sudah digelar atas hasil rekayasa manusia pada saat ini, yang menimbulkan gejala dan menimbulkan ketentraman di hati masyarakat. Teknologi elektronika, teknologi ini menghasilkan berbagai macam alat telekomunikasi, baik berbentuk TV, internet, telepon genggam, komputer maupun alat permainan. Tidak dipungkiri benda-benda ini oleh sebagian manusia dianggap bermanfaat, tetapi apakah tidak dapat dirasakan dampak negatifnya? Terutama sang pendidik merasa tidak lagi menjadi sumber informasi bagi anak didiknya karena dihadap berbagai informasi sebagai hasil pertumbuhan teknologi, sehingga banyak terjadi perbuatan kriminalitas yang pelakunya adalah anak di bawah umur. Teknologi industri makanan, untuk membuat

tampilan makanan yang menarik dan awet, tidak jarang para pelaku usaha menggunakan zat pewarna dan zat pengawet tanpa peduli terhadap akibat jangka panjang terhadap kesehatan manusia. Ambil contoh, susu bermelamin, bakso dengan borak, ikan dan kerang dengan zat pewarna, daging glonggongan, dan sebagainya. Sementara itu, pada era globalisasi banyak pihak yang mengawatirkan akan terjadinya luntarnya kearifan lokal.

Atas dasar problematika asasi bidang sumber daya manusia (SDM), peran teknologi dan sektor bisnis menjadi penting dan menarik untuk dikaji pembelajaran etika bisnis berbasis kearifan local. Artikel ini bertujuan untuk membahas tentang pentingnya etika bisnis, tantangan pendidikan manajemen bisnis, kearifan lokal sebagai sumber etika bisnis, pembelajaran etika bisnis.



**Gambar 1. Sistem Manajemen Bisnis yang Harus Dipertimbangkan Etika Bisnis**

**PEMBAHASAN**

**Tantangan Pendidikan Bisnis dan Manajemen**

Terdapat berbagai tantangan pendidikan manajemen dan bisnis, antara lain adalah globalisasi, perkembangan teknologi, bisnis berbasis kompetensi, perspektif bisnis sebagai sistem, revolusi kualitas, perubahan dan perubahan. Pertama globalisasi, globalisasi

mendominasi horizon persaingan, konsepnya sendiri sudah lama, tetapi intensitas tantangan yang diciptakannya semakin terasa. Globalisasi memunculkan dan mensyaratkan pasar baru, produk baru, mindset baru, kompetensi baru dan cara pikir bisnis baru. Oleh karena itu dibutuhkan lulusan dengan *mindset*, kompetensi, dan cara pikir global. Kedua berkembang teknologi, inovasi teknologi terjadi semakin cepat. Berbagai teknologi baru-

seperti, internet, video conferencing, networks, global plaging, informasi dan analisa instan-memunculkan dunia kegiatan bisnis yang benar-benar baru. Teknologi telah membuat dunia menjadi lebih kecil, lebih dekat dan “berputar lebih cepat”. Tantangan nyata manajemen adalah aplikasi teknologi secara efektif dan kreatif yang menambah nilai, bukan sekedar akuisisi teknologi semata. Oleh karena itu dibutuhkan lulusan yang menguasai aplikasi teknologi (*technology literacy*), terutama teknologi komunikasi dan informasi. Ketiga, bisnis berbasis kompetensi.

Persaingan bisnis terjadi bukan antar produk, tetapi antar kompetensi, mindset versus mindset. Pengembangan kompetensi hanya dapat dilakukan dengan proses pembelajaran (*learning*), bukan pengajaran (*teaching*). Pembelajaran terjadi ketika konsep bertemu pengalaman melalui refleksi, terjadi akuisisi kompetensi, dan aplikasi kompetensi refleksi. Oleh karena itu dibutuhkan lulusan yang mempunyai kapabilitas untuk belajar (*ability to learn*). Ini berarti lulusan tidak hanya menguasai pengetahuan, tetapi juga *capacity to act dan to reflect*. Keempat, perspektif bisnis sebagai sistem. Tema konsisten persaingan di masa mendatang adalah pengembangan dan pengoperasian perusahaan yang akan lebih responsif terhadap nilai pelanggan (*customer focus*). Penciptaan nilai pelanggan adalah suatu *system of interacting problems*, bukan suatu masalah pemasaran, atau masalah produksi, dan sebagainya, serta tidak dapat dipenuhi hanya dengan menganalisis dan memahami nilai internal, tetapi harus dengan memadukan sistem nilai (*supplier, buyers, dan stakeholders* lain) yang lebih luas. Oleh karena dibutuhkan lulusan yang mempunyai kemampuan untuk melakukan sistesis (yang memerlukan daya kreatif, intuitif dan integratif), tidak hanya analisis, pemahaman multidisipliner, ketrampilan interaksi dan proses, serta berpikir *beyond borders*. Kelima, revolusi kualitas. Komponen sukses berikut yang akan menjadi semakin penting adalah penyediaan produk dan pelayanan yang berkualitas. Standarisasi dan sertifikasi kualitas produk dan pelayanan akan

