



KAJIAN NILAI-NILAI AJARAN BUDDHA SEBAGAI LANDASAN ETIKA BISNIS

Andhika Mustika Dharma¹, Dika Arya Yasa², dan Mulyana³

**Prodi Bisnis dan Manajemen Buddha, STABN Sriwijaya, Jalan Edutown BSD City, 15339,
Indonesia^{1,2,3}**

E-mail: andhikamustikadharma@gmail.com¹, dikaarya96@stabn-sriwijaya.ac.id², mulyanawahyu45@gmail.com³

ABSTRACT

*This study is a continuation of previous research that examined Buddhist teachings in the *Anguttara Nikāya* related to business ethics. The present study aims to analyze Buddhist values more broadly as a foundation for business ethics, focusing on Buddhist teachings without being limited to a single *Nikāya*. Although Buddhist teachings predominantly address liberation (*nibbāna*) and mental discipline, they also contain ethical principles that are relevant to economic and business activities, particularly in the context of achieving well-being without causing suffering. This research employs a literature review method with a qualitative approach and adopts a descriptive-analytical research design. The primary data source is the *Tipiṭaka*, supported by scholarly articles, books, and other relevant sources on business ethics. Data analysis was conducted through several stages: data collection, data reduction, thematic categorization of values, interpretation of meaning, and drawing conclusions. The findings indicate that business ethics from a Buddhist perspective emphasize honesty and the principle of not causing harm to oneself or others. They also stress awareness of limitations in profit-seeking and resource utilization, as well as the practice of right speech, right thought, and right action. Furthermore, Buddhist teachings encourage business actors to adopt a realistic attitude, focus on practical implementation, and view experiences of loss as opportunities for learning rather than regret. These values can serve as an ethical framework for developing sustainable business practices oriented toward collective well being.*

Keywords: *business ethics, buddhist teachings*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari studi sebelumnya yang mengkaji nilai-nilai ajaran Buddha dalam *Anguttara Nikaya* terkait etika bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai-nilai ajaran Buddha secara lebih luas sebagai landasan etika bisnis, dengan berfokus pada ajaran Buddha (tidak terbatas pada salah satu *Nikaya*). Meski ajaran Buddha secara dominan membahas tentang pembebasan (*nibbāna*) dan pengendalian batin, di dalamnya terdapat prinsip-prinsip etis yang relevan untuk diaplikasikan dalam aktivitas ekonomi dan bisnis, khususnya dalam konteks pencapaian kesejahteraan yang tidak menimbulkan penderitaan. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif analitis. Sumber data utama adalah Kitab Suci *Tripiṭaka*, yang didukung oleh artikel ilmiah, buku, dan sumber relevan lainnya mengenai etika bisnis. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, pengelompokan tema nilai, penafsiran makna, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa etika bisnis dalam perspektif buddhis menekankan nilai kejujuran dan tidak merugikan diri sendiri maupun pihak lain. Juga menekankan pada kesadaran terhadap batasan dalam memperoleh keuntungan dan penggunaan sumber daya, serta praktik ucapan, pikiran, dan perbuatan benar. Selain itu, ajaran Buddha mendorong pelaku usaha untuk bersikap realistis, fokus pada praktik nyata, dan menjadikan pengalaman kerugian sebagai sarana pembelajaran, bukan penyesalan. Nilai-nilai tersebut dapat menjadi kerangka etis dalam membangun praktik bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Kata kunci: etika bisnis, ajaran Buddha

I. PENDAHULUAN

Umat Buddha yang menjalani kehidupan berumah tangga (*gharavāsa*) tidak terlepas dari aktivitas ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kesejahteraan. Dalam ajaran Buddha, kesejahteraan tidak dipahami semata-mata sebagai kepemilikan kekayaan material, melainkan sebagai kondisi hidup yang terbebas dari penderitaan (*dukkha*). Buddha mengingatkan, bahwa kemiskinan adalah sumber tindakan kriminal (AN 6:374. V Dhammika – Hutang), sehingga upaya mencapai kesejahteraan bagi *gharavāsa* dipandang sebagai sesuatu yang wajib. Namun demikian, kesejahteraan yang diperoleh melalui cara-cara yang tidak sesuai ajaran Buddha, akan menimbulkan penderitaan baru, bagi diri sendiri maupun pihak lain.

