

Nilai-nilai Etika Kebudayaan Bali dlm Perdagangan Global

by Ida Bagus Putu Suamba

Submission date: 10-Mar-2022 10:29AM (UTC+0700)

Submission ID: 1780759280

File name: Nilai-nilai_Etika_Kebudayaan_Bali_dlm_Perdagangan_Global.docx (3.12M)

Word count: 3042

Character count: 19943



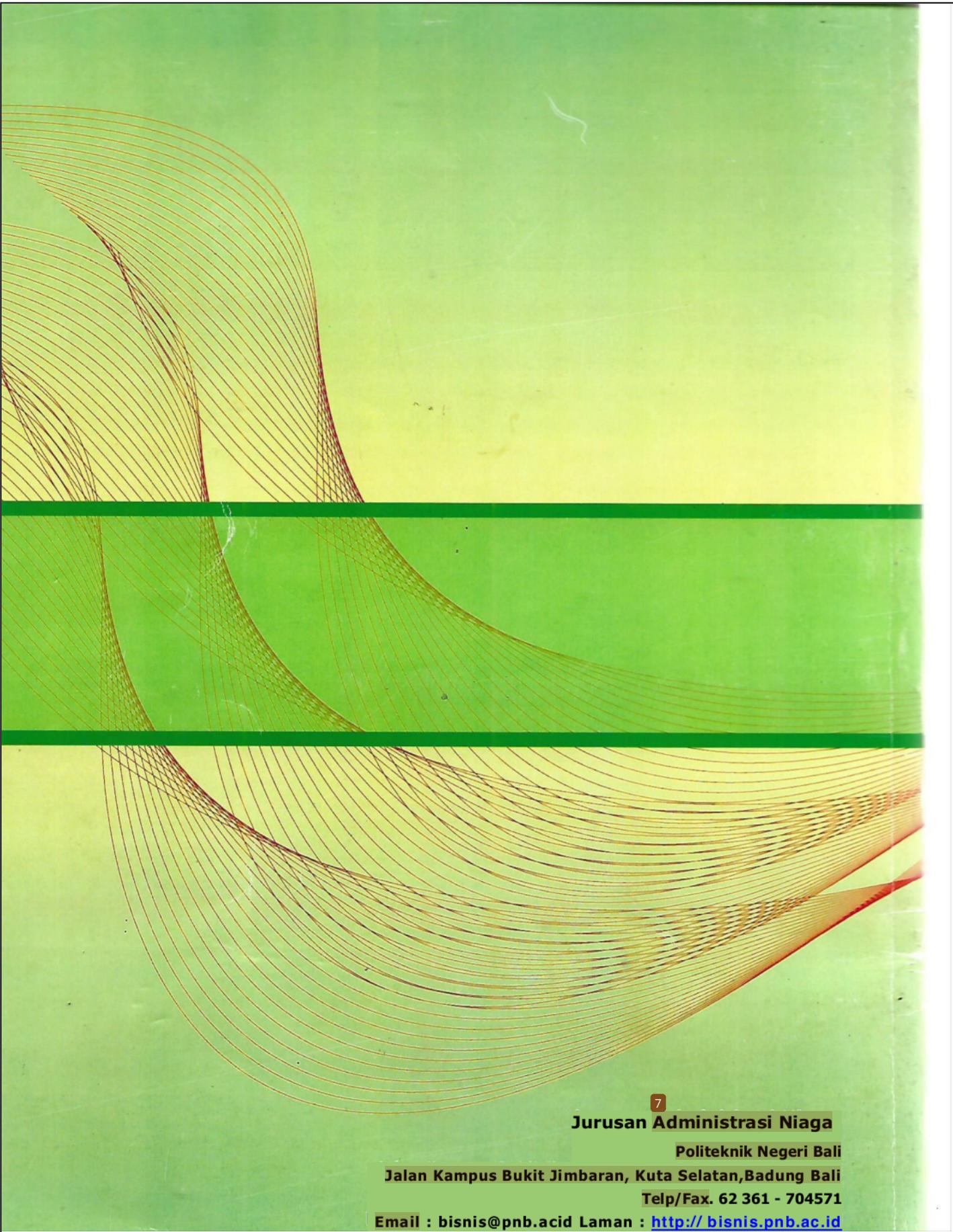
PROSEDING

SEMI
PERDAGAN
BALI, 5

SE

3

MA



7

Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bali

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung Bali

Telp/Fax. 62 361 - 704571

Email : bisnis@pnb.ac.id Laman : <http://bisnis.pnb.ac.id>

PROSEDING

Seminar Nasional Perdagangan Internasional (SENPI)
Tahun 2014

Reviewer

Nyoman Indah Kusumadewi, SE.,MBA.,Ph.D
Dr. I Putu Astawa, SE.,MM
Dr. Drs. Majid Wajdi, M.Hum
Nyoman Suka Sanjaya,SS. M.TESSOL, Ph.D
Dr. I Ketut Swardika, ST.,M.Si

Editor

Drs. Ida Bagus Artha Adnyana, M.Hum
I Gusti Ketut Gede, SE., MM

ISBN

ISBN 978-602-71502-0-1



Penerbit

Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali
2014

Pelindung: Ir. Made Mudhina, MT (Direktur Politeknik Negeri Bali), **Pengarah:** Drs. IB. Artha Adnyana, M.Hum (Ketua^u i Jurusan Administrasi Niaga), **Penanggung jawab:** I Gede Iwan Suryadi, SE.,MM, **Administrasi:** Ni Kadek Dessy I Hariyariti, S.Kom..MM, **Alamat Redaksi:** Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung, Bali — 80364, Telp. (0361)704571.Laman:<http://libisnis.pnb.ac.id>

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apa pun, termasuk fotokopi, tanpa izin dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Maraknya perdagangan global yang dimulai dari munculnya organisasi-organisasi internasional yang egalitansi terlaksananya perdagangan bebas seperti; GATT, WTO, serta terbentuknya zona-zona perdagangan bebas seperti; AFTA, NAFTA, APEC, ACFTA- ASEAN, dll. Kepepatan perdagangan bebas yang segera akan dilaksanakan dalam waktu dekat adalah Masyarakat Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*) tahun 2015. Hal ini mendorong kita untuk mewaspadai dampak dari