menandai terjadinya revolusi kualitas. Oleh karena itu dibutuhkan lulusan yang mempunyai kreativitas dan kemampuan untuk melakukan *value innovation*, manajemen kualitas, *entrepreneurship* dan *outward looking*. Keenam, perubahan, perubahan dan perubahan. Apapun namanya “di antaranya transformasi kultural, adaptasi, kelenturan, pembelajaran, dan fleksibilitas” tantangan kompetitifnya adalah sama yakni: para manajer, karyawan, perusahaan, pemerintah dan semua pihak harus belajar untuk berubah secara cepat dan lebih “nyaman”. Berbagai pertanyaan berikut relevan untuk dijawab dalam menyongsong masa mendatang: Bagaimana kita *learn to unlearn*? Bagaimana kita menghargai masa lalu, tetapi mengantisipasi dan mengadaptasi masa mendatang? Bagaimana kita mendorong proses transformasi dan reformasi? Bagaimana kita dapat belajar dan berubah lebih cepat? Bagaimana kita melibatkan semua orang untuk berubah? Oleh karena itu dibutuhkan lulusan yang mempunyai kemampuan untuk menjadi pembelajar mandiri (*self-learner*) dan melakukan *continous learning*, serta kapabilitas pengelolaan perubahan.

Berbagai tantangan tersebut berimplikasinya pada desain pendidikan manajemen, yaitu: 1) Penerapan paradigma pembelajaran dan pengembangan organisasi pembelajaran, 2) Pengembangan kapabilitas untuk belajar (pengajaran *how to learn*) dan menjadi pembelajar mandiri (*self-learner*), 3) Internasionalisasi atau globalisasi pendidikan manajemen, 4) Peningkatan *content* teknologi dan *knowledge management*, 5) Pengembangan perspektif multidisipliner dan kemampuan sintesis, 6) Pengembangan ketrampilan proses, manajemen kualitas dan pengelolaan perubahan, 7) Pengajaran etika bisnis dan *good corporate governance*, 8) Penerapan berbagai metoda pembelajaran non-tradisional.

Berbagai tantangan tersebut berimplikasi pada kurikulum kompetensi dan pengembangan organisasi pembelajaran. Organisasi pembelajaran, meliputi: membahas praktik masa mendatang, *unbounded knowledge*, mempromosikan debat, *outward*

focus, mendorong refleksi, pemberdayaan (*empowerment*). Beberapa faktor yang menjadi hambatan untuk berubah, meliputi: 1) perubahan adalah mahal dan tidak nyaman, 2) ketidaktersediaan sumberdaya dan kapabilitas untuk berubah, 3) kerjasama masyarakat bisnis dan dunia pendidikan masih lemah, 4) inerti organisasional (*self-reinforcing system*) yang menyebabkan sulit berubah, 5) praktik lama (*status-quo*) yang melembaga, 6) pengembangan kemampuan professional yang berkesinambungan.