Dalam konteks tersebut, aktivitas bisnis dan perdagangan menjadi salah satu sarana utama bagi *gharavāsa* untuk memperoleh penghidupan. Praktik bisnis yang tidak dilandasi prinsip etika berpotensi menimbulkan ketidakadilan, eksploitasi, dan kerugian sosial. Dijelaskan bahwa, ketika mengumpulkan atau memperoleh kekayaan dengan melakukan lima perdagangan yang tidak dianjurkan, maka akan menimbulkan penderitaan (Vanijja Sutta, AN 5.177/ A iii 208). Oleh karena itu, etika bisnis menjadi pedoman penting agar aktivitas ekonomi tidak menyimpang dari nilai-nilai moral dan kemanusiaan. Sejalan dengan hal tersebut, ajaran Buddha menekankan pentingnya tindakan yang tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lain, yang secara konseptual memiliki keterkaitan erat dengan prinsip-prinsip etika bisnis.

Pada kajian penelitian sebelumnya (Dharma, 2023), menemukan bahwa ketika seseorang memberi sesuatu yang dibutuhkan oleh perta-

pa atau bhikkhu atau orang suci, melebihi yang diharapkan, maka bisnis tersebut akan berhasil melebihi harapan (Vanijja Sutta, AN 4.79). Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai ajaran Buddha dapat diaplikasikan dalam etika bisnis, khususnya melalui ajaran-ajaran yang terdapat dalam *Anguttara Nikāya*. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa praktik memperoleh, menggunakan, dan mengelola kekayaan secara benar berperan penting dalam membangun kesejahteraan yang tidak menimbulkan penderitaan. Meskipun demikian, kajian terdahulu tersebut, masih berfokus pada *Anguttara Nikāya* saja, belum mencakup seluruh ajaran Buddha.

Kumpulan khotbah Buddha fokus membahas ajaran tentang pembebasan (*nibbāna*), pengendalian batin, serta hubungan sebab-akibat (*paṭiccasamuppāda*). Sekilas, ajaran Buddha tidak secara langsung membahas persoalan ekonomi atau bisnis. Namun, di dalamnya terkandung prinsip-prinsip etis fundamental yang bersifat universal, seperti kejujuran, pengendalian keinginan, kesadaran terhadap batasan, serta praktik ucapan, pikiran, dan perbuatan benar. Prinsip-prinsip tersebut memiliki relevansi yang kuat untuk dijadikan landasan etika dalam aktivitas bisnis dan ekonomi dewasa ini.

Minimnya penelitian yang secara khusus mengkaji nilai-nilai ajaran Buddha sebagai landasan etika bisnis menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*). Padahal, penggalian nilai-nilai etis dari pada ajaran Buddha berpotensi memperkaya khazanah pemikiran etika bisnis buddhis, sekaligus memberikan perspektif alternatif terhadap praktik bisnis yang berorientasi pada kesejahteraan bersama dan keberlanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada kajian nilai-nilai ajaran Buddha yang relevan untuk diaplikasikan sebagai landasan etika bisnis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai-

nilai etis dalam ajaran Buddha, serta menjelaskan relevansinya dalam membangun praktik bisnis yang jujur, bertanggung jawab, dan tidak menimbulkan penderitaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian etika bisnis buddhis, serta kontribusi praktis sebagai rujukan etis bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis yang berorientasi pada kesejahteraan bersama.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan Penelitian Ke-pustakaan (*library research*), menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analisis. Langkah penelitian menurut Mestika Zed (2003), sebagai berikut: (1) menyiapkan buku, kertas, alat tulis, dan alat perekam; (2) membuat dan menyusun catatan-catatan kerja dalam bentuk bibliografi yang digunakan untuk mencatat berbagai judul sumber referensi, halaman sumber referensi, kata kunci atau point-point penting yang berkaitan dengan penelitian, waktu sunting sumber referensi dan lain sebagainya; (3) membuat jadwal atau mengatur waktu pelaksanaan penelitian seperti menulis, merangkum, membaca dan lainnya. Penulis berupaya untuk memanfaatkan waktu menyesuaikan rutinitas penulis dengan waktu penelitian, sehingga dapat selesai tepat waktu; (4) *action* penulis dalam menggali sumber referensi, seperti membaca, menulis, bertemu nara sumber dan lainnya, serta membuat catatan-catatan penting yang dapat muncul secara tidak terduga; (5) penulis membaca berulang kali, untuk menemukan titik lemah dari setiap referensi yang terkumpul, sehingga menyaring informasi yang sesuai dengan materi. Sumber-sumber yang terkumpul akan dikritisi sehingga mendapatkan keterkaitan yang sesuai dengan materi.

III. ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Prinsip Otonomi dalam etika bisnis, memiliki ciri-ciri (Budi Prihatminingtyas (2019), 1) mengetahui bidang kegiatan yang ditekuni yang telah disampaikan; 2) mengetahui situasi yang dihadapi; 3) mengetahui hal yang diharapkan dari bidang usaha tersebut; 4) mengetahui tuntutan serta aturan yang berlaku pada bidang ke-

giatan dari usaha tersebut; 5) Sadar dan mengetahui keputusan dan tindakan yang akan diambil; 6) Sadar dan mengetahui risiko yang timbul; 7) Sadar dan mengetahui keputusan dan tindakan yang akan diambilnya sesuai atau tidak dengan nilai dan norma moral tertentu. Ciri-ciri tersebut dibahas dalam ajaran Buddha, dengan penjelasan bahwa, seorang pebisnis mengetahui dengan jelas bidang usaha yang dijalankannya. Dalam artian, mengetahui sumber daya apakah yang digunakan untuk berbisnis tersebut; bagaimana sumber daya tersebut diperoleh; bagaimana proses pembuatan dan hasil pembuangan limbahnya. Mengetahui apakah bisnis tersebut membawa pada kebaikan atau keburukan. Sebagai bisnis yang bersumber pada ajaran Buddha maka bisnis yang dikelola adalah bisnis baik, yang sumber dayanya tidak merusak lingkungan, serta produksi, distribusi, dan konsumsinya tidak menimbulkan polusi serta limbah. Seorang Pebisnis akan mengalami berbagai situasi yang tidak terduga. Pebisnis yang ideal, sudah mencari tahu berbagai kemungkinan situasi yang akan terjadi, dan menemukan solusi terbaik untuk menghadapinya. gharavasa perlu mengharapakan bisnis yang dilakukan dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia tanpa menimbulkan penderitaan bagi makhluk hidup lainnya. Dalam bisnis terdapat wilayah abu-abu, di mana suatu hal dapat dikondisikan untuk tidak melanggar aturan, namun ternyata melanggar etika dan membuat banyak pihak merugi. Aturan dibuat bukan untuk dimanipulasi, melainkan untuk dilakukan dengan benar. Hanya saja, tindakan yang sering dilakukan seseorang dan menyenangkan, dapat saja bertentangan dengan nilai dan moral tertentu (Yapinus, 2011:12-16).

Prinsip Kejujuran dikatakan sebagai tindakan yang tidak memanipulasi suatu kondisi, seperti kandungan pada barang yang diproduksi, baik kepada masyarakat secara luasnya, serta kepada konsumen maupun relasi bisnis dan pemerintah. Prinsip kejujuran sederhananya adalah ketidakbohongan (Wulan & Hastuti, 2011:37). Dengan tidak melakukan kebohongan, maka pebisnis sudah menerapkan kejujuran. Namun, seperti yang diketahui bahwa ada banyak wilayah abu-abu dalam bisnis, di mana kejujuran menjadi hal tabu bagi pebisnis. Menyikapi hal tersebut, pebisnis tidak dituntut untuk selalu jujur dalam setiap tindakan bisnisnya, namun dituntut untuk tidak berbohong atau memanipulasi sesuatu yang merugikan pihak lain. Komposisi suatu barang menjadi fokus utama dari prinsip kejujuran tersebut.

tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya dalam membuat suatu produk hanya untuk keuntungan yang lebih besar. Buddha menyampaikan “batin ini berkeliaran jauh, mengembara sendirian, tak berwujud, berdiam di lubuk hati. Barangsiapa mampu mengendalikan batin, akan terbebas dari belenggu Mara” (Dhammapada, 37) (Vijjananda, 2013: 25). Perlu pengendalian batin agar gharavasa yang berbisnis tidak melakukan kecurangan dalam produk yang dijual. Marga menyampaikan pertanyaan, “berapakah harga sebuah rasa sukur?” (Marga, 2012:157). Pertanyaan ini mewakili prinsip kejujuran yang dilanggar oleh pebisnis karena mengejar keuntungan secara lebih. Menurut Marga, selama seseorang tidak bersukur, maka ketidakjujuran masih dapat dilakukan oleh para pebisnis.