perdagangan bebas tersebut. Indonesia adalah Negara berpenduduk terbesar ke 4 di dunia yang merupakan pasar potensial bagi negara-negara produsen yang mempunyai tingkat produktivitas, inovatif dan efisien yang tinggi dalam sektor ekonomi. Ancaman terbesar saat ini adalah masuknya produk-produk dari China setelah adanya kesepakatan antara China dengan negara-negara ASEAN untuk melakukan perdagangan bebas.

Perdagangan bebas tidak mungkin lagi kita tolak apalagi menentanginya, kita harus mengikuti aturan permainan yang telah ditetapkan. Untuk menghadapi serangan negara-negara produsen yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi, kita perlu mempersiapkan faktor-faktor ekonomi yang dapat mendukung ketangguhan perekonomian nasional dari ancaman ekspansi produk luar negeri. Faktor ekonomi yang paling dominan dalam menghadapi tantangan tersebut adalah sumber daya manusia yang berperilaku kewirausahaan berwawasan global. SDM yang berperilaku kewirausahaan global akan mampu meningkatkan produktivitas perdagangan internasional sektor riil yang berdampak pada peningkatan perekonomian nasional.

Seminar nasional perdagangan internasional (SENPI) tahun 2014 merupakan sebuah kegiatan untuk memaparkan gagasan dan strategi bersaing di pasar bebas ASEAN dari berbagai narasumber baik dari pemerintah, BUMN, asosiasi profesi ekspor impor, praktisi perdagangan internasional maupun dari akademisi menyampaikan gagasan pemikiran dan pengalamannya tentang perdagangan internasional sekaligus persiapan menghadapi ASEAN Community 2015.

Prosiding ini dibuat untuk berbagi gagasan dan pengalaman para pembicara dalam seminar nasional perdagangan internasional (SENPI) tahun 2014. Kami berharap buku ini memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dan khususnya sektor perdagangan internasional sektor riil di Indonesia. Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada para pembicara dan semua pihak yang telah berperan besar dalam terbitnya prosiding ini.

Jimbaran Bali, 11 Agustus 2014
Panitia SENPI 2014.

