

SPIRITUAL MANAJEMEN: SEBUAH REFLEKSI DARI PENGEMBANGAN ILMU MANAJEMEN

Mohammad Arief

***Abstract:** Management practise have been long underway, but formal study of knowledge management is relatively new. Initial thought about management theory (Hodgets, 1979) has evolved since Sumarian (3000 BC) in which there is religious doctrine that human sacrifice shown by the God through the exchange of material. This article considers the characteristics of the development of management science based on the spiritual aspect. Perspective of spirituality is very interesting to study because at present the development of management theory has moved towards the practises that emphasize the values of culture. The values of culture held by individuals will control the behavior and further change the status of a worship. Thus, the values of culture will be strengthen individual spirituality which owned, so it can create an organization competitive advantage.*

***Keyword:** Spirituality, Management, Culture, Competitive Advantage*

Salah satu tren yang terjadi pada zaman *post modern* adalah perubahan lingkungan yang sangat cepat. Turbulansi yang terjadi pada lingkungan menyebabkan berubahnya segala sesuatu yang ada, seperti perubahan perekonomian, teknologi, budaya dan secara hakiki terjadinya perubahan peranan dari manusia didalam menjalani kehidupan. Makna dari perubahan lingkungan menyebabkan manusia semakin terjebak ke dalam kebenaran semu, yang semuanya diukur dengan materi, dan material dapat diukur melalui pemikiran – pemikiran yang kreatif.

Materialism dapat menimbulkan berbagai penyakit psikologis, seperti krisis jati diri, depresi, stress, serta ketakutan manusia didalam menghadapi kegagalan, dan kondisi tersebut menjadi bagian dari keseharian dan tidak dapat dihindarkan. Unsur kemanusiaan yang ada di dalam dirinya

mengalami kehancuran dengan cepat, sehingga yang tercipta sekarang ini adalah sebuah ras yang non manusiawi. Kegiatan mekanis yang dilakukan oleh manusia tidak sesuai lagi dengan kehendak Tuhan dan kehendak alam yang fitrah (Asih). Pada akhirnya, berbagai penyakit psikologis yang ada pada manusia akan berdampak pada kinerja, dan hal ini terutama dapat dilihat ketika mereka terlibat dalam dunia bisnis. Perilaku orang dan etika manusia didalam menjalankan aktivitas bisnis telah jauh dari nilai – nilai kemanusiaan dan nilai kebenaran. Cara pandang bahwa bisnis harus berorientasi pada pasar akan menyebabkan perusahaan menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya, profitabilitas dan dilakukan dengan mengeksploitasi dan mengeksplorasi semua sumberdaya yang dimiliki, baik sumberdaya internal dan eksternal. Perusahaan akan menjadi bangga ketika dapat menerapkan ilmu, konsep dan pemikiran dalam menghadapi lingkungan yang dinamis sehingga tidak menyadari bahwa apa yang telah dilakukan telah menyebabkan mereka menjadi egosentrik dan dipenuhi dengan pertimbangan jangka pendek sehingga tatanan perekonomian, sosial, budaya dan politik menjadi tidak seimbang.

Orientasi bisnis yang dimiliki oleh manusia dengan tidak memandang perilaku yang beretika serta hanya mementingkan unsur materialism sangat bertentangan dengan pemikiran dasar dari Aristoteles (384-322 SM). Dalam pandangannya, Aristoteles menekankan pada pentingnya peningkatan kepekaan manusia melalui ide-ide sejarah, khususnya mengenai akal sehat, dan berusaha menghindari pola-pola yang ekstrem dalam filsafat. Pola pemikiran tersebut mengacu pada bagaimana manusia dapat mencapai keseimbangan kehidupan, dengan tidak hanya berpikir mengenai hal – hal yang bersifat konkret, tetapi juga memasukkan unsur yang abstrak. Dalam metafisikanya ia menolak pemisahan forma-forma Plato melalui analisis-analisisnya tentang *material*, *paternalitas*, *substansi*, dan dunia *teleologis* secara umum. Dalam etika dan filsafat sosial, ia dikenal mempertahankan ajaran tentang posisi “*tengah-tengah*” dalam perbuatan manusia dimana ia menekankan keutamaan dan tanggung jawab moral, khususnya pada situasi-situasi tertentu dimana “*keputusan terletak pada persepsi*”. Pola pemikiran ini dianggap dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia didalam menjalani kehidupan dan secara luas dapat membawa perubahan bagi perusahaan.

Tujuan perusahaan adalah menggabungkan antara strategi dan nilai serta menjawab pertanyaan paling mendasar dari kehidupan perusahaan ; Mengapa perusahaan didirikan ? (Drucker, dalam Pearce, Maciariello dan Yamawaki, 2010). Selanjutnya dijelaskan bahwa untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan memerlukan strategi, menentukan sifat dari cita – cita dan sasarannya, mempengaruhi keputusannya, membentuk cara mengelola, menentukan tingkat keseimbangan antara nilai – nilai yang dianut oleh perusahaan dengan karyawan serta mempengaruhi motivasi

hakiki karyawan, dan sebagai akibatnya akan mempengaruhi komitmen, inisiatif dan kreatifitas karyawan. Penciptaan keseimbangan melalui penentuan nilai – nilai yang dianut oleh perusahaan didalam menumbuhkan motivasi, yang berdampak pada komitmen, inisiatif dan kreatifitas karyawan tentunya membutuhkan kemampuan dari individu didalam melakukan pengendalian diri secara terus menerus pada kegiatan, tujuan serta hasil – hasil yang bermakna. Semua desain organisasi perusahaan yang selama ini menjadi fokus dalam perdebatan teori organisasi dibuat dengan maksud untuk memastikan keseimbangan antara keberadaan kualitas yang ada pada diri individu dengan tujuan organisasi. Tetapi, mekanisme pada semua desain tersebut berlangsung lebih *external* daripada *internal*. Pemikiran tersebut sejalan dengan pandangan dari Drucker, yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan kepentingan dari para pemegang saham, pelanggan dan karyawan dalam perusahaan. Sebuah tujuan yang ingin menyeimbangkan kepentingan semua pihak terkait seringkali tidak memperhatikan soliditas dari organisasi. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi oleh pemimpin adalah sejauh mana mereka dapat meraih kinerja tertinggi dari setiap individu melalui upaya mengkombinasikan kualitas – kualitas pribadi dengan berbagai kompetensi yang dimiliki, seperti pendidikan, ketrampilan, bakat, kemampuan dan berbagai kekuatan lainnya (Hendrawan, 2007).

Secara hakiki, struktur ontologis manusia, yakni Logos subyektif, memungkinkan manusia mentransendkir dirinya, sehingga ia mampu berpikir secara metafisis ke arah yang absolut. Secara esensial, metafisika hanya mungkin terjadi jika seseorang dapat merefleksikan spiritualitas, yakni *berkaitan dengan keinginan manusia untuk menyatukan diri dengan yang absolut*. Refleksi metafisis manusia tentang absolutisme yang ditemukan melalui aktivitas yang terbatas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan intelektual manusia, tetapi lebih berkaitan dengan unsur teologis, yaitu *proses pencarian kesatuan antara yang absolut dan keterbatasan yang dimiliki oleh manusia, yang berarti juga merupakan upaya pemenuhan dirinya*. Pendasaran metafisis atas keinginan manusia untuk menunjukkan spiritualitas melampaui kondisi-kondisi eksternal yang bersifat kontingen, seperti faktor historis, psikologis, budaya, sosial, ekonomi, atau yang lainnya. Kemampuan manusia untuk mentransendkir dirinya mencerminkan struktur terdalam, baik dari yang terbatas maupun dari yang absolut, sehingga bukanlah bersifat eksternal, melainkan internal.

