



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 1928-1936

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Tinjauan Pendidikan Filsafat dalam Bisnis di Era Digital

Catherine^{1✉}, Bonnarty Steven Silalahi², Cindy Tania³, Dalvin Untung⁴, Meizie Preity Kholivia⁵

(1) Business Management, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia

(2) Business Management Hospitality, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia

(3)(4)(5) Business Management, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia

Email: 03011220105@student.uph.edu^{1✉}

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk meninjau pendidikan filsafat dalam bisnis di era digital. Metode studi pustaka digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa filsafat memandang bahwa kegagalan dalam menjalankan sebuah bisnis disebabkan bukan karena pebisnis tidak mempunyai jiwa kewirausahaan (interpreneur) dan bukan juga karena pebisnis tidak memahami prinsip-prinsip bisnis, melainkan karena pebisnis tidak dapat berfikir secara filsafatis terhadap bisnis yang dijalankan. Atas dasar inilah pemahaman filsafat bisnis perlu dimiliki oleh para pebisnis. Pemahaman terkait filsafat bisnis ini akan membuat pebisnis mampu bertindak dan berfikir secara "filsafatis" yang mana pemikiran yang filsafatis sangat dibutuhkan dalam menjalankan bisnis yang mempunyai karakteristik penuh resiko dan tantangan. Beberapa manfaat positif ketika pebisnis mempunyai kemampuan berfikir secara filsafatis diantaranya adalah: adanya ruh bisnis dalam perusahaan, munculnya kesadaran bisnis pada diri pemimpin perusahaan, serta bisnis dapat berjalan secara berkelanjutan (*sustainable*). Disisi lain, pendekatan filsafat bisnis juga akan membantu mengarahkan perusahaan pada cara berfikir yang rasional, sistematis, dan komprehensif.

Kata Kunci: *Filsafat, Bisnis, Era Digital*

Abstract

The purpose of this research is to review philosophy education in business in the digital era. The literature study method was used in this study. The results of the study show that philosophy views that failure in running a business is caused not because business people do not have an entrepreneurial spirit (entrepreneur) and not because business people do not understand business principles, but because business people cannot think philosophically about the business being run. It is on this basis that businessmen need to have an understanding of business philosophy. An

understanding of this business philosophy will enable business people to act and think "philosophically" in which philosophical thinking is needed in running a business that is full of risks and challenges. Some of the positive benefits when a businessman has the ability to think philosophically include: the existence of a business spirit within the company, the emergence of business awareness in the company's leaders, and the business can run in a sustainable manner (sustainable). On the other hand, a business philosophy approach will also help direct the company to a rational, systematic and comprehensive way of thinking.

Keywords : *Philosophy; Business; Digital era*

PENDAHULUAN

Di era digital, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin terlihat nyata. Kemajuan teknologi ini terbukti berperan penting bagi seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang bisnis. Bisnis merupakan kegiatan usaha untuk menghasilkan atau menciptakan suatu produk atau jasa yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai semua kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Ada banyak bidang bisnis, yakni meliputi bisnis produksi, pertanian, konstruksi, distribusi, komunikasi, transportasi, jasa, pemerintahan, dan lain sebagainya (Kartawinata dkk, 2023).

Filsafat adalah ilmu yang dapat mendorong manusia untuk berpikir sebuah hakikat dari "sesuatu" dengan didasarkan atas 3 pertanyaan utama yaitu: 1) Apa yang ingin diketahui?, 2) Bagaimana cara untuk memperoleh pengetahuan itu?, 3) Bagaimana nilai atau kegunaan dari pengetahuan itu?. Pertanyaan-pertanyaan ini terlihat sangat sederhana akan tetapi pada kenyataannya mencakup permasalahan yang luas dan mendalam (Bahrum, 2013). dalam pendekatan filsafat, bisnis diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan pebisnis dengan tujuan memperoleh manfaat bagi dirinya dan memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi manusia (Andjani & Ihwanudin, 2022).