PROSEDING SEMINAR NASIONAL PERDAGANGAN INTERNASIONAL 2014

Daftar Isi

<ul style="list-style-type: none"> • Analisis Perilaku Penggunaan Facebook Oleh Mahasiswa Kristoforus Jawa Bendi, Sri Andayani • Nilai-Nilai Etika Kebudayaan Bali Dalam Perdagangan Global: Analisa Konsep Ida Bagus Putu Suamba > Model Regresi Interval Dengan Neural Fuzzy Untuk Peramalan Nilai Tukar Mata Uang Tedy Rismawan, Ni Made Kariati > Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individual R. Kristoforus Jawa Bendi, Antonius R. E. Manullang, Sri Andayani > Pengaruh Penerapan CRA/Terhadap Loyalitas Dan Prestasi Mahasiswa Pada Stikes Perdhaki Charitas Palembang Andri Wijaya Sisilia Puspita Ningrum > Produk Pariwisata: Sinergi Unsur Wujud Dan Tanwujud I Ketut Utama, I Gede Mudana • Peningkatan Perdagangan Internasional Berbasis Wisata Budaya Kamowahadi, Budi Prasetya • Dampak Implementasi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) 2015 Terhadap Intensi Variety Seeking Konsumen Indonesia Made Wahyu Adhiputra • Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Jawa Memenangkan Persaingan Global Ni Putu Santi Suryantini, Ni Putu Ayu Darmayanti, I Wayan Edi Arsawan > Buah Lokal Kalah Bersaing Dengan Buah Impor: Penyebab Dan Pemecahannya Ni Wayan Sukartini, Nyoman Indah Kusuma Dewi, Ni Made Sudarmini • Analisis Kausalitas Antara Ekspor Dan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Agus Edy Rangkuti > The Influence Of Total Quality Management To Managerial Performance Ayu Dwi Yulianthi, Luh Linna Sagitarini > Konstruksi Modal Sosial Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Produk (Ekspor Bali) Gede Santanu dan I Ketut Muderana > Strategi Hedging UKM Ekspor Bali Dalam Menghadapi Pasar Global I Gede Iwan Suryadi, Ni Kadek Dessy Hariyanti 	<p>- 6</p> <p>7-15</p> <p>16 - 21</p> <p>22 . 26</p> <p>27 . 31</p> <p>32 . 38</p> <p>39 . 44</p> <p>45 . 50</p> <p>51 . 57</p> <p>58 . 64</p> <p>65 . 70</p> <p>71 . 80</p> <p>81-88</p> <p>89 . 94</p>
--	--

➤ **Analisis Diskriminan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen
Mengonsumsi *Fast Food* Di Kota Denpasar** 95 –102
Kadek Jemmy Waciko, I Gusti Lanang Suta Artatanaya, I Made Widiantera

➤ **Analisis *Base LendingRate* Pada Unit Usaha Sim pan Pinjam di Koperasi Pegawai
Negeri Politeknik Negeri Bali** 103 – 108
Ketut Vini Elfarosa, I Ketut Parnata, Ida Ayu Ketut Sumawidari

2 NILAI-NILAI ETIKA KEBUDAYAAN BALI DALAM PERDAGANGAN GLOBAL: ANALISA KONSEP

Ida Bagus Putu Suamba

Politeknik Negeri Bali

2 Abstrak

Kebudayaan Bali memiliki nilai-nilai etika. Namun ketika etika diterapkan secara khusus di dalam konteks bisnis, diperlukan usaha-usaha penggalian, perumusan, dan desiminasi sehingga bisa dimanfaatkan oleh pelaku bisnis. Sentuhan etika Bali, tidak hanya pada hal-hal yang *superficial*, namun yang lebih penting dipikirkan adalah konsep dasar. Hal ini dilakukan untuk menghindari kebudayaan Bali sebagai objek saja, namun sebagai subjek di dalam bisnis global.

Di antaranya adalah *trust* (kepercayaan) dan *capital* dalam bentuk keuletan dan kesiapan, kejujuran di dalam bekerja. Kepercayaan ini berakar dari pengakuan kesamaan (*equality*) antara sesama umat manusia bahwa secara metafisika semua orang memiliki unsur kesadaran (*consciousness-purusa*) dan ketaksadaran (*unconsciousness-pradhana/ prakrti pradhanal prakrti*). *Divinity* di dalam setiap diri manusia merupakan landasan *trust* kepada siapa saja termasuk di dalam praktek bisnis.