Secara ontologis, Hendrawan (2007) memaknai arti dari spiritual sebagai “*sesuatu yang prinsip sehingga menghidupkan organisme fisik*”, “*sesuatu yang berhubungan dengan hal yang suci*” dan “*sesuatu yang berhubungan dengan fenomena atau makhluk supernatural*”. Selanjutnya, secara ringkas dijelaskan bahwa spiritualitas meliputi ; (1) sebagai sumber kekuatan hidup ; (2) memiliki status yang suci dan (3) berkaitan dengan Tuhan. Ali (2009) menjelaskan bahwa spiritualitas merupakan komponen

yang lebih kecil dari keyakinan atau agama. Spiritual sebagai sumber kekuatan hidup dan mempunyai status kesucian, mencerminkan kecenderungan untuk memisahkan spiritualitas dari agama. Meskipun masih dapat disatukan, sumber kekuatan hidup dan kesucian dapat dibedakan menjadi bentuk (*form*) dan makna (*substance*). Bentuk adalah sesuatu yang dapat dilihat dari luar, sedangkan makna merupakan hakikat yang tidak terlihat, suatu realitas yang tersembunyi. Rumi, dalam Hendrawan (2007), menjelaskan bahwa bentuk dan makna merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Bentuk berasal dari makna dan makna akan merealisasikan diri sebagai bentuk. Argumentasi ini membawa implikasi penting, bahwa spiritualitas memerlukan realisasi nyata sebagai perwujudan bentuk. Implikasinya, realisasi dari spiritualitas ini diwujudkan dalam agama, *new age*, sekte maupun gerakan yang lain dengan berbagai tingkat kesadaran yang berbeda, individu, kelompok dan masyarakat, yang akan memberikan suatu nilai bagi kehidupan.

Keyakinan atau fenomena spiritualitas telah memberikan dampak yang penting bagi perilaku individu dan bagaimana mereka dapat memfungsikan kemampuan yang dimiliki untuk sesuatu yang bermakna (Saucier dan Skrzypińska, 2006). Spiritualitas dapat memberikan sesuatu yang lebih dengan bagaimana keragaman dimulai, apa bentuk kehidupan khusus dan bagaimana seseorang dapat memahami ketidakadilan (Argyle & Beit Allahmi, 1975) ; spiritualitas dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi seseorang sehingga akan terhindar dari rasa cemas (Greenberg, Pyszczynski, & Solomon, 1986) ; serta dapat meningkatkan kepekaan seseorang terhadap sesuatu yang benar dan salah (Baumeister, 1991). Selanjutnya, keyakinan yang dimiliki oleh seseorang akan dapat menghubungkan dengan orang lain, sehingga mereka akan dapat memberikan masukan terhadap sistem yang ada dengan berdasar pada nilai – nilai dan aturan yang berlaku pada kelompok sosial (Kuczkowski, 1993) ; nilai dan aturan yang mungkin dapat digunakan sebagai landasan utama didalam menentukan perilaku nyata (Mađrzycki, 1996, dalam Saucier dan Skrzypińska, 2006).

Secara empiris, ketertarikan dari beberapa peneliti untuk melakukan kajian dalam mencari hubungan antara spiritual pada manajemen telah mengalami perkembangan (Kinni, 2003 ; Weaver dan Agle, 2002). Kajian tersebut didasarkan dari pernyataan yang dikemukakan oleh beberapa manajer bahwa peran dari keyakinan atau spiritual menjadi hal yang sangat penting didalam menjalankan bisnis. Spiritual Manajemen didefinisikan sebagai manajemen yang mengedepankan nilai-nilai yang bersumber dari Tuhan Yang Maha Esa (Samsu, 2009). Selanjutnya dijelaskan bahwa nilai-nilai spiritual manajemen sudah ada sejak sekitar tahun 631M, dimana dunia mencatat sebuah fenomena manajemen di Madinah, ketika Nabi Muhammad berhasil membangun masyarakat madani di sebuah wilayah

yang demokratis, yang menghargai pluralitas dengan prinsip-prinsip dasar seperti keadilan, supremasi hukum, egalitarianisme dan toleransi yang semuanya dibangun dengan dasar manajemen spiritual.

Secara faktual, beberapa negara Barat, khususnya negara yang berada di Amerika Utara, ketidakpercayaan masyarakat terhadap institusi agama telah mengalami peningkatan. Fenomena ini mendorong timbulnya spiritualitas bagi masyarakat dengan berbagai bentuk keyakinan dan kepercayaan yang bervariasi, mulai dari *cult*, *sect*, *New Thought*, *New Religious Movement*, *Human Potentials Movement*, *The Holistic Health Movement*, sampai *New Age Movement* (Wattimena, tidak dipublikasikan). Tujuannya dari timbulnya gerakan spiritualitas ini adalah ingin memenuhi hasrat untuk mendamaikan hati.

Terlepas dari apa bentuknya, makna dari spriritual sebagaimana yang dikemukakan oleh Rumi dalam Hendrawan (2007) menunjukkan pentingnya perusahaan memasukkan dimensi ini didalam menjalankan kegiatan bisnis. Beberapa filsuf besar seperti *Thales* (+ 585 SM), menyatakan bahwa “*Segala sesuatu penuh dengan dewa*” (*kosmologi naturalistik*). Sedangkan *Plotinus* (205-270) yang dianggap sebagai *neo-Platonis terbesar* meyakini bahwa *realitas ini muncul dari sumber yang bersifat transenden dan tak terlukiskan yang disebut Yang Esa. Yang Esa itu melampaui ada, dan segala sesuatu muncul dari dari-Nya melalui emanasi. Emanasi pertama adalah Nous (akal), yang kedua Jiwa-Dunia yang bersamanya jiwa-jiwa manusia muncul, dan yang ketiga adalah Materi.*

Agustinus (354-430), merupakan filsuf besar Kristen pertama, menganggap bahwa *Tuhan sebagai pengada tertinggi yang menciptakan segala sesuatu dari ketiadaan; bahkan waktupun belum ada sebelum penciptaan. Kejahatan tidak diciptakan Tuhan karena pada hakikatnya kejahatan itu tidak ada. Pengetahuan manusia hanya dapat terjadi melalui pencerahan budi. Namun sejak Adam tergelincir ke bumi, maka manusia hanya dapat terbebas dari dosa jika rahmat-Nya memulihkan kekuatan untuk melakukan kebaikan.* Setiyadi menyatakan bahwa spiritual mengacu pada suatu sifat yang mengandung energi, semangat, kekuatan yang ada namun tiada dapat terlihat, hanya dapat dirasakan keberadaannya. Ia lebih merupakan perwujudan dari pengakuan bahwa gagal suksesnya perusahaan tidak hanya sebagai resultan dari upaya fisik yang dilakukan manusia, namun di dalamnya ada intervensi dari Tuhan Yang Maha Esa, sebagai sumber spirit. Dari beberapa pemikiran tersebut secara tersirat maupun tersurat sudah menggambarkan besarnya peran dari spiritual didalam menjalankan kehidupan melalui pengelolaan manajemen.

Secara empiris, Novicevic, Ghosh, Clement dan Robinson (2008) menyatakan bahwa sistem manajemen akan menghilangkan pemahaman

individu terhadap formalitas pada perusahaan. Pernyataan ini memperkuat argumentasi dari Thompson (1961) bahwa terdapat kesenjangan antara spesialisasi dan status dari hirarki yang ada pada perusahaan. Untuk menjembatani kesenjangan antara sistem yang ada pada perusahaan, Hendrawan (2007) menyatakan bahwa manajemen perusahaan harus mengintegrasikan aspek spiritual (*spirituality*), kepemimpinan (*leadership*) dan ilmu pengetahuan (*science*). Pernyataan ini didukung dengan argumentasi dari Ali (2009) yang mengemukakan bahwa persaingan yang ada pada pasar akan mengimprovisasi manajer perusahaan untuk menggunakan pendekatan dan pemikiran spiritual. Pada titik ini, pengembangan ilmu manajemen harus didasarkan tidak hanya pada aspek yang konkret, dengan hanya mempertimbangkan pada kondisi materialism, tetapi juga memasukkan aspek yang abstrak.