### **Kearifan Lokal sebagai Sumber Nilai Etika Bisnis**

Globalisasi merupakan sebuah keniscayaan. Gelombang globalisasi sempat memunculkan kekhawatiran berbagai pihak akan musnahnya nilai-nilai lokal yang selama ini menjadi tatanan kehidupan bagi masyarakat tertentu. Namun, segera terbukti bahwa tidak semua nilai-nilai globalisasi sesuai dalam memberikan tatanan yang diinginkan bagi sebagian besar masyarakat di berbagai belahan dunia. Masyarakat Jepang dan masyarakat Bali merupakan dua contoh dari luar dan dalam negeri, bagaimana kearifan lokal masih dipegang dengan kuat oleh masyarakatnya. Kedua wilayah yang sangat berbeda ini bukannya meredup dengan nilai-nilai lokalnya, namun justru memiliki kekuatan di bidangnya masing-masing yang begitu menonjol. Jepang menjadi negara industri paling maju di Asia bahkan dunia melalui penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi tingginya, sedangkan Bali berkembang melalui industri pariwisatanya yang tidak hanya diakui di dalam negeri, tetapi juga diakui dunia.

Kedua contoh diatas menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat dijadikan sebagai sumber etika bisnis. Kearifan lokal memberi norma-norma yang dapat dipedomani masyarakat dalam bertingkah laku sehari-hari dan dapat membentuk karakter manusia yang taat terhadap norma-norma yang mengatur kehidupan, agar tercapai keteraturan, ketentraman, keadilan dalam kehidupan bersama. Masyarakat Indonesia yang taat

norma dan hukum dengan penuh kesadaran melaksanakannya, merupakan modal sosial bangsa yang sangat berharga. Modal social ini dapat membekali bangsa Indonesia untuk mampu menyesuaikan diri dalam kehidupan bermasyarakat, baik dalam lingkup local, nasional, regional maupun internasional.

Kearifan lokal dapat diartikan sebagai kebiasaan-kebiasaan, aturan, dan nilai-nilai sebagai hasil dari upaya kognitif yang dianut masyarakat tertentu atau masyarakat setempat yang dianggap baik dan bijaksana, yang dilaksanakan dan dipatuhi oleh masyarakat tersebut. Gagasan-gagasan dari kearifan lokal tersebut dapat terwujud ke dalam berbagai bentuk, mulai dari kebiasaan-kebiasaan, aturan, nilai-nilai, tradisi, bahkan agama yang dianut masyarakat setempat (Pratikto, 2015). Indonesia memiliki kearifan lokal yang kaya dan beragam yang hidup berkembang di berbagai suku bangsa yang menjadi modal social bangsa Indonesia. Dalam kognisi budaya Jawa, misalnya didapati ungkapan bernuansa ekonomi "*rukun agawe santoso, congkrah agawe bubrah*", mendorong munculnya kerukunan dan keharmonisan serta menjadikan dunia penuh dengan keselamatan dengan menghindari konflik (Syam, 2010).

Pada masyarakat Sunda, nilai-nilai kearifan lokal yang mendukung praktik bisnis antara lain adalah kejujuran, kesabaran, patuh pada aturan dan peran, melatih tanggung jawab, kebijaksanaan untuk membedakan mana yang baik dan buruk, melatih jiwa kepemimpinan, kerjasama, kebersamaan, kekompakan, musyawarah untuk mencapai kesepakatan, tidak egois, tidak mudah putus asa, berkorban untuk kepentingan orang lain, kewaspadaan, berani mengambil risiko dan konsekuensi terhadap pilihan yang dibuatnya, disiplin diri, kemurahan hati, menghargai kawan dan lawan, mengetahui tugas dan kewajiban, menempatkan diri berdasarkan batasan aturan dan peran, keuletan, semangat daya juang, melatih kepekaan, *self-endurance*, tahan terhadap godaan, serta teguh pada pendirian. Nilai-nilai tersebut didasarkan pada penelitian

Indrawati (2007) terkait nilai-nilai kearifan dan praktik bisnis yang diajarkan sejak usia anak-anak. Adapun contoh-contoh diatas hanyalah sebagian kecil dari kearifan local suku bangsa Indonesia. Kumpulan kearifan local suku bangsa tersebut adalah kearifan lokal Indonesia, karena suku bangsa yang beragam itu menyatu dalam satu kesatuan negara Indonesia. Walaupun suku bangsa yang jumlahnya sangat banyak tersebut menyatu dalam satu Negara Indonesia, tetapi mereka tetap menjadi diri mereka sendiri yang memiliki filsafat kearifan local sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari.