Nilai-nilai *divinity* ini sebagai inti dari pelaksanaan konsep *tri hita karana* dimana ¹⁹ eharmonisan, keseimbangan dipandang sebagai prasyarat tercapainya kebahagiaan. Bisnis mengusahakan distribusi barang dan jasa secara adil dan merata di dunia, mewujudkan kesejahteraan global; menjauhkan eksploitasi, atau tindakantindakan merugikan. Apabila nilai-nilai di atas bisa diterapkan, bisnis tidak hanya berorientasi keuntungan belaka namun bisa memperhatikan keselamatan ekosistem dunia dan penghargaan terhadap martabat manusia.

Kata-kata kunci: kebudayaan Bali, etika, keilahian, kesejahteraan, bisnis global.

Abstract

Balinese culture has ethical values. However, when the ethics should be implemented specifically in business context, it is required efforts to explore, formulate and disseminate them so that they can be profited by business practitioners. Touch of Balinese culture is not only associated with superficial matters, but more importantly is its basic concept. This thing is done to avoid Bali as an object only, but as a subject in global business.

Amongst them is trust and capital in the form of perseverance and discipline, truthfulness in working. Trust has its roots in the recognition of equality amongst human fellows that metaphysically all human beings have aspects of consciousness-purusa and unconsciousness-pradhana/ prakrti. Divinity in each and every human being is the base of trust including business practitioners.

These divinity values are as the bases for the implementation of tri hita karana in which harmony and stability are viewed as prerequisites for reaching happiness. Business attempts to distribute goods and services and spread them equally to entire world, realising global welfare, discarding exploitations or unbeneficial actions. When the above values are implemented, business is not only has orientation for reaching profit, but also taking care of the continuity of world eco-system and respecting humanity.

Key words: Balinese culture, ethics, divinity, welfare, global business.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Interaksi antara kebudayaan global dengan lokal tidak bisa dihindari di zaman global seperti sekarang. Perdagangan, bisnis, teknologi telah mengglobal. Pakta-pakta ekonomi baik berskala global, maupun regional seperti APEC memperlancar globalisasi di bidang ekonomi/perdagangan. Sepertinya tidak ada negara yang tidak dijamah oleh pengaruh globalisasi, walaupun ada pihak yang anti globalisasi karena kekhawatiran terhadap kebudayaan lokal dan lingkungan, dan yang lebih penting kemampuan sumber daya manusianya menghadapi perdagangan

global. Banyak pihak mengharapkan terjaa hubungan yang saling menguntungkan ketika kebudayaan asing dan lokal (*indigenous*) hari bertemu. Namun kenyataannya, kebudayaan lokal sangat rentan, terhegemoni oleh kekuatan kebudayaan global yang lebih besar dan kuat, sehingga dikhawatirkan kebudayaan lokal tergerus oleh arus globalisasi. Identitas diri kebudayaan lokal bisa kabur bahkan hilang sama sekali. Selain ini kebudayaan global telah memberikan pengaruh positif terhadap kebudayaan lokal, misalnya akselerasi produk lokal ke tingkat yang lebih luas; namun pengaruh negatifnya juga tidak bisa diabaikan. Produk lokal, misalnya buah lokal

sangat bersaing di tingkat global karena berbagai

• **likamdaLa.** Penduduk lokal sudah mulai membeli barang/produk luar berdasarkan
 • Langan-pertimbangan kualitas, harga,
 • - kenyamanan, dsb. Semangat materialisme sebagai negara kebangsaan tampaknya tidak berlaku di bidang bras perdagangan.

Pendekatan-pendekatan kebudayaan **global** yang mengedepankan rasionalitas, efektivitas dan hedonisme berpengaruh kepada **kehidupan** masyarakat Bali dan kebudayaannya. **Hal itu** memang sudah nampak: adanya perubahan **orientasi** berfikir dan gaya hidup manusia dari **hidup** dalam suasana kebersamaan (gotong royong, terealisasi, dsb.) ke individualis, pragmatis, konsumtif, dan bahkan hedonis. Hal ini sudah diteliti oleh G. Hofstede (dalam Shenkar dan **Lop**, 1994: 158) bahwa di dalam kebudayaan ada **ciri-ciri individualism** dan **collectivism**. Manusia berada di antara dua kutub ini; mereka apakah bergerak ke kiri (*individualism* semakin menguat), **atau** bergerak ke kanan (*collectivism* semakin menguat). Di sadari atau tidak masyarakat Bali berada juga di antara dua kutub ini. Di satu pihak mereka tidak berani melepas *collectivism* apalagi berhubungan dengan desa, keluarga besar (*clan*), adat, dan sebagainya, namun di pihak lain, mereka juga individual, ingin independen mewujudkan cita-citanya.