Seorang pebisnis dalam menjalankan usahanya tidak selalu dipenuhi dengan keberhasilan, adakalanya seorang pebisnis juga mengalami kegagalan. Di era digital seperti saat ini, ada banyak contoh kegagalan bisnis yang dialami pebisnis. Beberapa diantaranya adalah kegagalan bisnis akibat perusahaan tidak bisa mengikuti tren pemasaran digital, kegagalan bisnis karena tidak memiliki strategi bisnis yang jelas, kegagalan bisnis karena sistem manajemen perusahaan yang lemah, adanya fraud atau kecurangan dalam internal bisnis, perusahaan tidak memperoleh kepercayaan dari konsumen karena tidak jujur dalam berbisnis, perusahaan tidak berkembang karena sumber daya manusia yang dimiliki tidak termotivasi untuk berkinerja baik, dan masih banyak lagi.

Dalam perspektif filsafat, kegagalan dalam menjalankan sebuah bisnis disebabkan bukan karena pebisnis tidak mempunyai jiwa kewirausahaan (*entrepreneur*) dan bukan juga karena pebisnis tidak memahami prinsip-prinsip bisnis, melainkan karena pebisnis tidak mengenal pendekatan filsafat bisnis sehingga pihak tidak dapat berfikir secara filsafatis terhadap bisnis yang dijalankan. Atas dasar inilah pemahaman terkait pendekatan filsafat bisnis dalam menjalankan sebuah bisnis perlu dimiliki oleh para pebisnis (Thahir, 2020).

Filsafat bisnis adalah filsafat yang berkaitan dengan perenungan mendalam atau pemikiran mendalam mengenai perilaku-perilaku, nilai-nilai, serta kegunaan-kegunaan dari suatu "bisnis" sehingga dapat terciptanya pola bisnis yang baik dan benar. Pendekatan filsafat bisnis sangat cocok diterapkan di era digital seperti saat ini. Dengan pendekatan filsafat bisnis, perusahaan akan mampu bertindak dan berfikir secara "filsafatis" yang mana pemikiran yang filsafatis sangat dibutuhkan dalam menjalankan bisnis yang mempunyai karakteristik penuh resiko dan tantangan. Pendekatan filsafat bisnis akan mengarahkan perusahaan pada perilaku bisnis yang berorientasi pada kejujuran, kebaikan, kebenaran, perhatian, dan keberlanjutan di masa depan. Selain itu juga akan mengarahkan perusahaan pada cara berpikir yang rasional, sistematis, dan komprehensif.

Dari uraian tersebut, maka pada artikel ini penulis tertarik untuk membahas tentang Tinjauan Pendidikan Filsafat dalam Bisnis di Era Digital.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Jenis penelitian kepustakaan (studi pustaka) merupakan suatu metode pengumpulan data yang didasarkan pada referensi buku, jurnal, dokumen, web dan lain sebagainya yang berkaitan dengan fokus penulisan (Supriyadi, 2016). Jenis penelitian kepustakaan atau studi literatur ialah jenis penelitian yang mengkaji suatu fenomena, budaya, nilai-nilai, serta norma-norma yang ada di masyarakat dengan berdasarkan kajian teoritis dan referensi yang didapat dari sumber-sumber ilmiah tertulis seperti jurnal, artikel, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Informasi yang diperoleh dari sumber-sumber ilmiah tersebut selanjutnya dilakukan pengolahan data, penyusunan data dalam bentuk narasi, dan pengambilan kesimpulan untuk memperoleh jawaban atas persoalan yang diteliti (Surani, 2019).

Secara umum ada 4 aktivitas dalam menjalankan penelitian kepustakaan, diantaranya adalah (Sari dan Asmendri, 2020):

1. Mengidentifikasi masalah penelitian pada setiap pembahasan penelitian yang diperoleh dalam sumber ilmiah atau hasil penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian.
2. Mengumpulkan semua hasil temuan yang didapatkan dari sumber-sumber ilmiah.