Prinsip berbuat Baik dan Prinsip Tidak Berniat/Berbuat Jahat, dikatakan sebagai pengkondisian agar setiap orang tidak berlaku curang atau berbuat jahat kepada orang lainnya sebagai komitmen meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran. Menumpuk perbuatan baik itu membahagiakan (Dhammapada 118) (Vijjananda dan Siloy, 2012:69), maka berbuat baiklah agar hidupnya bahagia. “Siapapun melakukan kejahatan, selama buah kejahatannya masih belum membuahkan hasil, ia akan berpikir bahwa itu adalah masalah biasa, tetapi ketika kamma buruk itu memberikan hasil, ia kemudian tahu bahwa yang telah dilakukannya itu merupakan kamma jahat perbatan tidak baik” (Buddha) (Ratchaved, 2010:100). Pernyataan yang disampaikan oleh Buddha tersebut, adalah suatu sebab mengapa masih banyak orang yang melakukan tindak kejahatan. Tentu saja karena berbuahnya suatu karma buruk, tidaklah instan. Melaikan membutuhkan suatu proses yang tidak diketahui secara pasti oleh manusia biasa. Sehingga manusia tidak takut ketika berbuah jahat. Kejahatan yang dilakukan seseorang, meskipun tidak diketahui, adalah batu sandungan bagi pemahaman (*dhamma*) (Karniawan, 2021:56). Buddha mengatakan bahwa sebagai pebisnis beragama Buddha, melakukan praktik bisnis haruslah berpedoman pada *dhamma*. Jika pebisnis banyak melakukan kejahatan, maka akan semakin jauh dalam memahami *dhamma*. Seseorang yang telah lama hidup sebagai perampok, akan sulit menerima bahwa merampok merupakan tindakan yang salah. Maka perlu sejak awal mencegah kejahatan agar tidak timbul dalam diri manusia. Mencegah kejahatan yang belum timbul agar tidak punya kesempatan

timbul, merupakan salah satu dari empat macam Usaha Besar (Catur Samyakpradhana) (Sangha Mahayana Indonesia, 2012:294).

Prinsip Keadilan disebut sebagai kondisi di mana hak dan kewajiban dalam kondisi yang seimbang, sehingga terdapat beberapa tindakan yang adil dalam berbisnis yaitu: 1) penetapan harga jual yang layak terhadap konsumen; 2) penetapan harga beli yang layak terhadap pemasok; 3) penetapan keuntungan yang wajar terhadap pemilik perusahaan; 4) penetapan upah yang layak terhadap karyawan. Pebisnis yang menjual produk melebihi harga yang layak kepada konsumen maupun pemasok, telah melanggar prinsip keadilan. Demikian dengan menetapkan keuntungan yang tidak wajar terhadap diri sendiri serta penetapan upah yang tidak sesuai, juga termasuk dalam pelanggaran prinsip keadilan. Peneliti pernah mewawancarai seorang pedagang ayam olahan. Pedagang tersebut menjual ayam goreng tepung bagian sayap seharga delapan ribu rupiah. Peneliti tahu bahwa harga satu potong sayap, tidak mencapai empat ribu rupiah, dan hal tersebut juga disetujui oleh pedagang tersebut, bahkan pedagang tersebut mendapat harga tiga ribu rupiah perpotong sayap, karena membelinya langsung di pabrik. Ini menjadikan harga sayap tersebut dua kali lipat lebih dari harga bahan dasar. Harga tersebut masih termasuk tidak berlebihan, sebab selain bahan dasar sayap ayam, pedagang masih mengeluarkan modal untuk membeli tepung, minyak goreng, gas, bumbu-bumbu, saos, serta wadah dan juga sewa tempat beserta membayar gaji karyawan. Dengan beragam modal yang dikeluarkan, harga jula delapan ribu perpotong sayap, sudah sangat ideal. Hal tersebut juga didukung dengan fakta lapangan, di mana penjual ayam goreng tepung lainnya, juga menjual diharga yang menyerupai, yaitu antara tujuh ribu hingga sembilan ribu rupiah perpotongnya. Jika dibandingkan dengan harga sayap ayam di restoran, maka harga jual sayap ayam dipedagang tersebut termasuk murah. Strategi behavioral memandang manusia terutama sebagai makhluk pasif yang tergantung pada pengaruh lingkungannya. Sedangkan strategi fenomenologis memandang manusia sebagai makhluk aktif yang mampu beraksi dan melakukan pilihan-pilihan sendiri (Djaelani, dkk. 2014:324), sehingga dapat saja prinsip keadilan yang diterapkan para pedagang, dipengaruhi pula oleh lingkungan seki-