Penghargaan terhadap seseorang tidak lagi berdasarkan pemikiran, perkataan dan perbuatan yang baik, namun materi. Hal ini sudah merambat ke dalam kehidupan budaya Bali termasuk kehidupan beragama. Upacara-upacara keagamaan dilaksanakan agar cepat selesai, dengan biaya yang sedikit dan efektif, artinya mengenai sasaran dengan tepat dan cepat. Rasionalitas sudah masuk ke dalam tataran budaya dan agama.

Kebudayaan Bali sesungguhnya mempunyai nilai-nilai etika yang bisa disumbangkan kepada bidang etika bisnis atau perdagangan antar bangsa • sehingga nilai-nilai yang secara geografis dikatakan sebagai "lokal", "*indigenus*" bisa digunakan untuk merata etika bisnis tidak terlalu berorientasi ke Barat tetapi juga ada alternatif yang berasal dari Timur (baca: Bali). Harapan kita keadilan ekonomi agar lebih merata tidak hanya dikuasai oleh negara-negara maju. Bali sebagai sebuah *branding* pariwisata dunia mempunyai celah untuk tujuan tersebut: Tidak hanya itu, nilai-nilai etika Bali sangat berguna bagi investor, manajemen atau pelaku bisnis asing di dalam melakukan praktek bisnis di Bali. Hal ini penting baik berhubungan dengan orang Bali sebagai pelaku bisnis, karyawan maupun konsumen orang Bali; maupun berhubungan dengan lingkungan alam. Memang

diperlukan rincian yang lebih jelas dan lugas mengenai unsur-unsur budaya Bali yang berkaitan dengan bisnis. Hal-hal ini penting dirumuskan agar pihak asing bisa memahaminya dan bisa mengambil sikap positif terhadap kebudayaan dan alam Bali. Hal ini juga menandakan bahwa sejak zaman kuno, bisnis bukanlah hal yang tidak biasa atau bahkan tabu bagi kebudayaan Bali, melainkan telah dipraktikkan dengan pedagang-pedagang berasal dari luar.

Adanya kelompok negara-negara kaya-miskin, maju-berkembang, dan sebagainya menandakan keadilan ekonomi dan pemerataan ekonomi belum bisa diwujudkan secara merata di seluruh dunia, walaupun para pemimpin dunia telah melakukan usaha-usaha politik untuk mewujudkan cita-cita tersebut. Dengan kata lain keadilan ekonomi dan keadilan sosial belum bisa diwujudkan secara baik. Keadilan ekonomi dunia bisa diwujudkan dengan mempertimbangkan nilai-nilai etika budaya lokal. Jika Bali kekuatannya terletak pada aspek-aspek spiritualitas, kebersamaan, kreativitas, dan sebagainya nampaknya hal ini bisa diangkat ke tingkat yang lebih luas sehingga bisnis tidak hanya bisnis *per se*, tetapi bisnis yang mempunyai sisi spiritual dan holistik. Namun hal ini sangat sulit bisa dilakukan jika tidak ada usaha-usaha dari pihak intelektual Bali memperkenalkan di dalam forum-forum yang

luas.

1.2 Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan: (1) Sejauh mana pentingnya kesadaran budaya di dalam praktek bisnis global? (2) Bagaimana hubungan budaya lokal dengan global di dalam praktek bisnis global?, dan (3) Bagaimana konsep nilai-nilai etika kebudayaan Bali dalam praktek bisnis global?

1.3 Tujuan

Paper ini mencoba membahas pentingnya kesadaran budaya di dalam praktek bisnis global, melihat hubungan budaya di dalam praktek bisnis global; melakukan penggalan nilai-nilai etika di dalam kebudayaan Bali yang kira-kira bisa digunakan di dalam etika bisnis perdagangan global.