3. Menganalisis setiap hasil temuan dan menghubungkan masing-masing hasil temuan.
4. Menuangkan setiap hasil temuan dalam bentuk narasi, memberi gagasan kritis terhadap hasil temuan tersebut, dan menghadirkan temuan baru berdasarkan hasil temuan-temuan yang sudah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ilmu Filsafat

Istilah filsafat bermula dari kata Yunani yaitu "Philosophia". Kata *Philo* berakar dari dua kata yakni "philen" yang artinya mencintai, serta "philos" yang artinya sahabat atau teman. Sementara kata "shopia" sendiri berakar dari kata "shopos" yang artinya bijaksana atau kebijaksanaan. Filsafat ialah salah satu dari cabang ilmu pengetahuan yang menggunakan daya pikir secara luas, mendalam, luas, dan didasarkan pada sikap bijaksana ketika memandang suatu fenomena atau masalah. Ilmu filsafat berusaha mendalami maksud atau hakikat di balik suatu fenomena atau masalah tersebut (Raharja & Muttaqin, 2020).

Filsafat adalah ilmu yang dapat mendorong manusia untuk berpikir sebuah hakikat dari "sesuatu" dengan didasarkan atas 3 pertanyaan utama yaitu: 1) Apa yang ingin diketahui?, 2) Bagaimana cara untuk memperoleh pengetahuan itu?, 3) Bagaimana nilai atau kegunaan dari pengetahuan itu?. Pertanyaan-pertanyaan ini terlihat sangat sederhana akan tetapi pada kenyataannya mencakup permasalahan yang luas dan mendalam (Bahrum, 2013). Adapun tujuan filsafat ialah untuk memperoleh pengertian dan kebijaksanaan. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh filsuf ST Alisjahbana bahwa "Berfilsafat memiliki tujuan untuk mengatur hidup manusia dengan sebaik-baiknya, dengan perasaan netral dan dengan bertanggung jawab. Bertanggung jawab dalam hal ini adalah memenuhi kewajiban sebagai manusia, terhadap Tuhan dan alam semesta dengan cara yang benar". Filsuf lain yaitu Karl Jasper menyatakan bahwa "tujuan berfilsafat ialah untuk memberi anjuran-anjuran yang berharga mengenai kehidupan, memberi makna tujuan kehidupan manusia, memberi perlindungan bagi manusia" (Raharja & Muttaqin, 2020).

Ruang Lingkup Kajian Filsafat

Sebagaimana diketahui, filsafat secara umum memiliki tiga bidang utama, yaitu ontologi, epistemologi dan aksiologi (Bahrum, 2013).

1. Aspek Ontologi

Pertanyaan mendasar yang muncul dalam tataran ontologi adalah: Apakah yang ingin diketahui? Dengan perkataan lain ontologi diartikan tentang bagaimana hakikat kebenaran dan kenyataan dari obyek yang ditelaah sehingga membuahkan pengetahuan. Sementara

Hakim dan Saebani (2008) menyebutkan bahwa ontologi adalah teori yang mempertanyakan setiap eksistensi (kebenaran) ilmu pengetahuan.

2. Aspek Epistemologi

Pertanyaan mendasar yang timbul dalam tataran epistemologi ialah: bagaimana cara memperoleh pengetahuan? Dengan perkataan lain, epistemologi mengkaji mengenai bagaimana cara memperoleh pengetahuan. Dalam mendapatkan ilmu pengetahuan yang akurat kebenarannya seseorang tidak cukup dengan mengandalkan pemikiran rasional saja, atau hanya mengandalkan penelitian empiris saja sebab kedua cara ini memiliki keterbatasan dalam mencapai kebenaran ilmu pengetahuan. Untuk memperoleh kebenaran ilmu pengetahuan, harus melalui suatu metode ilmiah yakni penggabungan antara empirisme dan rasionalisme.