Kearifan lokal di masing-masing suku bangsa di Indonesia dapat dijadikan sebagai sumber nilai dalam membentuk karakter bangsa Indonesia dan ini menjadi modal social dan bisnis bangsa untuk berperan aktif dalam budaya global. Kearifan local dapat menjadi sumber nilai untuk membangun elemen-elemen modal social dan modal bisnis, diantaranya adalah kepercayaan (mutual trust) dan jaringan kerja sama (*networks*). Trust atau kepercayaan dideskripsikan sebagai bentuk keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari suatu kelompok, dimana bentuk tersebut didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh seluruh anggota kelompok (Hanum, 2015). Nilai-nilai kearifan local yang berperan sebagai *way of life* pada suatu masyarakat local, dapat menjadi dasar dalam membangun rasa percaya dan saling menghormati diantara anggota masyarakat tersebut. Rasa percaya adalah modal penting untuk hidup bersama, bila rasa saling percaya ini menipis, maka proses interaksi akan terjadi kearah proses disasosiatif yang akan menyuburkan persaingan tidak sehat dan konflik. Kearifan local banyak mengandung nilai-nilai bijaksana yang dapat dijadikan pedoman hidup untuk menjapai keharmonisan dalam hidup bersama. Jaringan social merupakan salah satu dimensi modal social dan modal bisnis.

### **Pembelajaran Etika Bisnis**

Membangun karakter bangsa jauh lebih penting daripada mengejar kemajuan Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek). Telah ditegaskan diatas bahwa kearifan lokal dapat dijadikan sebagai sumber nilai etika bisnis. Efektif tidaknya proses internalisasi nilai kearifan lokal pada etika bisnis sangat tergantung pada keefetifan system pendidikan. Pendidikan pada hakekatnya bukan sekedar transformasi keilmuan, tapi lebih luas lagi yaitu menanamkan nilai-nilai moral atau akhlak mulia. Pendidikan merupakan proses dimana suatu budaya secara formal ditransmisikan kepada si pembelajar, yang berfungsi sebagai transmisi pengetahuan, pengemongan manusia muda, mobilitas sosial, pembentukan jati diri dan kreasi pengetahuan. Lebih rinci dinyatakan bahwa terdapat 7 fungsi sosial pendidikan, yaitu: 1) pengajar ketrampilan, 2) mentransmisikan budaya, 3) mendorong adaptasi lingkungan, 4) membentuk kedisiplinan, 5) mendorong bekerja kelompok, 6) meningkatkan perilaku etik, dan 7) memilih bakat dan memberi penghargaan prestasi. Menurut Lickona (2013) karakter merupakan perpaduan harmonis seluruh budi pekerti yang terdapat dalam ajaran-ajaran agama, kisah-kisah sastra, cerita-cerita orang bijak, dan orang-orang berilmu, sejak jaman dahulu hingga sekarang. Karakter terbentuk dari tiga macam bagian yang saling berkaitan: pengetahuan moral, perasaan moral, perilaku moral. Karakter yang baik terdiri atas mengetahui kebaikan, menginginkan kebaikan, dan melakukan kebaikan-kebiasaan pikiran, kebiasaan hati, kebiasaan perbuatan. Ketiganya penting untuk menjalankan hidup bermoral dan faktor pembentuk kematangan moral. Pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral tidak terpisahkan, namun saling mempengaruhi dengan beragam cara. Penilaian moral dan perasaan moral berpengaruh terhadap perilaku moral, khususnya ketika keduanya hadir bersama. Namun, pengaruhnyapun timbal balik, cara kita berperilaku juga mempengaruhi cara kita berfikir dan merasa. Karakter yang baik

dimiliki mereka yang tahu hal yang baik (*knowing the good*), menginginkan hal yang baik (*desiring the good*), dan melakukan hal yang baik (*doing the good*). Karakter tampak dalam kebiasaan (*habitus*). Seseorang dikatakan berkarakter baik manakala dalam kehidupan nyata sehari-hari memiliki tiga kebiasaan, yaitu: memikirkan hal yang baik (*habits of mind*), menginginkan hal yang baik (*habits of heart*), dan melakukan hal yang baik (*habits of action*) (Saptono, 2011:20). Apa isi karakter yang baik? Karakter yang baik adalah kebajikan (*virtue*). Kebajikan adalah kecenderungan untuk melakukan tindakan yang baik menurut sudut pandang moral universal. Misalnya, memperlakukan semua orang secara adil. Tindakan macam itu lazimnya dilakukan oleh orang yang memiliki kualitas-kualitas yang secara objektif maupun secara intrinsik baik.