tarnya, yaitu sesama pedagang lainnya. Peneliti pernah berkunjung ke pasar di Tanah Abang, di mana lingkungannya mengharuskan konsumen untuk pandai menawar harga. Bagi konsumen yang tidak terlalu cakap menawar, lebih sering mendapat harga yang jauh lebih tinggi dari harga pasaran. Lingkungan tersebut juga dapat terbentuk dari budaya yang ada. Kebudayaan berperan sebagai instrumen persatuan dan kesatuan dalam menjalankan kelangsungan hidup bermasyarakat (Ansyar, 2017:144), sehingga budaya menaikkan harga dengan target konsumen baru, diadaptasi menjadi budaya di lingkungan tersebut. budaya tidak adil tersebut, lebih cepat berkembang daripada budaya kejujuran sebab, manusia pada umumnya menolak apa yang tidak menyenangkan dan menafsui apa yang menyenangkan (Anggawati & Cintiawati, 2023:36). Memperoleh keuntungan yang lebih dianggap sebagai sesuatu yang menyenangkan sehingga akan terus dilakukan oleh manusia. Prinsip keadilan menyatakan bahwa seseorang yang sederajat harus diperlakukan sederajat (Wulan & Hastuti, 2011:36), maka Pebisnis yang hendak menaikkan harga jual produknya, harus didasari dengan berbagai kondisi seperti bisnis yang menawarkan kenyamanan dan kualitas produk tinggi, maka sah-sah saja ketika menaikkan harga, sebab dari modal usahanya sudah tinggi. Target konsumennya, dari kalangan ekonomi atas.

Prinsip Hormat pada Diri Sendiri. Prinsip ini dikatakan sebagai prinsip tindakan bisnis yang dampaknya berpulang kembali kepada bisnis itu sendiri, sehingga prinsip ini menuntut dan mendorong pelaku serta perusahaan bertindak secara maksimal untuk menjadi yang terbaik dan dibanggakan. Kita diminta berlindung pada kemampuan kita sendiri dalam menyadari sesuatu, mengarahkan perhatian pada kehidupan tidak peduli keadaan apa pun yang kita alami di masa sekarang (Sumedho, 2020:234), sehingga tindakan yang membuat Pebisnis dinilai secara baik dan maksimal bersumber dari apa yang sudah Pebisnis tersebut lakukan. Seorang gharavasa yang berbisnis, akan berupaya secara maksimal dan sebaik mungkin menghasilkan dan menjual suatu produk serta layanan kepada konsumen, dengan bercermin pada diri sendiri. Ketika apa yang Pebisnis berikan kepada konsumen, dinikmati oleh Pebisnis tersebut dan merasa puas, maka Pebisnis sudah berhasil menerapkan prinsip hormat pada diri sendiri. Namun hal tersebut

dapat menjadi sulit dilakukan karena sifat manusia itu sendiri. Bagi sebagian orang, sekadar berpikir saja sudah membuat batin mereka goyah dan kacau hingga memerlukan sesuatu yang lebih dari sekadar niat atau tekad (Brahm, 2011:160), sehingga butuh suatu hal yang lebih kuat dari niat atau tekad agar para Pebisnis dapat konsisten memberikan yang terbaik kepada konsumen.

Prinsip Saling Menguntungkan. Sebuah kisah tentang perangkap tikus yang disampaikan Ajahn Brahm, di mana hewan yang lain yaitu ayam, babi, dan sapi, tidak peduli dengan adanya perangkap tikus yang dipasang Pak Tani, karena dianggap tidak dapat membuat hewan lain terperangkap. Meski tikus sudah memelas, ketiga hewan tersebut tetap tidak memerdulkannya. Pada akhirnya seekor ular tanpa sengaja terkena perangkap tersebut. istri petani yang ingin mengecek perangkap, malah tergigit oleh ular hingga sakit. Petani dengan keterbatasannya, berpikir untuk menyiapkan sup ayam agar istrinya sehat kembali, sehingga ayam terbunuh dan dijadikan sup. Sanak saudara Pak Tani berdatangan untuk menjenguk, sehingga babi disembelih untuk suguhan kepada sanak saudaranya yang berkunjung tersebut. Istri petani akhirnya meninggal, dan untuk mengurus pemakaman, Pak Tani terpaksa menjual sapi. Akhir cerita ini adalah, ayam, babi, dan sapi telah kehilangan nyawa oleh sesuatu yang mereka abaikan karena dianggap tidak mengancam dan tidak menguntungkan (2012:15-17). Prinsip saling menguntungkan jelas memiliki makna bahwa dalam berbisnis produsen dan konsumen harus sama-sama untung. Produsen mendapat keuntungan, konsumen mendapat produk sesuai kebutuhan dan keinginannya. Namun terkadang manusia hanya berfokus pada hal yang dianggap langsung memberikan dampak baik untung atau rugi. Manusia masih ada yang belum berpikir panjang tentang suatu dampak yang dianggap tidak langsung berkaitan atau tidak berhubungan sama sekali dengan manusia tersebut. Seperti kisah perangkap tikus, di mana ketiga hewan berpikir bahwa perangkap tikus tidaklah berhubungan dengan ketiga hewan yang berbadan besar dan tinggal di luar rumah. Namun kisah tersebut mengajarkan bahwa, setiap kejadian dapat saja tidak terprediksi oleh kita. Oleh karena itu, gharavasa yang berbisnis dituntut untuk selalu waspada terhadap segala hal yang terjadi. waspada diantara yang lengah, terjaga dari yang tertidur. Menurut Kantor Menteri Negara PPLH, salah satu dari delapan penyebab