Manajemen merupakan pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya organisasi (Daft, 2000). Pada umumnya, manajemen suatu perusahaan bercermin dari negara – negara Barat yang dianggap sangat maju dan inovatif didalam mengembangkan konsep – konsep baru untuk menjalankan kegiatan operasional bisnis. Dari beberapa kajian empiris banyak ditemukan pengembangan model manajemen secara teoritis dan temuan empiris dari aktivitas bisnis yang menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan ditengah dinamisasi yang ada pada lingkungan dan ketatnya persaingan (Novicevic, Harvey, Buckley dan Adams, 2008). Tetapi, ketika ekonomi Amerika mengalami degradasi, timbul persepsi bahwa ada yang salah dengan sistem bisnis yang digunakan selama ini. Pandangan dari mahzab scientific yang dipelopori oleh Taylor dengan penekanan pada “*bekerja pada output maksimum, dan tidak membatasi output*”, pada kenyataannya tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu perlu dikembangkan konsepsi lain sebagai suatu alternatif yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk menjaga survivalitas dalam lingkungan yang dinamis.

Budaya dan Spiritualitas

Untuk menginvestigasi bagaimana spritualitas dimasukkan dan akan mempengaruhi perilaku organisasi tidak hanya dibatasi dari dimensi yang dimiliki oleh karyawan yang berada di organisasi, tetapi juga sebagai refleksi dari seseorang didalam memahami suatu nilai dan makna dari spritualitas yang dimiliki (Mohamed et al., 2001). Dari studi empiris yang dilakukan oleh Oliveira (2001) dijelaskan bahwa model dari teori organisasi berkaitan dengan beberapa konsep teori yang lain, salah satunya adalah dengan budaya. Budaya yang terdiri dari suatu sistem pembelajaran dan dikomunikasikan melalui makna bahasa secara alamiah dan sistem simbol yang lain, mempunyai fungsi yang representatif, bersifat langsung dan

afektif serta mempunyai kemampuan untuk menciptakan entitas budaya yang secara khusus akan membentuk kepekaan terhadap realitas yang ada (Rubinstein, 1993). Melalui sistem pemaknaan ini, seseorang yang berada dalam suatu kelompok tertentu akan beradaptasi pada lingkungan dan struktur dari aktivitas interpersonal.

Selama 1 abad terakhir, perkembangan kehidupan manusia selalu diikuti dengan perkembangan budaya. Suatu budaya akan menghargai keragaman dari keyakinan yang dimiliki oleh seseorang dengan menekankan pada kode – kode yang akan menggerakkan nilai – nilai toleransi (Milliman, Czaplewski, dan Ferguson, 2003 ; Milliman et. al., 1999 ; Kouzes dan Posner, 1995).

Beberapa bentuk dari budaya dapat digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan. Sistem budaya akan menjadi cara baru bagi seseorang untuk “berpikir, menunjukkan perasaan dan eksistensinya” (Zachariev, 2002). Budaya merupakan seperangkat orientasi nilai yang menunjukkan inti pusat dari makna pada kehidupan manusia (Brake, Walker dan Walker, 1995). Budaya akan menanamkan norma berperilaku dan sifat, mengetahui dan menguasai sekumpulan peraturan, menghormati nilai dan norma masyarakat, serta menghargai ilmu pengetahuan dan kebenaran (Pearce, Maciariello dan Yamawaki, 2010). Orientasi nilai yang dimiliki oleh manusia akan memandu mereka untuk menunjukkan bagaimana mereka akan berpikir, bertindak serta menggambarkan keyakinan. Orientasi nilai juga merupakan elemen dari budaya dimana seseorang akan menggunakan pola ini sebagai pendekatan didalam melakukan interaksi dengan individu lain atau suatu kelompok, dan dalam melakukan pembelajaran. Dengan demikian, budaya akan mempengaruhi tindakan, pengambilan keputusan dan perasaan seseorang dalam menginterpretasikan dirinya, orang lain, organisasi dan lainnya.

Spiritualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan budaya. Dalam *Landmarks of Tomorrow*, Drucker mengatakan kebutuhan manusia akan nilai – nilai spiritual untuk membentuk budaya. Dengan kemampuan yang dimiliki, manusia dapat menyebabkan kehancuran pada dirinya sendiri dan orang lain, baik dari segi fisik, perasaan, psikis dan moral. Kemajuan ilmu pengetahuan akan mendorong terjadinya perubahan perilaku manusia sehingga dapat mengubah manusia menjadi individu yang kehilangan jati dirinya dengan menyalahgunakan rasa takut dan perasaan, tidak mempunyai keyakinan, nilai, prinsip, belas kasih, harga diri serta hilangnya rasa kemanusiaan. Ketika sifat – sifat tersebut berjalan dalam waktu yang sangat lama, maka akan menjadi suatu budaya. Untuk mengatasi hal ini, manusia dapat kembali ke nilai – nilai spiritual yang akan memandu mereka untuk menggunakan kemampuannya yang dihasilkan dari penciptaan pengetahuan baru dalam memberikan manfaat tertinggi bagi umat manusia.

Dari studi yang dilakukan oleh Mirvis (1997) ; Cavanagh, et al. (2001) disebutkan bahwa pada beberapa budaya yang ada pada perusahaan, khususnya yang dikarakteristikan oleh filosofi *materialistic* dan *positivist*, isu – isu tentang spiritualitas di tempat kerja telah banyak digunakan untuk menjawab tantangan budaya. Selanjutnya, Mirvis (1997) menjelaskan bahwa budaya perusahaan dikarakteristikan sebagai “*anti etika*” dari spiritualitas. Selanjutnya dijelaskan bahwa tendensi perusahaan terhadap “*kebenaran dan alasan*”, “*spiritual dan sekular*” akan menimbulkan perspektif dan kepekaan bahwa spiritual sebagai sesuatu yang tidak dapat didiskusikan pada beberapa organisasi (p. 203; Mirvis, 1997). Argumentasi diatas menjelaskan bahwa spiritualitas menjadi legitimasi penguatan didalam mengekspresikan keyakinan dan spiritualitas di tempat kerja menjadi faktor yang cukup valid didalam mempengaruhi lingkungan perusahaan (Brown, 2003 ; Mirvis, 1997 ; Karakas dan Fahri, 2010). Spiritualitas yang ada pada suatu perusahaan dapat terhambat dengan perilaku yang ditunjukkan oleh manajer yang mencoba untuk mempertahankan keberadaannya pada saat ini. Jika demikian, karyawan yang mempunyai persepsi terhadap spiritual akan menjalankan aktivitas spiritualnya dengan caranya sendiri dan untuk menghindari tekanan yang ada, mereka tidak menunjukkan perilaku yang menunjukkan aktivitas spiritual.

Model Spiritualitas Perusahaan

Spiritualitas merupakan bentuk penghayatan batiniah kepada Tuhan melalui perilaku tertentu. Fokus spiritual terdapat pada diri manusia. Ketika wilayah psikologi mengkaji jiwa sebagai *psyche* (dalam terminologi spiritual lebih dikenal sebagai ego), maka spiritualitas menyentuh jiwa sebagai spirit. Konteks spiritual yang digunakan oleh budaya barat menyebutkan spiritual sebagai *inner self* (diri pribadi), sesuatu yang “diisikan” Tuhan pada saat manusia diciptakan. Sims (1994) menyebutkan lima aspek spiritualitas yang didasarkan pada *psychiatrist*, yaitu ; (1) arti dari kehidupan, (2) toleransi antar manusia, (3) kepribadian seseorang ; menjadi dirinya sendiri, pemikiran dan motivasi, (4) moralitas ; berkaitan dengan kebaikan dan keburukan dan (5) kesadaran akan adanya Tuhan ; berkaitan dengan hubungan antara Tuhan dan manusia.