Secara intrinsik baik, bahwa kualitas-kualitas itu diakui dan dijunjung tinggi oleh agama-agama dan masyarakat beradab diseluruh penjuru dunia. Secara intrinsik baik maksudnya kualitas-kualitas itu merupakan tuntutan dari hati nurani manusia beradab. Karena itu, kualitas-kualitas itu dianggap mengatasi ruang dan waktu. Ia berlaku dimanapun dan kapanpun (walaupun bentuk ekspresi kongkretnya bisa jadi berbeda-beda antara daerah yang satu dan lainnya, demikian pula antara zaman dulu, sekarang serta masa depan). Menurut Lickona, bertolak dari criteria obyektif dan intrinsik diatas, ada dua kebajikan fundamental yang dibutuhkan untuk membentuk karakter yang baik, yaitu rasa hormat (*respect*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Kedua kebajikan itu merupakan nilai moral fundamental yang harus diajarkan dalam pendidikan karakter.

Pendidikan karakter adalah upaya yang dilakukan dengan sengaja untuk mengembangkan karakter yang baik (*good character*) berlandaskan kebajikan-kebajikan inti (*core virtues*) yang secara objektif baik bagi individu maupun masyarakat (Saptono, 2011). Di Indonesia proses sosialisasi nilai-nilai kearifan lokal dilakukan sejak anak-anak.

Pada usia anak-anak, nilai-nilai tertentu biasanya akan mudah mengendap dibandingkan pada usia dewasa. Tidak hanya nilai-nilai filosofis yang disosialisasikan sejak dini, demikian juga dengan nilai-nilai utama dalam bidang bisnis. Pada masa anak-anak nilai-nilai penting dalam bidang bisnis di Indonesia umumnya ditanamkan melalui permainan-permainan. Pada masyarakat Jawa, transformasi nilai-nilai moral sebagai wujud pendidikan budi pekerti umumnya telah dilakukan melalui tembang (Setyadi, 2012).

Dalam paradigma lama, keluarga dipandang sebagai tulang punggung pendidikan karakter. Karena pada masa lalu, lazimnya keluarga-keluarga bisa berfungsi sebagai tempat terbaik bagi anak-anak untuk mengenal dan mempraktekkan berbagai kebajikan. Orang tua masih punya cukup kesempatan mencukupi dan mampu memanfaatkan tradisi yang ada untuk mengenalkan secara langsung berbagai kebajikan kepada anak melalui teladan, petuah, cerita, dan kebiasaan setiap hari secara intensif. Namun, proses modernisasi membuat banyak keluarga mengalami perubahan fundamental. Karena tuntutan pekerjaan, banyak keluarga tidak cukup waktu untuk berlangsungnya pertemuan yang erat dengan keluarga. Dengan demikian makin banyak keluarga yang tidak bisa berfungsi sebagai tempat terbaik bagi anak-anak untuk mendapatkan pendidikan karakter. Itulah sebabnya amat baik bila sekolah menyelenggarakan pendidikan karakter. Bahkan, sekolah perlu terus berupaya menjadikan dirinya sebagai tempat terbaik bagi kaum muda untuk mendapatkan pendidikan karakter.

Ada 4 alasan mendasar mengapa sekolah perlu lebih bersungguh-sungguh menjadikan dirinya tempat terbaik bagi pendidikan karakter, yakni: 1) karena banyak keluarga yang tidak melaksanakan pendidikan karakter, 2) sekolah tidak hanya bertujuan membentuk anak yang cerdas, tetapi juga anak yang baik, 3) kecerdasan seorang anak hanya bermakna manakala dilandasi kebaikan, 4) karena membentuk anak didik agar berkarakter

tanggung bukan sekedar tugas tambahan bagi guru, melainkan tanggungjawab melekat pada perannya sebagai seorang guru.