utama rusaknya lingkungan adalah akibat praktik yang salah dalam eksplorasi sumber daya alam (Prasetyo & Hariyanto, 2018:197). Melihat fakta tersebut jelas bahwa produsen yang merusak lingkungan demi keuntungan pribadi, tidak menyadari bahwa akan berdampak pula bagi produsen itu sendiri kedepannya. Jika lingkungan rusak, maka habitat manusia juga akan rusak. Jika semua lingkungan sudah rusak, maka kekayaan yang diperoleh dari seluruh bisnis tersebut, tidak akan berguna lagi, sebab tidak ada lingkungan lagi bagi manusia di bumi.

Etika bisnis mengenal tiga pendekatan dasar dalam rumusan tingkah laku etika bisnis. Dalam nilai-nilai ajaran Buddha, ketiga pendekatan tersebut diulas sebagai berikut:

- a. Pendekatan Manfaat (*Utilitarian Approach*): setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya. Sebagai gharavasa, sepatutnya menerima saran yang diberikan oleh para bijaksana seperti Buddha, sebagai panutan yang memiliki pengetahuan melebihi diri sendiri (Dhammananda: 2007:152). Pengetahuan tersebut yang digunakan agar gharavasa mengetahui konsekuensi dari setiap tindakan yang dilakukan dalam bisnis. Pebisnis perlu memiliki pedoman, agar yang dilakukan tidak keliru dan tidak membawa manfaat. Buddha telah menyediakan pedoman tersebut dalam bentuk ajaran yaitu Dhamma, tinggal bagaimana manusia mau menerapkan atau tidak. Adrian menjelaskan, bahwa tindakan seseorang untuk mau menggunakan pedoman yang ada, dapat dikendali oleh alam bawah sadar, sebab pikiran bawah sadar yang dapat dikatakan berada di luar kendali manusia, terjadi oleh sesuatu yang tidak kita sadari, meski tidak sepenuhnya. Namun dapat terjadi akibat dari suatu peristiwa lampau yang tidak kita sadari (kita tidak tahu kenapa kita menyukai warna merah), sehingga kita perlu melatih alam bawah sadar agar menyukai hal-hal positif dalam berbisnis (Adrian, 2017:66-67). Sering terjadi seseorang yang telah diberi nasihat dan diberi tahu sesuatu hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan, namun tetap saja melakukan hal-hal yang dilarang tersebut. seperti pecandu yang tidak dapat lepas dari obat.

Hal ini dikatakan oleh Adrian, karena adanya pengaruh alam bawah sadar, yang terjadi pada masa lampau. Meski manusia mendapat suatu konsekuensi negatif dari tindakan salah yang dilakukan, namun manusia tetap melakukannya karena suka atau tidak dapat terlepas dari tindakan tersebut. seorang yang baru keluar penjara, apakah ada jaminan tidak akan melakukan kejahatan kembali?

- b. Pendekatan Hak Azasi Manusia (*Individual Right Approach*): setiap orang dalam tindakan dan kelakukannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadinya benturan dengan hak orang lain. Hanya saja, dalam dunia bisnis, produksi dan pertukaran (perdagangan) barang dimotivasi oleh maksimalisasi keuntungan. Ini disebut kapitalisme, di mana produksi barang dilakukan untuk pemenuhan permintaan pasar semata, tanpa mempertimbangkan kebutuhan sosial dan keadilan sosial (Kertajaya, 2012:182). Melihat hal tersebut hak asasi manusia menjadi terkesampingkan. Pelaku bisnis hanya berfokus memenuhi permintaan konsumen demi keuntungan semata, tanpa melihat hak-hak orang lain yang terbentur.
- c. Pendekatan Hukum (*Justice Approach*): para pembuat keputusan mempunyai kedudukan sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok. Salah satu sisi gelap manusia adalah takut mengambil tanggung jawab atas apa yang terjadi, dan selalu merasa lebih nyaman (dan mudah diterima) jika ada yang disalahkan dan apabila ada orang lain (selain dirinya) yang bertanggung jawab, yang patut dipersalahkan, yang menyebabkan semua keburukan yang dialaminya (Zam, 2015:135). Mengingat hal tersebut merupakan sifat dasar manusia, maka pelanggaran hukum sering kali terjadi dengan cara yang unik, yaitu mencari cela dari hukum tersebut. Bagi Pebisnis kelas kakap, akan menciptakan hukum baru sehingga dianggap tidak melanggar hukum yang ada. Pelanggaran etika sering kali menjadi alternatif dari pelanggaran hukum tersebut.