Spiritual mengacu pada suatu sifat yang mengandung energi, semangat, kekuatan yang ada namun tiada dapat terlihat, hanya dapat dirasakan keberadaannya. Secara khusus, spiritual yang ditunjukkan oleh perusahaan tidak hanya berkaitan dengan agama yang dianut oleh setiap pimpinan dan pegawai perusahaan, tetapi lebih merupakan perwujudan dari pengakuan bahwa kegagalan atau kesuksesan perusahaan tidak hanya sebagai resultan dari upaya fisik yang dilakukan manusia, tetapi di

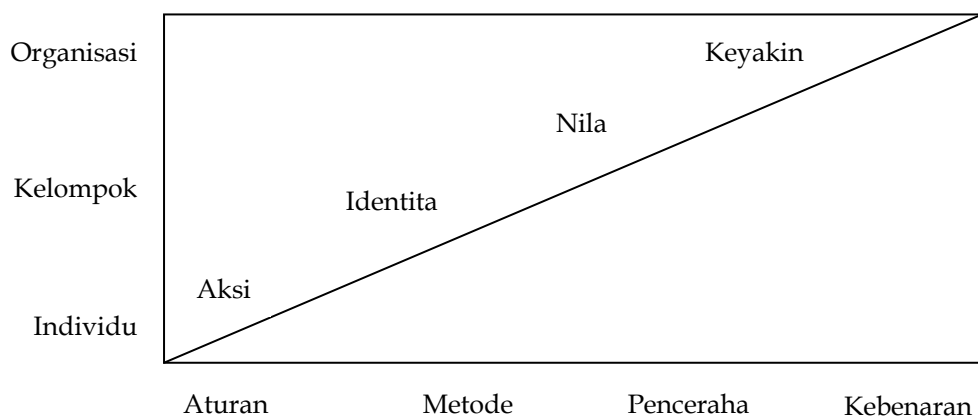
dalamnya ada intervensi dari Tuhan Yang Maha Esa, sebagai sumber keyakinan. Perusahaan yang menekankan pada spiritual akan mengubah perilaku individu dan perusahaan dari yang awalnya tidak atau kurang peka terhadap kondisi lingkungan sekitar menjadi lebih peka dan sadar terhadap lingkungan sekitar.

Hendrawan (2009) menjelaskan bahwa secara sederhana model spiritual perusahaan mempunyai tiga dimensi, yaitu :

- (1) Dimensi vertikal, dimensi ini berkaitan dengan tingkatan sistem yang menjadi obyek spiritualisasi, meliputi individu, kelompok dan organisasi.
- (2) Dimensi horizontal, dimensi ini merupakan analogi dari konsep perjalanan kaum sufi dalam meraih pengalaman spiritual tertinggi yang dikenal dengan istilah syariah, thariqah, haqiqah dan ma'rifah.
- (3) Dimensi diagonal. Dimensi ini mencoba menyatukan berbagai unsur kehidupan yang terpisah, yaitu unsur aksi, identitas, nilai dan keyakinan.

Ketiga dimensi yang ada pada spiritual perusahaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Spiritualisasi Perusahaan



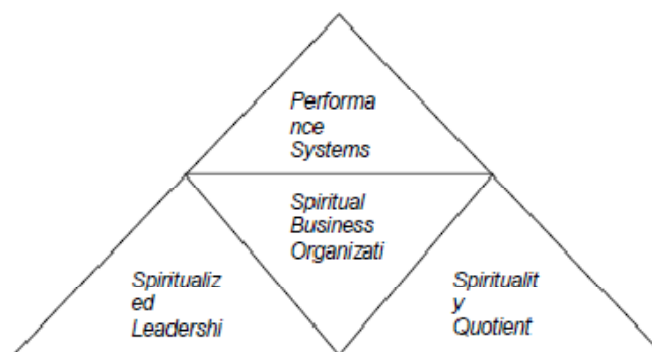
Sumber. Hendrawan, 2009

Interaksi dari dimensi model spiritual perusahaan sebagaimana yang tertera pada gambar diatas akan menghasilkan peningkatan, pendalaman dan perluasan kesadaran individu dalam bentuk ; (1) pengenalan diri ; (2) intuisi ; dan (3) harmonisasi. Perubahan kesadaran yang menghasilkan pengalaman spiritual universal yang oleh Huxley (dalam Hendrawan, 2009) disebut

dengan kearifan abadi, *perennial wisdom*. Dampak yang ditimbulkan dari perubahan kesadaran akan menciptakan penguasaan diri dari tingkat individu, keberhasilan kelompok, dari tingkatan kelompok dan pengelolaan dari dalam diri pada tingkatan organisasi (Hendrawan, 2009). Selanjutnya dijelaskan bahwa ketiga dimensi tersebut merupakan unsur vital bagi efektifitas organisasi dalam menghadapi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Dengan pendekatan yang berbeda, Campuzano (2009) menjelaskan model spiritual organisasi bisnis dengan membedakan 3 tingkatan elemen yang meliputi “*metrik sistem kinerja*”, “*spirituality Quotient*” dan “*kepemimpinan spiritual*”. Pada model ini dijelaskan bahwa tingkatan tertinggi pada spiritualisasi perusahaan adalah menciptakan *kinerja* yang unggul karena adanya kesadaran yang tinggi dari karyawan untuk memotivasi diri dalam meningkatkan kinerja. *Spiritual quotient* meliputi kejujuran, rasa hormat dan tanggung jawab terhadap nilai yang diberikan. Tanggung jawab akan memberikan manfaat bagi perusahaan, dan oleh karena itu pengalaman kepemimpinan dan karyawan akan meningkatkan kualitas dari kehidupan pekerjaan. Sedangkan *spiritual leadership* akan mempengaruhi karyawan dalam mencapai realisasi diri dan berusaha untuk mencapai tujuan yang akan menunjukkan aktualitas. Pemimpin akan mempengaruhi budaya organisasi melalui nilai – nilai yang ditanamkan, menghubungkan dengan orang lain, mempraktekkan spiritualitas dan menghidupkan gaya hidup secara transparan (Gull dan Doh, 2004). Spiritual leadership termasuk realisasi diri dan implementasi keseimbangan antara keluarga, pekerjaan dan spiritualitas.

Gambar 2. Model Spiritual Organisasi Bisnis



Sumber : Campuzano & Seteroff, 2009

Realisasi diri merupakan hal yang sangat penting karena hasilnya dapat dilihat oleh karyawan. Keseimbangan gaya hidup akan meningkatkan

kepuasan karena semua aspek kehidupan akan menyeimbangkan hal yang lain serta menghasilkan keadaan yang harmonis, bukan menimbulkan kekacauan serta konflik internal dan eksternal Campuzano, Guadalupe dan Seteroff, 2009). Ketika spiritual dapat mengurangi perilaku yang tidak jujur dan meningkatkan perilaku yang beretika, maka spiritual pada organisasi bisnis secara positif dapat memberikan dampak pada efisiensi kelompok dan kinerja para eksekutif. Spiritual organisasi bisnis akan menghasilkan suatu norma pada kelompok yang akan meningkatkan produktifitas serta mengurangi biaya dari aktivitas bisnis yang yang dijalankan menjadi lebih atraktif dalam upaya untuk meningkatkan lingkungan persaingan global.

Dari kedua model spiritualisasi perusahaan sebagaimana yang dikembangkan oleh Hendrawan (2009) dan Campuzano (2009) diatas dapat dilihat perbedaannya. Jika model yang dikemukakan oleh Hendrawan (2009) lebih menitik beratkan pada upaya membangun spiritual pada organisasi yang berbasis pada tingkatan individu, disisi lain model yang dikembangkan oleh Campuzano (2009) lebih menitik beratkan pada pembangunan spiritual organisasi dengan berdasarkan pada pemimpin. Model spiritual perusahaan yang dikembangkan oleh Campuzano (2009) akan meningkatkan kesadaran pada karyawan dan menghasilkan peningkatan kepuasan pada karyawan.