3. Aspek Aksiologi

Pertanyaan mendasar yang muncul dalam tataran aksiologi adalah: Apakah nilai dari pengetahuan tersebut? /Apakah kegunaan atau tujuan pengetahuan tersebut? Dengan perkataan lain, aksiologi membahas tentang nilai atau kegunaan yang berkaitan dengan pengetahuan yang diperoleh.

Tinjauan Pendidikan Filsafat dalam Bisnis di Era Digital

Di era digital, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin terlihat nyata. Kemajuan teknologi ini terbukti berperan penting bagi seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang bisnis. Di bidang bisnis, kemajuan teknologi di era digital memunculkan banyak peluang bisnis baik itu dalam aspek proses, produksi, pemasaran, distribusi, inovasi hingga kompetisi bisnis. Dengan lahirnya teknologi digital, suatu perusahaan bisnis semakin mudah untuk melakukan persaingan bisnis serta mempercepat pertumbuhan dan perkembangan bisnisnya (Yuliana, 2014). Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh (Hasan dkk, 2020) bahwa teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu perusahaan bisnis, diantaranya adalah:

1. Teknologi yang hadir di era digital mempermudah perusahaan untuk memasarkan produk dan menyebarkan informasi terkait bisnisnya ke berbagai negara di dunia melalui platform digital. Seperti misalnya saat ini perusahaan bisnis telah banyak yang memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memasarkan produknya.
2. Teknologi yang hadir di era digital membuat aktivitas bisnis menjadi fleksibel. Hal ini terbukti dari adanya fleksibilitas pelanggan untuk berbelanja, yang mana kini pelanggan tidak harus mengunjungi toko untuk berbelanja melainkan cukup melakukan pemesanan produk secara daring melalui telepon, media sosial atau *e-commerce*.

Filsafat bisnis sangat diperlukan dalam pelaksanaan bisnis di era digital. Filsafat bisnis adalah filsafat yang berkaitan dengan perenungan mendalam atau pemikiran mendalam mengenai perilaku-perilaku, nilai-nilai, serta kegunaan-kegunaan dari suatu "bisnis" sehingga dapat terciptanya pola bisnis yang baik dan benar. Filsafat bisnis juga diartikan sebagai pemikiran pendalam dan kritis terkait bisnis yang dijalankan, yang mana pemikiran mendalam ini dapat dilihat dari pertanyaan "apa bisnis yang dijalankan?", "bagaimana bisnis itu dijalankan?", serta "apa yang menjadi tujuan dan fungsi bisnis yang dijalankan?" (Purnomo, 2021).

Keberadaan filsafat bisnis perlu dipahami oleh setiap perusahaan bisnis, karena di era digital seperti saat ini banyak sekali perusahaan bisnis yang menemui berbagai kegagalan dalam menjalankan bisnisnya. Seperti misalnya kegagalan bisnis akibat perusahaan tidak bisa mengikuti tren pemasaran digital, kegagalan bisnis karena tidak memiliki strategi bisnis yang jelas, kegagalan bisnis karena sistem manajemen perusahaan yang lemah, adanya *fraud* atau kecurangan dalam internal bisnis, perusahaan tidak memperoleh kepercayaan dari konsumen karena tidak jujur dalam berbisnis, perusahaan tidak berkembang karena sumber daya manusia yang dimiliki tidak termotivasi untuk berkinerja baik, dan masih banyak lagi.

Dalam hal ini, filsafat bisnis akan membantu perusahaan untuk bersikap atas kegagalan-kegagalan bisnis tersebut. Perusahaan yang memiliki kemampuan berfilsafat dalam bisnis, maka akan memandang kegagalan bisnis sebagai keberhasilan yang tertunda, sehingga atas terjadinya kegagalan tersebut perusahaan justru akan mencoba untuk memulai dari awal bisnisnya. Bagi perusahaan yang memiliki kemampuan berfilsafat, kegagalan dalam bisnis adalah dampak dari perilaku "berhenti untuk mencoba" (Pinontoan dkk, 2023).