Pendidikan karakter yang utuh mengolah tiga aspek sekaligus, yaitu pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral. Untuk itu desain komprehensif praktek pendidikan karakter, mencakup 12 strategi, 9 strategi tuntutan terhadap guru, dan 3 strategi tanggungjawab sekolah. 9 strategi tanggungjawab guru adalah: 1) bertindak sebagai sosok yang peduli, model dan mentor; 2) menciptakan komunitas moral di kelas; 3) mempraktikkan disiplin moral; 4) menciptakan lingkungan kelas yang demokratis; 5) mengajarkan nilai-nilai melalui kurikulum; 6) menggunakan pembelajaran kooperatif; 7) membangun kepekaan nurani; 8) mendorong refleksi moral; 9) mengajarkan resolusi konflik. Sedangkan 3 tanggungjawab sekolah adalah: 1) mengembnagkan sikap peduli. yang tidak hanya sebatas kegiatan di kelas; 2) menciptakan budaya moral yang positif di sekolah; dan 3) melibatkan orang tua siswa dan masyarakat sebagai partner dalam pendidikan karakter. Strategi komprehensif tersebut perlu ditopang 4 kunci keberhasilan pendidikan karakter, yakni: 1) keterlibatan guru dan karyawan sekolah; 2) keterlibatan siswa; 3) keterlibatan orang siswa, dan 4) keterlibatan komunitas karakter. Sekolah yang berkomitmen menjadikan dirinya sekolah karakter senantiasa harus focus pada upaya menumbuhkan, memelihara, dan mengoptimalkan keterlibatan 4 pihak tersebut.

Teori siklus pembelajaran menyatakan bahwa pembelajaran didapat dari proses belajar atas pengalaman yang didapat dalam aktivitas sehari-hari yang kemudian disimpulkan dan menjadi konsep maupun sistim nilai yang dipergunakan untuk keberhasilan dimasa yang akan datang. Dalam jangka pendek pembelajaran akan merubah sikap dan kinerja seseorang, sedangkan dalam jangka panjang mampu menumbuhkan identitas dan daya

adaptabilitas seseorang yang sangat penting bagi keberhasilannya (Pratikto, 2015). Internalisasi nilai-nilai lokal telah mempengaruhi pula pola perilaku wirausahawan dimana para usahawan telah menjadi figur dalam kehidupan sosial masyarakat yang secara langsung berpengaruh terhadap perilaku orang lain di tempat tinggal masing-masing informan wirausahawan. Hasil investigasi telah merekomendasikan pengembangan model pembelajaran kewirausahaan dengan pendekatan *Focus Group Discussion (FGD)* terhadap subyek dengan pendekatan *Problem Based Learning (PBL)* (Sapir, 2014).

Pembelajaran kooperatif/kolaboratif diinspirasi oleh seni hidup yang terdapat dalam kelompok/komunitas yang baik. Dalam komunitas macam itu, setiap anggota umumnya memiliki sikap tanggap serta kesediaan untuk menyumbangkan kemampuan terbaik yang mereka miliki untuk mencapai tujuan-tujuan mereka sendiri maupun tujuan-tujuan kelompok. Terdapat 5 karakteristik atau komponen esensial dalam pembelajaran kooperatif, yakni: 1) kesalingtergantungan positif antar individu, 2) interaksi tatap muka secara langsung, 3) tanggungjawab perseorangan, 4) keterampilan antar pribadi dan kelompok kecil, 5) evaluasi proses kelompok. Karena konteks dinamis dari aktivitas bisnis dan kurikulum, pengajaran dan penilaian materi etika akan tetap penting dan semakin menantang kedepannya. Upaya menyatukan keberlanjutan kurikulum, peningkatan dan perbaikan pendidikan etika bisnis mungkin akan melibatkan proses negosiasi yang luas diantara para pihak. Berhasil dan gagalnya pendidikan etika bisnis akan sangat berpengaruh terhadap peran masyarakat dalam pembentukan serta pelaksanaan peraturan beberapa tahun mendatang. Investasi yang lebih jauh pendidikan etis akan menjadi pilihan yang lebih baik



## SIMPULAN

Proses bisnis adalah proses penciptaan nilai (*value creation*), yaitu proses penciptaan apapun yang bermanfaat bagi kemanusiaan. *Real value creation* dalam bisnis hanya akan terjadi jika dilakukan dengan cara-cara yang bermoral. Cara yang tidak bermoral hanya menghasilkan *value destruction*, tidak pantas disebut partisipasi dalam pembangunan, melainkan pemunduran dan perusakan masyarakat. Tantangan pendidikan manajemen dan bisnis, antara lain adalah globalisasi, perkembangan teknologi, bisnis berbasis kompetensi, perspektif bisnis sebagai sistem, revolusi kualitas, perubahan dan perubahan.