Spiritualitas Dan Keunggulan Bersaing

Spiritualitas dapat diwujudkan melalui penanaman nilai – nilai budaya. Dalam bidang bisnis, selama ini aspek spiritualitas agak termajinalisasi, karena dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, beberapa perusahaan yang berorientasi pada profit selalu dihadapkan pada pola pemikiran yang bersifat materialisme. Keuntungan yang diperoleh dan berdampak pada perkembangan perusahaan semata – mata karena disebabkan oleh aktivitas yang dijalankan melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan secara obyektif. Perspektif obyektifitas yang mewakili intelektualisme dan materialisme yang menjadi landasan bagi perusahaan untuk menilai perkembangan perusahaan memang sangat penting, tetapi pada sisi yang lain dapat melepaskan diri dari absolutisme. Pada tingkatan tertentu, obyektifitas dan intelektualisme akan berbenturan dengan dinding kokoh yang menghalangi jalan manusia menuju Tuhan. Hakikatnya, manusia adalah makhluk spiritual yang hidup di alam materi (Wattimena, tidak dipublikasikan).

Dalam perspektif spiritualitas, perusahaan adalah tempat bagi individu untuk mengungkapkan perkembangan total dirinya. Perusahaan dan pekerjaan tidak lagi dilihat sebagai instrumen untuk menghasilkan pendapatan, tetapi dilihat sebagai lahan suci (*sacred*) untuk meraih dan

mengungkapkan spiritualitas (Hendrawan, 2009). Spiritualitas yang dimiliki oleh individu akan membentuk mentalitas baru yang dicirikan dengan orientasi yang lebih holistik, memberikan pelayanan kepada manusia, mempunyai komitmen pada kebenaran dan bentuk – bentuk perilaku luhur lain serta kesadaran diri. Ciri – ciri dari mentalitas individu tersebut diatas sangat diperlukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja. Studi empiris tentang hubungan antara spiritualitas dan kinerja dikemukakan oleh Karakas (2010) melalui pendapat dari beberapa peneliti sebelumnya. Kesimpulan yang diambil adalah hubungan antara keduanya dapat dilihat dari dua sudut pandang ; (1) spiritualitas sebagai anti materialist ; dan (2) spiritualitas sebagai anti positivist. Spiritualitas sebagai anti materialist diargumentasikan bahwa karakteristik anti materialist pada spiritual menjadi tantangan yang sangat penting bagi perusahaan didalam menginvestigasi hubungannya dengan kinerja keuangan. Beberapa peneliti mendukung argumentasi ini dengan menyebutkan bahwa faktor etika dan moral menjadi komponen yang menentukan hubungan antara spiritual perusahaan dengan kinerja atau profitabilitas.

Pada sisi lain, spiritualitas berhubungan dengan peningkatan produktifitas atau profitabilitas perusahaan. Argumentasi ini yang melandasi pemikiran dari beberapa peneliti dengan memandang spiritualitas sebagai anti positivist. Dalam hubungannya dengan peningkatan produktifitas, Fry (2003) mengamati bahwa :

“Sebuah perubahan besar terjadi pada kehidupan individu dan profesional ketika pemimpin mengintegrasikan spiritualitas dalam pekerjaan. Sebagian besar karyawan menyetujui bahwa bahwa integrasi spiritualitas dalam pekerjaan akan menyebabkan perubahan positif dalam hubungannya dengan efektifitas. Terdapat bukti bahwa spiritualitas di tempat kerja tidak hanya menyebabkan hasil yang bermanfaat bagi individu seperti peningkatan ketenangan, kedamaian, kepuasan kerja dan komitmen terhadap organisasi, tetapi spiritualitas tersebut juga akan meningkatkan produktifitas dan mengurangi tingkat keluar masuknya karyawan dalam organisasi.”

Selanjutnya dijelaskan bahwa ;

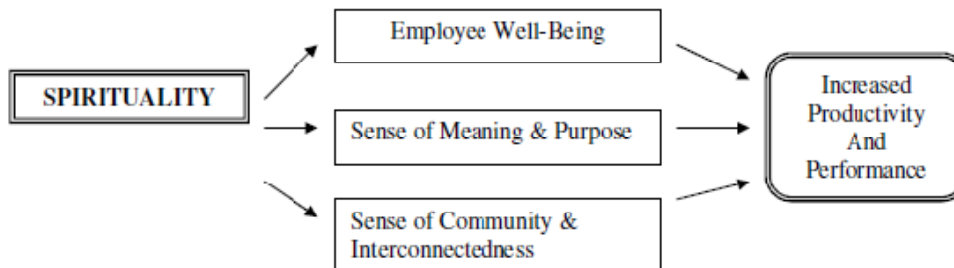
Tujuan dari spiritualitas perusahaan adalah untuk menciptakan visi dan nilai yang melintasi strategi, pemberdayaan kelompok dan tingkatan individu serta secara utama adalah untuk menjaga tingkatan tertinggi dari komitmen organisasi dan produktifitas.

Studi empiris yang dilakukan oleh Kinjerski and Skrypnek (2006) menjelaskan bahwa individu dengan spiritualitas yang tinggi akan berdampak secara positif dalam menjalin hubungan dengan pelanggan dan

peningkatan produktifitas. Secara lebih mendalam, terdapat beberapa anggapan bahwa spiritualitas organisasi akan meningkatkan produktifitas dan kinerja (Biberman dan Whitty, 1997 ; Biberman et al., 1999 ; Burack, 1999 ; Kriger dan Hanson, 1999 ; Korac-Kakabadse, Kouzmin, dan Kakabadse, 2002 ; Neck dan Milliman, 1994 ; Thompson, 2000 ; Case dan Gosling, 2010). Berdasarkan pendapat dari beberapa peneliti diatas, Karakas (2010) mengembangkan model hubungan antara spiritualitas organisasi terhadap profitabilitas dan kinerja dengan memasukkan tiga perspektif meliputi ;

- a) Perspektif sumberdaya manusia ; spiritualitas akan menggerakkan kebaikan dari karyawan dan makna dari hidup.
- b) Perspektif filosofis ; spiritualitas akan meningkatkan kepekaan karyawan dan makna dari pekerjaan.
- c) Perspektif interpersonal ; spiritualitas akan meningkatkan kepekaan karyawan pada hubungan interpersonal dan kelompok.

Gambar 3. Tiga Perspektif Spiritualitas dan Kinerja



Sumber ; Karakas (2010)

Ketika perusahaan dapat meningkatkan produktifitas dan kinerja, maka keunggulan bersaing akan dapat diciptakan oleh perusahaan. Berdasarkan model keunggulan bersaing yang dikemukakan oleh Porter, keunggulan bersaing akan menggabungkan antara dua strategi ofensif dan defensif dalam menciptakan posisi yang tidak tergantung pada industri dan untuk mencapai kesuksesan dengan tekanan persaingan serta menggerakkan hasil yang superioritas. Porter menyatakan bahwa dasar yang digunakan untuk menciptakan kinerja yang unggul dalam suatu industri merupakan sumber dari keunggulan bersaing. Faktor kritis yang akan menjadi sumber dari keunggulan bersaing adalah bagaimana kemampuan dari perusahaan untuk menghadapi tantangan bisnis melalui mekanisme manajemen, meliputi perencanaan, manajemen keuangan dan pengambilan keputusan secara inovatif serta mengelola dinamika bisnis dibawah tekanan perubahan.

Papulova dan Papulova (2006) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing yang nyata akan berimplikasi pada kemampuan perusahaan

didalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan secara lebih efektif daripada yang diberikan oleh pesaing. Keunggulan bersaing dapat dicapai jika perusahaan dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui sistem yang diterapkan. Pengakuan atas hasrat untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik, peduli pada kepentingan pelanggan diatas kepentingan sendiri merupakan salah satu dimensi kesempurnaan spiritualitas. Selain itu, unsur keikhlasan dan kejujuran juga menunjukkan ciri – ciri spiritualitas dari organisasi.