Perusahaan bisnis perlu memahami terlebih dahulu ruang lingkup filsafat bisnis supaya dapat berfilsafat bisnis di era digital. Adapun ruang lingkup filsafat bisnis yakni mencakup aspek ontologi, epistemologi dan aksiologi. Ontologi bisnis ini meliputi kegiatan menelaah mengenai isu apa saja yang berkaitan dengan bisnis, seperti contohnya menelaah konsep pemasaran, menelaah konsep etika bisnis, dan lain sebagainya. Epistemologi bisnis yaitu kegiatan menelaah mengenai metode atau cara untuk menjalankan sebuah bisnis. Sedangkan aksiologi bisnis ialah kegiatan menelaah tentang apa kegunaan atau manfaat yang akan didapat dari aktivitas bisnis yang dijalankan tersebut (Raharja & Muttaqin, 2020).

Pemahaman terkait filsafat bisnis ini akan membuat perusahaan mampu bertindak dan berfikir secara "filsafatis" yang mana pemikiran yang filsafatis sangat dibutuhkan dalam menjalankan bisnis yang mempunyai karakteristik penuh resiko dan tantangan. Berikut adalah beberapa manfaat positif ketika suatu perusahaan bisnis mempunyai kemampuan berfikir secara filsafatis :

1. Filsafat bisnis mampu membangun ruh bisnis di era digital

Kemampuan berfilsafat akan membuat perusahaan mampu membangun ruh bisnis. Sebagaimana diketahui, di era digital seperti saat ini ada banyak perusahaan bisnis yang tidak mengedepankan nilai-nilai etika bisnis. Etika bisnis adalah aspek-aspek yang berkaitan dengan nilai dan norma seperti keadilan, kejujuran, kebenaran dan kebaikan (Sumalong, 2020). Maka dari itu, sangat diperlukan kemampuan filsafat bisnis agar bisnis yang dibangun mempunyai ruh bisnis. Ruh bisnis yang dimaksud disini adalah nilai-nilai etika yang meliputi keadilan, kejujuran, kebenaran dan kebaikan. Apabila suatu perusahaan bisnis tidak memiliki "ruh bisnis" maka perusahaan tersebut akan kehilangan tujuannya sehingga pada akhirnya akan sulit bersaing dan berkembang (Andjani & Ihwanudin, 2022).

2. Filsafat bisnis mampu membangun kesadaran bisnis di era digital

Kesadaran bisnis berkaitan dengan perasaan dan pengetahuan yang ada di dalam diri pebisnis. Pebisnis yang mempunyai kemampuan berfilsafat akan menjalankan bisnisnya atas dasar perasaan dan pengetahuan, bukan hanya berdasarkan mengejar besarnya keuntungan yang akan didapat. Salah satu tanda bahwa perusahaan telah bertindak secara "filsafatis" sehingga mampu membangun kesadaran bisnis adalah perusahaan tersebut akan selalu memperhatikan kinerja karyawannya, perusahaan akan selalu memotivasi karyawan dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan, serta perusahaan akan berusaha memanusiakan karyawan-karyawannya dengan memberikan tunjangan, upah kerja yang sesuai, reward dan lain sebagainya (Andjani & Ihwanudin, 2022). Menurut Kartawinata dkk (2023), bisnis yang tidak memanusiakan manusia akan gagal sebab segala sesuatu yang dihasilkan dari aktivitas bisnis (keuntungan, perkembangan bisnis) ialah output dari adanya hubungan antar manusia.