Berdasarkan analisis terhadap ajaran Buddha dalam *Samyutta Nikāya* serta telaah literatur etika bisnis, penelitian ini menemukan sejumlah nilai etis yang relevan untuk dijadikan landasan etika bisnis. Nilai-nilai tersebut bersifat fundamental dan berkaitan dengan pengendalian batin, kesadaran moral, serta prinsip tidak menimbulkan penderitaan dalam aktivitas ekonomi. Temuan penelitian ini dirumuskan ke dalam enam prinsip etika bisnis sebagai berikut.

1. Prinsip Otonomi dan Kesadaran Moral

Ajaran dalam *Samyutta Nikāya* menekankan pentingnya kesadaran diri (*sati*) dan kebijaksanaan (*paññā*) dalam setiap tindakan. Prinsip ini menuntut pelaku bisnis untuk memahami secara sadar bidang usaha yang dijalankannya, termasuk sumber daya yang digunakan, proses produksi, serta dampak yang ditimbulkan terhadap diri sendiri, masyarakat, dan lingkungan. Otonomi dalam perspektif buddhis tidak dipahami sebagai kebebasan tanpa batas, melainkan sebagai kemampuan mengambil keputusan secara sadar dan bertanggung jawab berdasarkan nilai moral.

2. Prinsip Kejujuran (*Sacca*)

Nilai kejujuran merupakan salah satu prinsip etis utama dalam ajaran Buddha. Dalam konteks bisnis, kejujuran dimaknai sebagai tidak melakukan kebohongan, penipuan, atau manipulasi yang merugikan pihak lain. Prinsip ini berkaitan erat dengan pengendalian batin dan kesadaran terhadap akibat moral dari setiap tindakan. Kejujuran menjadi dasar terciptanya kepercayaan antara pelaku usaha, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya.

3. Prinsip Berbuat Baik dan Tidak Berbuat Jahat (*Kusala–Akusala*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Samyutta Nikāya* menegaskan pentingnya mengondisikan tindakan agar senantiasa mengarah pada perbuatan baik dan menghindari perbuatan jahat. Dalam praktik bisnis, prinsip ini tercermin dalam komitmen untuk tidak melakukan kecurangan, eksploitasi, maupun tindakan yang merugikan pihak lain. Kesadaran akan hukum sebab-akibat (*kamma*) menjadi dasar etis bagi pelaku bisnis untuk menimbang konsekuensi jangka panjang dari setiap keputusan yang diambil.

4. Prinsip Keadilan

Keadilan dalam perspektif buddhis berkaitan dengan keseimbangan hak dan kewajiban serta perlakuan yang proporsional terhadap semua pihak. Temuan penelitian menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam bisnis mencakup penetapan harga yang layak, keuntungan yang wajar, serta pemberian upah yang adil kepada karyawan. Prinsip ini bertujuan untuk mencegah terjadinya ketimpangan dan penderitaan akibat praktik bisnis yang berorientasi pada keuntungan semata.

5. Prinsip Hormat terhadap Diri Sendiri

Ajaran Buddha menekankan pentingnya tanggung jawab pribadi dan penghormatan terhadap diri sendiri melalui tindakan yang benar. Dalam konteks bisnis, prinsip ini mendorong pelaku usaha untuk menjalankan praktik bisnis secara profesional, konsisten, dan berintegritas. Hormat terhadap diri sendiri tercermin dalam upaya memberikan produk dan layanan terbaik, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha dan reputasi moral pelaku bisnis.

6. Prinsip Saling Menguntungkan (*Mutual Benefit*)

Nilai etis lain yang ditemukan adalah prinsip saling menguntungkan, yaitu kondisi di mana aktivitas bisnis memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Prinsip ini menekankan bahwa keuntungan yang diperoleh pelaku usaha tidak seharusnya mengorbankan kepentingan konsumen, masyarakat, maupun lingkungan. Kesadaran akan keterkaitan antarindividu dan dampak kolektif dari setiap tindakan menjadi dasar bagi terciptanya praktik bisnis yang berkelanjutan.

IV. PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ajaran Buddha, meskipun secara dominan membahas ajaran tentang pembebasan batin (*nibbāna*) dan pengendalian mental, juga mengandung prinsip-prinsip etis yang relevan untuk dijadikan landasan etika bisnis. Prinsip-prinsip tersebut tidak disusun dalam bentuk aturan ekonomi normatif, tetapi tersirat dalam ajaran mengenai kesadaran, kebijaksanaan, dan tanggung jawab moral individu dalam bertindak.