Kearifan local yang hidup dan berkembang dalam masyarakat suku bangsa Indonesia, merupakan modal social bangsa yang dapat digunakan dalam menghadapi derasnya arus budaya global, agar bangsa Indonesia dapat mengurangi pengaruh negatifnya terhadap kehidupan bermasyarakat dan berbangsa. Kearifan local suku-suku bangsa Indonesia, pada umumnya berisi nilai-nilai religious, kemanusiaan, kebersamaan, toleransi, saling percaya, solidaritas dan kepedulian social dapat membangun elemen-elemen modal social, antara lain seperti kepercayaan (mutual trust); jejaring/hubungan social; dan norma.

Penguatan modal sosial yang bersumber dari nilai-nilai kearifan local suku bangsa Indonesia tersebut sangat penting terus diupayakan pelestarian dan pewarisannya dari satu generasi ke generasi berikutnya, terutama disaat individualism semakin menguat melanda kehidupan modern di era global ini. Agar kearifan local dapat diimplementasikan dan diwariskan, perlu terus ditemukan pendekatan dan strategi yang lebih kontekstual dengan kondisi perkembangan masyarakat Indonesia. Pendekatan scientific dengan pembelajaran kooperatif dipandang sebagai pembelajaran yang efektif untuk membentuk lulusan yang berkarakter. Pembelajaran kooperatif diinspirasi oleh seni hidup yang terdapat dalam kelompok/komunitas yang baik, yang diinspirasi oleh nilai-nilai kearifan lokal.

Karena konteks dinamis dari aktivitas bisnis dan kurikulum, pengajaran dan penilaian materi etika akan tetap penting dan semakin menantang kedepannya. Upaya menyatukan keberlanjutan kurikulum, peningkatan dan perbaikan pendidikan etika bisnis mungkin akan melibatkan proses negosiasi yang luas diantara para pihak. Berhasil dan gagalnya pendidikan etika bisnis akan sangat berpengaruh terhadap peran masyarakat dalam pembentukan serta pelaksanaan peraturan beberapa tahun mendatang. Investasi yang lebih jauh pendidikan etis akan menjadi pilihan yang lebih baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Grant, J.H. 2005. *Teaching Ethics in a Business Program*. Wiley InterScience . p. 75-87. ([www.interscience.wiley.com](http://www.interscience.wiley.com)).
- Hanum, F. 2015. *Kearifan Lokal membangun modal sosial bangsa Indonesia untuk menghadapi budaya loba*. Makalah: Simposium Nasional Jejak Kearifan Lokal dalam Budaya Global, LPPM UM 31 Oktober 2015.
- Indrawati, S W. 2007. *Identifikasi Nilai-nilai Kearifan Lokal (Local Wisdom) Dalam Permainan Tradisional Etnis Sunda*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Lickona, T. 2013. *Educating for Character* (diterjemah oleh Lita S). Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Pratikto, H. 2015. *Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemberdayaan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Untuk*

*Penguatan Ekonomi*. UM: Pengukuhan Guru Besar, 17 September 2015.

Ridwan, N.A. 2010. *Landasan Keilmuan Kearifan Lokal*. ONLINE <http://www.nusantaraonline.com>. Diakses 3 Februari 2012.

Saptono. 2011. *Demensi-demensi Pendidikan karakter: Wawasan, Strategi, dan Langkah Praktis*. Jakarta: Esensi, devisi Penerbit Erlangga.

Setiyadi, P. 2012. *Pemahaman Kembali Local Wisdom Etnik Jawa dalam Tembang Macapat dan Pemanfaatannya Sebagai*

*Media Pendidikan Budi Pekerti Bangsa*. *Magistra* No. 79 Th. XXIV Maret 2012. ISSN 0215-9511.

Samudra, Azhari A. 2010. *Pertimbangan Kearifan Lokal Dalam Perspektif Administrasi Publik Dan Public Finance*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Ngurah Rai pada 31 Juli 2010. Bali: Universitas Ngurah Rai.

Sapir, Pratikto, H., Hermawan, A., Wasiti. 2014. *Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal* (laporan Hasil Penelitian). Malang: LP2M Universitas Negeri Malang.