Dalam perspektif spiritual, nilai tambah yang diberikan untuk mencapai keunggulan bersaing dijelaskan oleh Fry dan Whittington (2005) terdiri dari ; (1) berbuat baik dan potensi yang dimiliki oleh manusia, serta menciptakan dan mempersepsikan organisasi dengan baik ; dan (2) pemberdayaan organisasi. Perspektif perbuatan baik, eksplorasi potensi yang dimiliki oleh manusia dan mempersepsikan organisasi dengan baik menggambarkan bagaimana seseorang mampu menciptakan hasil karya melalui kombinasi dari visi, kreatifitas, menunjukkan perilaku yang bernilai serta harapan. Visi, kreatifitas dan perilaku yang bernilai sebagai komponen pembentuk nilai tambah akan berguna ketika perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. peningkatan visi, kreatifitas dan perilaku dapat dilakukan melalui proses pembelajaran, pengembangan dan meningkatkan kepekaan dari kompetensi yang mengarah pada bagaimana perusahaan dapat memaknai hakikat dari manusia.

Pembelajaran merupakan proses perubahan perilaku, sikap, nilai maupun keyakinan yang secara terus menerus dapat digunakan untuk menghadapi tantangan – tantangan baru (*adaptive learning*). Pada sisi yang lain, pembelajaran juga mencakup tentang perluasan kapasitas sehingga seseorang dapat menciptakan hasil – hasil yang diinginkan. Seseorang yang melakukan pembelajaran seperti ini akan mencoba mengembangkan ketegangan kreatif antara visi yang dimiliki dan kenyataan secara obyektif, dan mereka akan melakukan aktivitas yang dapat mengurangi kesenjangan antara visi dan kenyataan. Pembelajaran seperti ini disebut dengan *generative learning*. *Adaptive learning* dan *generative learning* akan membawa perusahaan untuk meningkatkan inovasi dan kreatifitas secara terus menerus.

Dengan demikian, memaknai hakikat dari manusia dapat membawa perusahaan untuk mencari berbagai bentuk inovasi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Inovasi yang dihasilkan oleh perusahaan akan menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan, sebagaimana yang dikemukakan oleh Hussain dan Ilyas (2011). Selanjutnya dijelaskan oleh Kuczarski (1995) dalam Hussain dan Ilyas (2011), bahwa keunggulan bersaing merupakan kerangka dari pemikiran yang menunjukkan suatu pendekatan atau metode pada pemikiran yang difokuskan pada kondisi di

yang akan dihadapi melalui visi ke depan. Dengan spiritualisasi dimungkinkan munculnya motivator yang kuat secara internal didalam meningkatkan inovasi dan kreatifitas dari individu dalam organisasi. Spiritualisasi menekankan perkembangan manusia secara integral – materiil dan spiritual serta individual dan kolektif – di satu pihak dan memandang pekerjaan dan tempat kerja sebagai sesuatu yang “suci” (*sacred*) di pihak lain (Hendrawan, 2009).

Mengembangkan Model Spiritualitas Manajemen

Pada umumnya, pemaknaan tentang spiritualitas selalu diarahkan pada istilah yang berkaitan dengan bentuk disiplin religius tertentu. Griffin (2005) dalam Muhammad (2009) mengemukakan bahwa istilah spiritual merujuk pada nilai dan makna dasar yang melandasi hidup kita, baik duniawi maupun ukhrawi, entah secara sadar atau tidak meningkatkan komitmen kita terhadap nilai-nilai dan makna tersebut. Selanjutnya dijelaskan bahwa istilah spiritualitas memiliki konotasi nilai-nilai religius dalam arti bahwa nilai dan makna dasar yang dimiliki seseorang mencerminkan hal-hal yang dianggapnya suci, yaitu yang memiliki kepentingan yang paling mendasar. Model spiritualitas perusahaan sebagaimana yang dikemukakan oleh Campuzano & Seteroff (2009) yang terdiri dari sistem kinerja, spiritualitas kepemimpinan dan spiritualitas quotient, berusaha untuk mencari keseimbangan antara pimpinan dan karyawan. Harmonisasi hubungan antara pimpinan dan karyawan akan menciptakan kondisi kerja yang nyaman karena kesesuaian tujuan antara individu dan organisasi. Pada kondisi ini, eksplorasi kemampuan dari individu yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas yang beretika dapat menciptakan kinerja yang optimal.

Sistem kinerja yang berlandaskan spiritual sebagaimana yang dikemukakan oleh Karakas (2010) menunjukkan bahwa untuk mencapai kinerja yang tinggi maka individu harus mampu memaknai dirinya sebagai manusia yang baik, meningkatkan kepekaan terhadap tujuan dan makna dari kehidupan serta kepekaan terhadap kelompok dan elemen – elemen yang menghubungkannya. Perspektif ini pada dasarnya mengarah pada proses pembentukan perilaku individu yang berlandaskan pada nilai – nilai kehidupan.

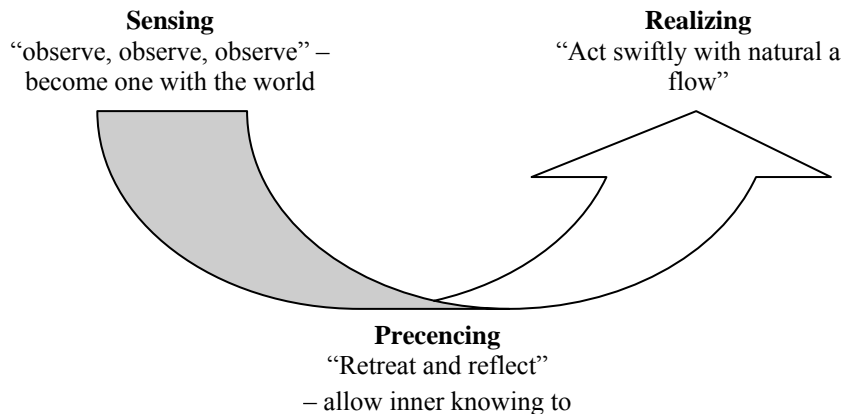
Individu yang menggunakan unsur spiritualitas didalam menunjukkan perilaku akan melihat kehidupan yang dijalani sebagai sesuatu yang bersifat sakral dan mereka akan menjalani kehidupan sebagai sebuah alat untuk melakukan aktivitas secara unik, dengan menemukan gagasan – gagasan atau ide tentang kehidupan melalui pemberian pelayanan yang tidak bertujuan untuk memuaskan dirinya sendiri tetapi semata – mata karena

ibadah. Manusia seperti ini berkeyakinan bahwa apa yang mereka lakukan akan memiliki nilai – nilai yang bersumber secara vertikal. Perilaku yang ditunjukkan sangat beretika karena mereka menganggap bahwa kehidupan merupakan suatu instrumen dan bukan dari tujuan akhir.

Studi yang dilakukan oleh Karakas (2010) yang menggambarkan pemaknaan manusia sebagai makhluk yang baik diasumsikan bahwa setiap individu mempunyai tingkatan positif dari spiritualitasnya, termasuk subyektifitas suatu kebaikan, moral dan komitmen. Peningkatan kepekaan terhadap tujuan dan makna hidup diasumsikan bahwa peningkatan tersebut akan bersinergi dengan penciptaan kreatifitas, lebih mempunyai visi dan tujuan, dan mampu menggerakkan kelompok. Sedangkan peningkatan kepekaan terhadap kelompok dan hubungan yang dilakukan dengan orang lain, diasumsikan sebagai tindakan yang lebih mementingkan orang lain atau kelompok daripada kepentingan pribadi. Meskipun demikian, studi ini belum menjelaskan beberapa faktor yang membentuk pemaknaan fitrah manusia, kepekaan terhadap tujuan dan makna hidup serta kepekaan terhadap kelompok. Pada sisi lain, seseorang akan dapat memaknai dirinya sebagai manusia ketika mereka menyadari suatu realitas dengan “apa adanya”. Oleh karena itu, konsepsi spiritualitas dapat dikembangkan kedalamannya dengan mencari beberapa faktor yang dapat membentuk pemaknaan dan kepekaan individu terhadap lingkungan sekitar.