Upaya ini memang terasa berat namun upaya ini dilakukan untuk memberikan peluang dan peranan yang lebih besar budaya-budaya lokal (dalam hal ini kebudayaan Bali) terhadap perkembangan kebudayaan global (dalam hal praktek bisnis global). Oleh karena itu dilakukan analisa konsep dasar sebelum dirumuskan hal-hal etika praktis yang bisa dimanfaatkan oleh dunia

2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan atau paradigma kualitatif. Penelitian ini

menggunakan naskah atau buku-buku acuan baik berbahasa Inggris, Indonesia maupun Jawa Kuno yang terkait dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut dikaji kemudian pemikiran-pemikiran yang relevan dikelompokkan untuk membangun suatu sistem etika yang berkaitan dengan praktek bisnis.

Nilai-nilai atau prinsip-prinsip etika baik di dalam budaya Barat maupun Bali diidentifikasi kemudian dilakukan *crossed checked*.

Dari sejumlah topik menarik, paper ini hanya mencoba membatasi diri dengan mengangkat etika bersumber dalam budaya Bali yang kira-kira bisa digunakan di dalam praktek bisnis global. Kajian ini lebih banyak bersifat eksploratif dan interpretatif atas sejumlah data yang bisa digali dari sumber-sumber terkait.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Kesadaran Budaya (*Cultural Awareness*) dalam Bisnis Global

Peranan budaya di alam praktek bisnis global sudah diakui oleh banyak pihak, baik pelaku bisnis maupun akademisi. Budaya berpengaruh terhadap kegiatan bisnis atau perdagangan (John D. Daniels, *et al.*, 2004:47-48; Ricky W. Griffin, *et al.*, 2005:83-115; John J. Wild, *et al.*, 2006:49-83). Pengaruh budaya di dalam praktek bisnis termasuk ke dalam faktor-faktor eksternal yang berpengaruh kepada operasional bisnis di lapangan. Di dalam pengaruh budaya ada unsur-unsur kesadaran budaya, identifikasi dan dinamika kebudayaan, dan strategi berkaitan dengan perbedaan-perbedaan budaya. Secara garis besarnya pengaruh eksternal terdiri atas (1) faktor-faktor fisik dan social, (2) budaya, dan (3) lingkungan kompetitif. Selanjutnya pengaruh-pengaruh eksternal ini menentukan tujuan, strategi dan alat-sarana yang digunakan oleh pelaku bisnis di dalam mewujudkan praktek bisnis (Daniels, John D., *et al.*, 2004:46). Bisnis internasional melibatkan orang yang berasal dari latar belakang sosial-budaya yang heterogen. Oleh karena itu kesadaran adanya perbedaan-perbedaan budaya harus ditumbuhkan terutama karyawan.

Bisnis moderen merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis, antara lain faktor organisatoris-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politik-sosial-kultural (Bertens, 2013: 9; Daniels, John D., *et al.*, 2004:47). Kebudayaan terdiri atas norma-norma spesifik berdasarkan atas sikap, nilai dan kepercayaan yang ada pada setiap bangsa (Daniels, John D., *et al.*, 2004:47). Oleh karena itu sering nilai-nilai suatu kebudayaan suatu etnis/bangsa/negara berbeda dengan nilai kebudayaan etnis lain. Budaya tidak identik dengan negara. Walaupun demikian ada nilai-nilai universal yang diterima oleh semua pihak,

misalnya, nilai-nilai kebenaran, kerja keras, kasih sayang, dan sebagainya. Suatu kebudayaan dikatakan kebudayaan karena ia mempunyai ciri-ciri, seperti *culture is shared* (dibagi), *culture is intangible* (tak dapat diraba) dan *culture is confirmed by others* (diakui oleh orang lain) (Shenkar dan Luo, 2004: 149). Di samping itu budaya bisa mempersatukan individu-individu dalam suatu budaya, bisa juga menyebabkan ketegangan bahkan konflik. Ditengarai ke depan konflik-konflik tidak hanya bersifat politik, militer atau ekonomi, namun juga bisa budaya.