3. Filsafat bisnis mampu membangun bisnis yang berkelanjutan (*sustainable*) di era digital

Perusahaan yang mampu berfikir filsafatis akan memungkinkan perusahaan bisnis yang dibangun tetap bertahan di tengah-tengah persaingan bisnis yang ketat dan perusahaan akan terus berkelanjutan sesuai dengan perkembangan zaman. Upaya yang dapat dilakukan agar bisnis berjalan secara sustainable adalah perusahaan harus berpedoman pada langkah sebelumnya yaitu membangun ruh bisnis dan kesadaran bisnis (Andjani & Ihwanudin, 2022).

Pendekatan filsafat bisnis itu akan membantu mengarahkan perusahaan pada cara berpikir yang rasional, sistematis, dan komprehensif (Wahana, 2016). Cara berpikir rasional akan membantu perusahaan untuk berperilaku yang masuk akal terkait bisnis. Cara berpikir sistematis akan membantu perusahaan untuk menjalankan bisnis dengan langkah-langkah yang urut seperti melakukan riset pasar terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan melakukan perencanaan bisnis, mempersiapkan sumber daya bahan baku, manusia, keuangan dan lain sebagainya. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan bisnis. Dengan cara berpikir

sistematis ini, perusahaan bisnis akan lebih siap dalam menjalankan bisnis dan menghadapi tantangan dan resiko bisnis. Sedangkan cara berpikir komprehensif akan membantu perusahaan dalam melakukan perhitungan untung rugi, kekuatan kelemahan, resiko, tantangan dan lain sebagainya sehingga bisnis yang dijalankan dapat berkembang dan berkelanjutan (Purnomo, 2021).

SIMPULAN

Pendekatan filsafat bisnis akan membuat pebisnis mampu bertindak dan berfikir secara "filsafatis" yang mana hal ini dapat memberikan beberapa manfaat positif seperti: adanya ruh bisnis dalam perusahaan, munculnya kesadaran bisnis pada diri pemimpin perusahaan, serta bisnis dapat berjalan secara berkelanjutan (*sustainable*). Disisi lain, pendekatan filsafat bisnis juga akan membantu mengarahkan perusahaan pada cara berpikir yang rasional, sistematis, dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjani, S., & Ihwanudin, N. (2022). Filsafat Sebagai Ilmu Dalam Praktik Bisnis dan Pembentukan Merek Dagang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 77-86.
- Bahrum. (2013). Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi. *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*, 35-45.
- Hasan dkk. (2020). *Kewirausahaan*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Kartawinata, B. R, dkk. (2023). Filsafat Bisnis. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Pinontoan, M., M. M. Wullur dan A. Rahmat. (2023). Pembelajaran Kerirausahaan: Kajian Teoretis dan Pelaksanaannya. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Purnomo, A. D. (2021). Strategi Promosi Melalui Offline dan Online dalam Metode Filsafat Bisnis. Medan: Fakultas Agama Islam dan Humaniora.
- Raharja, S. J., & Muttaqin, Z. (2020). *Konsep Dasar Filsafat Bisnis*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sari, M dan Asmendri. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*. 6 (1): 1-13.
- Sumalong, D. G. B. (2020). Pandangan Filsafat Modern tentang Etika Bisnis. *Jurnal Ilmiah*. 1 (1): 1-8
- Supriyadi. (2016). Community of Practioners: Solusi Alternatif Berbagai Pengetahuan Antar Pustakawan. *Lentera Pustaka*, 83-93.
- Surani, Dewi. (2019). Studi Literatur: Peran Teknolog Pendidikan dalam Pendidikan 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*. 2 (1): 456-469.

- Thahir, L. S. (2020). *Filsafat Bisnis: Kiat Sukses Membangun Bisnis Anda*. Yogyakarta: Iqra Publishing.
- Wahana, Paulus. (2016). *Filsafat Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: Pustaka Diamond
- Yuliana, O. Y. 2014. Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 2 (1): 36-52.