Kesadaran dari individu didalam memandang realitas dengan “apa adanya” oleh Hendrawan (2009) disebut dengan *Personal Mastery*. Makna *personal mastery* adalah pengendalian diri secara terus menerus pada kegiatan, tujuan, serta hasil – hasil yang bermakna. *Personal mastery* akan produk dari perubahan kesadaran dan spiritualitas akan mengubah mekanisme perubahan tersebut. Selanjutnya, Hendrawan (2009) menjelaskan bahwa secara sederhana, perubahan ini digambarkan sebagai proses interiorisasi “perjalanan ke dalam” (*inner journey*). Proses ini melewati berbagai tingkatan pengalaman tertentu, sehingga membuka secara gradual sekat yang menutup hakikat dari suatu realitas. Isu sentral dalam perjalanan ke dalam, interiorisasi, adalah menghidupkan hati. Dalam perspektif spiritual, hati memiliki peran sentral karena menjadi referensi untuk didengar suaranya dalam menemukan jawaban yang bermakna dari berbagai persoalan yang dihadapi oleh manusia. Salah satu pemikiran cara untuk menghidupkan hati telah dikemukakan oleh Senge (dalam Hendrawan, 2009) melalui teori U.

Gambar 4. Perubahan Kesadaran Menurut Teori U



Sumber : Senge et al., 2004. Dalam Hendrawan, 2009

Melalui teori ini, Senge et al mencoba menjelaskan bagaimana seseorang dapat mendengarkan suara hati dan bagaimana seseorang dapat membuka diri terhadap hal – hal yang berada di luar konsepsi diri. Selanjutnya, teori ini juga dapat menjelaskan kepekaan seseorang terhadap realitas yang dihadapi dan kemudian mereka akan bertindak sesuai dengan realitas tersebut. Pada gambar diatas, teori ini menjelaskan berbagai kedalaman persepsi tentang realitas dan tingkatan aksi yang mengikutinya. Dalam gerakan tersebut, *presence* merupakan kata kunci untuk melihat masa depan, suatu proses menarik diri dan perenungan yang memungkinkan munculnya pengetahuan dari dalam. Transformasi hubungan *self* dengan dunia dimulai dengan pencerahan (*sensing*). Secara bertahap, kemudian persepsi bergeser ke melihat dari dalam proses kehidupannya yang mendasari realitas.

Tahap kritis yang menjadi titik balik perubahan kesadaran diri terletak pada *presencing*. Pada tahap ini, hati mengalami pembukaan secara tiba – tiba sehingga segalanya tampak jelas. Realitas – realitas yang tadinya tersembunyi menjadi tampak dan segala yang jasadiyah dapat terlihat. Penyingkapan ini memberikan suatu pemahaman yang dalam tentang realitas, kejernihan penglihatan dan kepastian. Dengan kata lain, kesadaran mengalami pencerahan, sebagai sebuah pengalaman puncak dalam kesadaran individu yang membuat individu memahami hakikat kehidupannya secara holistik sehingga terlahir dengan identitas baru yang mengemban misi kehidupan dan tanggung jawab untuk melakukan sesuatu yang berbeda di dunia. Mereka yang tercerahkan mampu menumbuhkan rasa tanggung jawab dan mendorong terwujudnya perubahan – perubahan struktural yang mendasar.

Secara sederhana, konsepsi pengembangan kedalam dari model spiritual perusahaan telah dikemukakan oleh Husain dan Khan (2010). Melalui studi yang dilakukan, Husain dan Khan (2010) memperpanjang mekanisme pembentukan spiritual individu dengan mengidentifikasi beberapa sumber nilai – nilai spiritualitas, meliputi *naturalism*, *ethical relativism*, *ethical hedonism* dan *positivism*. Asumsi yang ada pada sumber – sumber nilai tersebut dianggap dapat digunakan untuk mengembangkan organisasi.

Nilai – Nilai Spiritual

Naturalism

Naturalism merupakan suatu bentuk keyakinan bahwa *universalitas dari alam semesta adalah kemandirian yang adanya tidak disebabkan karena supranatural dan pengawasan*". Asumsi yang dikemukakan pada naturalism adalah bahwa manusia dan alam semesta dapat dipahami tanpa mengembalikan penjelasan spiritual dan bahwa penjelasan yang diberikan oleh ilmu pengetahuan adalah satu – satunya penjelasan yang memuaskan dari realitas yang dihadapi. Asumsi ini menyebabkan para ilmuwan perilaku banyak yang menyimpulkan bahwa semua nilai – nilai moral adalah fana dan berasal dari manusia.

Ethical Relativism

Ethical relativism mempunyai keyakinan bahwa "tidak ada prinsip universalitas yang valid, ketika semua prinsip moral bersifat relatif terhadap budaya dan nilai – nilai individu". Selanjutnya, "budaya atau masyarakat akan mempertahankan kebenaran atau kesalahan, jika memang hal itu baik bagi mereka". Ethical relativism juga berpendapat bahwa jika nilai bersifat relatif, maka perusahaan seharusnya meletakkan titik berat nilai – nilai yang ada pada karyawan.

Ethical Hedonism

Ethical hedonism merupakan bentuk keyakinan dimana seseorang harus mencari kesenangan sendiri dan bahwa kebaikan tertinggi bagi seseorang adalah mendapatkan kesenangan secara bersama – sama dengan perasaan sakit yang sangat sedikit. Menurut beberapa ahli perilaku, pada dasarnya hidup manusia hanyalah mencari kesenangan dalam bentuk perilaku yang hedonistik dan mencari pahala. Argumentasi ini menjadi alasan yang bertentangan dengan asumsi relativisme etis yang mendukung nilai – nilai etis. Berdasarkan pada asumsi tersebut, maka organisasi akan

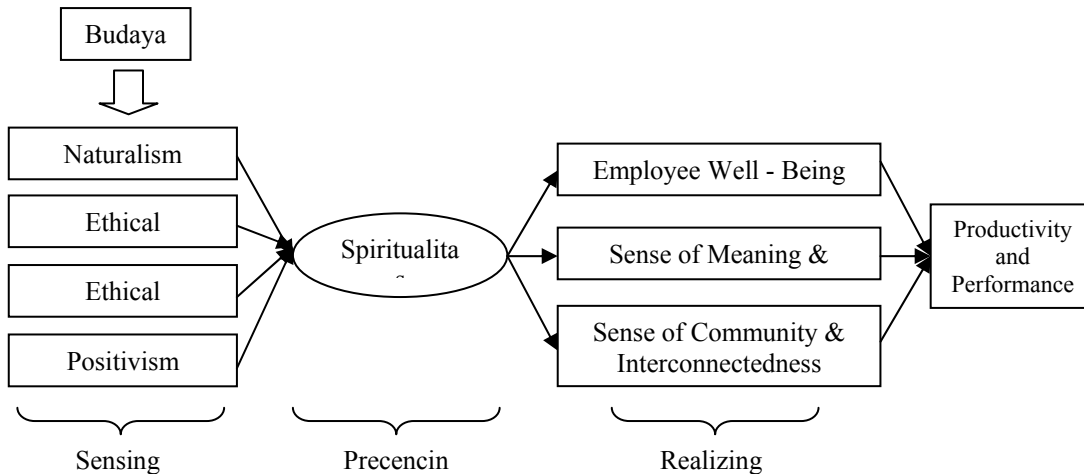
mendorong individu yang ada didalamnya untuk menghilangkan belenggu agama dan lebih menerima kecenderungan hedonistik mereka.

Positivism

Sumber nilai positivism berpendapat bahwa “pengetahuan adalah terbatas pada fakta yang diamati dan adanya interaksi yang terjadi diantara manusia”. Sumber ini juga dikatakan memenuhi unsur ilmiah jika terdapat bukti yang melandasinya. Positivist beranggapan bahwa pengamatan empiris pada akhirnya akan mengarah pada pemahaman yang lengkap dari suatu realitas. Secara tajam, positivist akan membedakan antara fakta dan nilai – nilai yang terkandung didalamnya, karena kaum positivist menganjurkan bahwa hanya dengan pemikiran yang ilmiah dan pernyataan yang logis maka kognitif akan lebih bermakna, bernilai dan intelektual dianggap sebagai sesuatu yang berarti.