Bagi pengunjung/pelancong yang datang ke suatu negara biasanya memberikan penilaian atas perbedaan atau persamaan kebudayaan yang dikunjungi. Bagi penguasa atau pebisnis pasti melihatnya dalam perspektif bisnis: apakah perbedaan budaya ini akan mempengaruhi kegiatan bisnisnya? Apakah investasinya ditanamkan di Bali hilang karena karyawan orang Bali sering libur? Pebisnis Arab, misalnya, tidak berkewajiban untuk menyelesaikan sesuatu pada suatu waktu yang telah ditentukan, memandang waktu yang dihabiskan di cafe sebagai "*doing something*" dan menganggap "*small talk*" sebagai indikasi apakah mereka telah nyambung dengan parter-partner potensial bisnisnya. Karena pebisnis Inggris percaya "*you shouldn't mix business and pleasures*", mereka menjadi malas ketika teman-temannya pebisnis Arab ikut nimbrung di dalam percakapan mereka. Dalam cara yang kontras, pebisnis Arab merasakan: "*people are more important than business*": dan tidak melihat sesuatu yang pribadi tentang transaksi bisnis (Daniels, John D., *et al.*, 2004:47). Di sini nampak bagaimana masing-masing sating tidak memahami budaya masing-masing yang bernegosiasi.

Jika di dalam masyarakat Barat penghargaan terhadap waktu begitu tinggi, mereka menggunakan waktu dengan baik dan tepat waktu, pebisnis yang berasal dari India, misalnya, tidak begitu memperhatikan hal ini. Tindakan ini bisa ditafsirkan lain, misalnya tidak sungguh-sungguh atau tidak menghormati orang yang akan diajak bertemu, pada hal bagi orang India, hal tersebut merupakan suatu hal yang biasa, tidak ada ketersinggungan. Namun setelah mereka berinteraksi, pebisnis India menyesuaikan sehingga nilai-nilai Barat mempengaruhi perilaku bisnisnya. Apabila ia masih seperti itu, lawan bisnis akan berpaling ke orang/produk lain yang lebih pasti. Masih banyak contoh di dalam konteks ini.

Betapa nilai-nilai budaya yang dianut oleh pelaku bisnis atau budaya dimana mereka akan melakukan kegiatan/transaksi bisnis dipertimbangkan dengan matang agar investasi yang ditanam tidak mengalami kerugian. Jika investasi asing/luar ingin berinvestasi di suatu

sini sering nilai-nilai etika lokal kalah karena kuatnya pengaruh *capital* yang dibawa oleh pihak investor luas.

Nilai-nilai etika di dalam kebudayaan Bali tidak diragukan lagi keberadaan dan perannya di masyarakat. Budaya Bali, oleh karena sejak dulu bersenyawa dengan agama Hindu dan Buddha, maka etika keseharian masyarakat Bali diilhami atau dilandasi oleh nilai-nilai Hindu disamping etika yang bersumber dari kearifan nusantara.

Disamping itu manusia Bali mampu mengadaptasikan antara nilai-nilai etika Hindu/Buddha(luar) dengan nilai-nilai nusantara (lokal) sejak mereka berinteraksi secara budaya di masa yang kuno.

Nilai-nilai etika manusia Bali bisa dilacak di dalam sejumlah naskah berbahasa Sanskerta, Jawa Kuno atau Bali atau campuran dua pertama atau ketiganya.

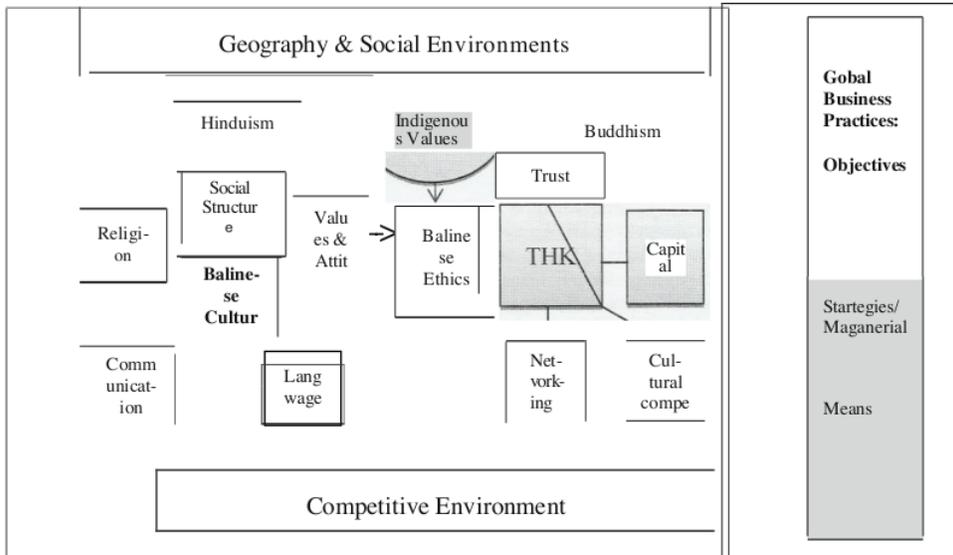


Diagram: Etika Kebudayaan Bali dalam Bisnis Global [diadaptasikan dari Daniels, John D., *et al.*, 2004:46]