Hasil kajian menunjukkan bahwa etika bisnis dalam perspektif buddhis menekankan enam nilai utama, yaitu otonomi dan kesada-

ran moral, kejujuran, komitmen pada perbuatan baik dan penghindaran perbuatan jahat, keadilan, penghormatan terhadap diri sendiri, serta prinsip saling menguntungkan. Keenam nilai tersebut berfungsi sebagai kerangka etis yang membimbing pelaku usaha dalam mengambil keputusan ekonomi secara sadar dan bertanggung jawab, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap diri sendiri maupun pihak lain.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas kajian etika bisnis buddhis yang selama ini lebih banyak bertumpu pada konsep *Sammā Ājīva*. Dengan menempatkan ajaran Buddha sebagai sumber utama, penelitian ini menunjukkan bahwa ajaran pengendalian batin dan kesadaran moral memiliki relevansi langsung terhadap praktik bisnis masa kini, khususnya dalam membangun aktivitas ekonomi yang tidak menimbulkan penderitaan dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi pustaka tanpa melibatkan data empiris lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji penerapan nilai-nilai etika bisnis melalui studi kasus atau penelitian empiris pada pelaku usaha buddhis maupun sektor ekonomi tertentu, guna menguji relevansi dan efektivitasnya dalam praktik nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian. 2017. *Smart Teaching The Miracles of Mind power And The Art of Teacher Instruction In Teaching and Learning*. Yogyakarta: Gerbang Media.
- Anggawati, Lanny dan Wena Cintiawati. 2023. 10 Dhamma Talk Sister Ayya Khema Kini dan Di Sini. Klaten: Wisma Sambodhi.
- Ansyar, Mohamad. 2017. Kurikulum Hakikat, Fondasi, Desain & Pengembangan. Jakarta: Kencana.
- Brahm, Ajahn. 2011. Si Cacing dan Kotoran Kesayangannya 2. 108 (Lagi) Cerita Pembuka Pintu Hati. Awareness Publication.
- Dhammananda, K Sri. 2007. *You & Your Problems* (Anda dan Permasalahan Anda). Bogor: Vipassana Giri Ratana.
- Djaelani, Moh. Solikodin, dkk. 2014. Dasar-dasar Kependidikan. Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Karniawan, Majaputera. 2021. Kumpulan Petikan Dhamma (Dhamma Quote) Seri Cariyapitaka, Buddhavamsa, dan Milindapanha. Bandung: Lungoffset.
- Kertajaya, M. 2012. Inspirasi Ekonomi Yang Mengubah Dunia. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Marga, Gunawan. 2012. Edelweiss bagi Jiwa yang Menginginkannya. Berbagi Kisah dan Berbagi Makna. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Prasetyo, Ketut & Hariyanto. Pendidikan Lingkungan Indonesia. Dasar Pedagogi dan Metodologi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ratchaved, Ome. 2010. Putri Visaka dan Anathapindika. Dua orang yang terunggul dalam pemberian Dana. Jakarta: Media Chandra Publisher.
- Sangha Mahayana Indonesia. 2012. Dharma Pitaka. Majelis Agama Buddha Mahayana Indonesia.
- Seri Tipitaka Aṅguttara Nikāya Khotbah-khotbah Numerikal Sang Buddha. Jilid 3 Buku Kelompok 5 – Buku Kelompok 6. Terjemahan Bahasa Pali oleh Bhikkhu Bodhi. 2012. Jakarta: DhammaCitta Press. 2015.
- Sumedo, Ajahn. 2020. Suara Keheningan. Koleksi Wejangan Dharma. Jakarta: Karaniya.
- Vijjananda, Handaka. 2013. Komik Dhammapada IV 44-59 Puppha Vagga Kelompok Bunga. Jakarta: Ehipassiko Foundation.
- Vijjananda, Handaka & Fredy Siloy. 2012. Bodhi Maha Kassapa sesepuh silsilah. Ehipassiko Foundation.
- Wulan, Kencana & Hastuti. 2011. Pengantar Etika Keperawatan. Panduan Lengkap Menjadi Perawat Profesional Berwawasan Etis. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Yapinus, Arief. 2011. *The Story of Compassion*. Sebuah Kisah Welas Asih. Vidyavardhana Samuha.
- Zam, Efvy Zamidra. 2015. Hipnotis untuk Kehidupan Sehari-hari. Semarang: Jasakom.
- Zed, Mestika. 2003. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.