Asumsi tersebut diatas dapat membawa pengaruh besar pada keyakinan individu didalam memaknai suatu kehidupan, meningkatkan kepekaan pada tujuan hidup dan menjalin hubungan dengan orang lain. Selanjutnya keyakinan yang dimiliki oleh individu harus dapat dikelola dengan baik oleh organisasi jika organisasi ingin meningkatkan hubungan interpersonal dan membuka jalan bagi perubahan organisasi.

Gambar. Model Pengembangan Spiritualitas Perusahaan



Dalam konteks spiritualitas perusahaan, pengalaman yang dimiliki oleh individu melalui penerapan nilai – nilai budaya akan terkait langsung dengan kesadaran spiritual individu. Pada titik ini, kesadaran spiritual

menjadi jembatan yang akan menghubungkan budaya perusahaan sehingga akan memberikan makna terhadap kehidupan, peningkatan kepekaan tentang tujuan dan hubungan antar individu sehingga akan membawa pengalaman individu untuk berorganisasi. Asumsi dan paradigma, nilai – nilai dan perilaku organisasi secara praktis akan berorientasi pada tanggung jawab, mengutamakan kepentingan orang lain diatas kepentingan diri maupun peningkatan kesadaran atau kepedulian terhadap lingkungan serta peningkatan keyakinan yang berfungsi untuk mengendalikan perilaku individu. Dengan demikian, perilaku yang ditunjukkan oleh individu yang pada awalnya hanya sebatas pada budaya yang dihasilkan dari sumber – sumber nilai, akan menjadi spiritualitas perusahaan, yang berarti bahwa status dari budaya tersebut akan berubah menjadi ibadah kepada Tuhan. Dengan status seperti itu, maka budaya perusahaan mampu mendefinisikan situasi dan pengalaman kolektif yang sangat kuat serta menghasilkan motivasi dan perasaan yang mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Argyle & Beit Hallahmi, 1975, *The social psychology of religion*, London : Routledge.
- Arnaldo Oliveira, 2001, *The Place of Spirituality in Organizational Theory*, Journal of Business Ethics and Organization Studies, Vol. 9, No. 2
- Baumeister, 1991, *Meanings of life*, New York : Guilford Press.
- Biberman, J., and Whitty, M.: 1997, *A postmodern spiritual future for work*, Journal of Organizational Change Management, 10 (2), 130–138.
- Biberman, J., Whitty, M., and Robbins, L., 1999, *Lessons from Oz: Balance and wholeness in organizations*, Journal of Organizational Change Management, 12(3), 243–252.
- Brake, T., Walker, D. M., & Walker, T., 1995, *Doing business internationally: The guide to cross-cultural success*, New York : Irwin.
- Brown, R. B., 2003, *Organizational Spirituality: The Sceptic's Version Organization*, Vol. 10; 393-400.
- Burack, E.: 1999, *Spirituality in the workplace*, Journal of Organizational Change Management, 12(4), 280–291.

- Campuzano, Lydia Guadalupe; Seteroff, Sviatoslav Steve, 2009, *A New Approach to a Spiritual Business Organization and Employee Satisfaction*, Eastern Academy of Management.
- Cavanagh, G., Hanson, B., Hanson, K., and Hinojoso, J., 2001, *Toward a Spirituality for the Contemporary Organization: Implications for Work, Family and Society*, in Champoux,
- Desai, Pranav, 2009, *Spiritual psychology: A way to effective management*, African Journal of Marketing Management Vol. 1(7) pp. 165-171, October, 2009
- Elenko Zachariev, 2002, *Peter Drucker's Conception Of The New Management Paradigm*, Series: **Economics and Organization** Vol. 1, No 10, 2002, pp. 15 – 24, FACTA UNIVERSITATIS.
- Fry, L.W., 2003, *Toward a Theory of Spiritual Leadership*, The Leadership Quarterly, 14, 693–727.
- Fry, Louis W., Jody dan J.Lee Whittington, 2005, *Spiritual Leadership as a Paradigm for Organization Transformation and Development*, tidak dipublikasikan.
- Greenberg, Pyszczynski, & Solomon, 1986, *The Causes And Consequences Of A Need For Self – Esteem : At Error Management Theory*. In R. F. Baumeister (Ed.), Public self and private self (pp. 189–212), New York : Springer – Verlag.
- Gull, G. A., & Doh, J., 2004, *The "transmutation" Of The Organization: Toward a More Spiritual Workplace* *Journal of Management Inquiry*, 13, 128-139.
- Hussain, M. Farooq and Saqib Ilyas, 2011, *Environment for Innovation: Gaining Competitive Advantage*, African Journal of Business Management Vol. 5(4), pp. 1232-1235, 18 February, 2011.
- J.E., 2000, *Organizational behavior: Essential Tenets For A New Millennium*, South-Western College Publishing, Cincinnati.
- Karakas, F.: 2006, *Towards a Universal Set of Values Bridging East and West: Global Positive Spirituality for World Peace*, Journal of Globalization for the Common Good. Fall 2006 Issue.

- Kruger, M., and Hanson, B., 1999, *A Value-Based Paradigm For Creating Truly Healthy Organizations*. Journal of Organizational Change Management, 12(4), 302–317.
- Kinjerski, V. & Skrypnek, B.J., 2006, *A Human Ecological Model of Spirit At Work*, Journal of Management, Spirituality & Religion, 3(3), pp.232-239.
- Korac-Kakabadse, N., Kouzmin, A., and Kakabadse, A., 2002, *Spirituality And Leadership Praxis*, Journal of Managerial Psychology, 17(3), 165–182.
- Kouzes, J. M. and B. Z. Posner: 1995, *The Leadership Challenge*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Kuczkowski, S., 1993, *Psychology of Religion*, Krakow : WAM.
- Mądrzycki, T., 1996, *Osobowość' Jako System Tworzący I Realizujący Plany [Personality as a system for creating and realizing plans]*, Gdansk : GWP.
- Milliman, J., Ferguson, J. J., Trickett, D. and Condemi, B.: 1999, *Spirit and community at Southwest Airlines: An investigation of a spiritual values-based model*, Journal of Organizational Change Management. Vol. 12 (3); pp. 221-233.
- Milliman, J., Czaplewski, A. J. and Ferguson, J., 2003, *Workplace Spirituality And Employee Work Attitudes: An Exploratory Empirical Assessment*, Journal of Organizational Change Management, Vol. 16 (4), pp. 426-447.
- Mirvis, P. H.: 1997, “Soul Work” in Organizations. *Organization Science*, Vol. 8, No. 2, pp. 193-206.
- Mitroff, I. A., & Denton, E. A., 1999a, *A Spiritual Audit of Corporate America: A hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the Workplace*, San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Mohamed, A. A., Hassan, A. M., & Wisnieski, J. M., 2001, *Spirituality In The Workplace: A Literature Review*, Global Competitiveness, 9, 644-652.
- Muhammad, 2009, *Label Halal Dan Spiritualitas Bisnis Interpretasi Atas Bisnis Home Industry*, Volume 12 Nomor 2 Juli - Desember 2009.

- Neck, C.P. and Milliman, J.F., 1994, "***Thought Self-Leadership: Finding Spiritual Fulfillment In Organizational Life***", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 9. No. 6, pp. 9 – 16.
- Papulova, Emilia dan Zuzana Papulova, 2006, ***Competitive Strategy And Competitive Advantages Of Small And Midsized Manufacturing Enterprises In Slovakia***, E-Leader, Slovakia.
- Rubinstein, Robert A., 1993, ***Cultural Aspects of Peacekeeping : Notes on the Substance of Symbols***, *Journal of International Studies*, 1993. ISSN 0305-8298. Vol. 22, No. 3, pp. 547-62.
- Sims, A.C.P., 1994, ***Psyche-Spirit As Well As Mind***, *British Journal of Psychiatry*, 165, 441-446.
- Thompson, W.D., 2000, "***Can you train people to be spiritual?***", ***Training and Development***, Vol. 54 No. 12, pp. 18-19.
- Zohar, Danah dan Ian Marshall, 2005, ***Spiritual Capital, Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis***, PT Mizan Pustaka Bandung.