Teks *Sarasamuccaya*, *Slokantara*, *Niti Sastra* dan sejumlah teks puisi (*kawya/kakawin*) sangat kental dengan ajaran-ajaran etika (*sasana/sila*). Ajaran-ajaran etika ini digunakan oleh penguasa di zaman kerajaan, misalnya di dalam kerajaan Majapahit disusun kitab *Kutaragama* yang bersumber dari ajaran-ajaran etika dan juga *Dharmasastra*. Di dalam konteks kehidupan kebudayaan Bali, nilai-nilai etika tersebut digunakan di dalam menyusun *awig-awig desa pakraman* baik lisan maupun tertulis. Banyak poin di dalam undang-undang desa (*awig-awig desa pakraman*) dapat dilacak kepada nilai etika Hindu. Misalnya, ifiyat tidak bisa disemayamkan, dimandikan, atau diupacara di tempat suci karena tindakan tersebut mencemari tempat suci tersebut. Ajaran etika Hindu mengajarkan kesucian, kemurnian. Mayat/jasad [yang sudah ditinggalkan oleh rah (*atma*)] berasal dari *prakrti/pradhana tatwa* yang tidak berkesadaran; dan dianggap *mala/leteh* (kotor) secara spiritual. Tempat-tempat yang sudah disucikan tidak boleh dikotori dengan

perkataan tindakan atau benda-benda yang dianggap tidak suci (*leteh, cuntaka, sebel, mala*, dsb.).

3.3. Kontribusi Budaya Bali: *Tri Hita Karana*

Konsep *Tri Hita Karana* (THK) berpusat pada manusia itu sendiri. Sebagai makhluk yang dibekali dengan perkataan/ujaran (*sabda*), tenaga/nafas (*bayu*), pikiran (*idep*) - ketiganya disebut *Tri Pramana* - manusia berkuasa atas dirinya sendiri dan juga alam semesta; namun hal tersebut harus digunakan untuk kebaikan, kemaslatan semua kehidupan - baik lingkungan fisik maupun non fisik - bukan eksploitasi pihak lain. Situasi alam berlebihan yang menyebabkan rusaknya hubungan manusia dengan manusia, dan rusaknya hubungan manusia dengan alam sekitarnya. Kasus-kasus kerusakan ekosistem akibat ulah manusia yang tidak memperhatikan keseimbangan dan keharmonisan. Manusia Bali sangat percaya hubungan-hubungan tersebut agar dijaga sehingga kebahagiaan baik lahiriah maupun spiritual bisa dicapai.

Nilai-nilai Etika Kebudayaan Bali dlm Perdagangan Global

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	3%
2	p3m.pnb.ac.id Internet Source	3%
3	issuu.com Internet Source	1%
4	www.javaneseaivism.com Internet Source	1%
5	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	1%
7	Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper	<1%
8	mipa.untan.ac.id Internet Source	<1%
9	adoc.pub Internet Source	<1%

10	e-journal.unmas.ac.id Internet Source	<1 %
11	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
12	ees-journal.com Internet Source	<1 %
13	erepo.unud.ac.id Internet Source	<1 %
14	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
15	es.scribd.com Internet Source	<1 %
16	vdocuments.site Internet Source	<1 %
17	buk.um.ac.id Internet Source	<1 %
18	conference.feb.uns.ac.id Internet Source	<1 %
19	pustakaonline.wordpress.com Internet Source	<1 %
20	www.academia.edu Internet Source	<1 %
21	www.scribd.com Internet Source	<1 %

22

Muhammad Fadil. "Urgensi Standarisasi Islam ASWAJA ANNAHDLIYYAH untuk Perdamaian Indonesia dan Dunia", At-Tajdid : Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam, 2021

Publication

<1 %

23

www.mitrariset.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On