

## OPINI

## Pancasila dan Bisnis Transformasional Global

**LEBIH** Pancasila mana bisnis di Indonesia dibandingkan dengan bisnis di negara-negara maju? Secara simbolis dan slogan, kita memang lebih Pancasila. Tetapi, secara substansial, perilaku bisnis di negara-negara maju masih lebih Pancasila dibandingkan di negara kita. Buktinya, peringkat Indeks persepsi korupsi Indonesia (2021) masih di urutan ke-96 dari 180 negara. Peringkat sepuluh besar (terbersih korupsi) umumnya ditempati oleh negara-negara yang bisnisnya maju, seperti Denmark, Finlandia, Norwegia, Swiss, dan Singapura.

Peringkat ini berdasar survei yang dilakukan Transparency International (TI) terhadap ahli dan para pebisnis dunia. Korupsi itu jelas melawan ajaran Tuhan (sila ke-1), memicu kemiskinan yang berujung pada pelanggaran hak asasi manusia (sila ke-2), dan merusak semangat persatuan lewat konflik rebutan kekuasaan (sila ke-3). Korupsi juga merusak kualitas demokrasi (sila ke-4) akibat *money politics* serta merusak keadilan pembangunan di segala bidang (sila ke-5).

Yang salah bukan Pancasila, melainkan manusianya. Pancasila masih sering dijadikan sebagai bahan retorika, buku teoretis, dan bahan seminar yang menghabiskan anggaran. Korupsi membuat sebagian warga tak berdaya menjadi agen perubahan (transformator) dalam moral bisnis. Bahkan, koruptor pun kadang sangat fasih berbicara tentang ideologi Pancasila untuk dibenturkan dengan ideologi lain sebagai bahan bakar kampanye. Akibatnya, Pancasila belum sepenuhnya bertransformasi ke dalam peradaban bisnis dan birokrasi.

Idealnya, jika kita percaya Tuhan sebagai sumber standar moral dan perikemanusiaan tertinggi, bisnis di Indonesia seharusnya konsisten dengan standar mulia itu. Ya, lebih takut kepada Tuhan. Salah satu kunci kemajuan bisnis di negara maju ialah gerakan transformasi (mengubah *mindset*) para pihak yang terlibat (*stakeholders*) ke arah yang kian berintegritas, empati, inovatif/kreatif, plus *higher purpose*. Di era transformasional bisnis, produsen berkelas dunia umumnya berkomitmen mengubah pola pikir pelanggan dengan iklan yang edukatif serta kualitas produk yang menambah nilai hidup pelanggan.

Bahkan, puncak edukasi produsen ke pelanggan ialah ketika produsen menjaga citra produknya walaupun pelanggan telah membeli produk itu. Misalnya, beberapa hari lalu penyanyi Justin Bieber masuk daftar *blacklist* Ferrari seumur hidup (untuk mobil Ferrari lainnya). Sebab, Justin dengan sembarangan mengubah warna mobilnya (Ferrari 458) dari putih menjadi biru neon. Produsen mobil berstandar tinggi tersebut memberikan dampak transformasional kepada konsumen supaya menghargai sebuah karya (produk) agung dari sebuah bisnis yang berintegritas tinggi.

Sikap Ferrari ini sebenarnya sesuai dengan pengamalan butir ke-10 sila ke-5 Pancasila, yaitu *suka menghargai hasil karya orang lain yang bermanfaat bagi kemajuan dan kesejahteraan bersama*. Juga butir ke-9 yang berkata: *suka bekerja keras*. Terkait integritas bisnis, misalnya, kita juga memiliki butir ke-8 sila ke-2 yang berbunyi: *berani membela kebenaran dan keadilan*. Sayang,



O l e h

AUGUSTINUS SIMANJUNTAK \*)

butir-butir Pancasila yang agung seperti itu seolah tenggelam seiring dengan budaya korupsi. Ini berdampak pula terhadap kesejahteraan pekerja (buruh) dan masyarakat.

**Ironi Relasi Industrial Pancasila**

Kesejahteraan pekerja dan masyarakat di negara maju umumnya sudah jauh lebih tinggi, bahkan melampaui standar minimum di negara kita (misalnya upah di negara Barat/Eropa, Singapura, dan Hongkong). Ini bisa tercapai karena pekerja dibentuk untuk berkarya progresif dan sangat produktif lewat pola kepemimpinan transformasional. Pola ini telah diterapkan oleh pemimpin perusahaan besar dunia. Contohnya, bos Amazon Jeff Bezos dikenal sebagai pemimpin transformasional karena inspiratif dan selalu menetapkan standar tinggi untuk dipenuhi pekerjanya.

Dulu Steve Jobs, pendiri Apple, juga dikenal transformasional karena terus-menerus menantang timnya untuk berpikir melampaui apa yang telah dicapai. Ia menaruh

“**Yang salah bukan Pancasila, melainkan manusianya. Pancasila masih sering dijadikan sebagai bahan retorika, buku teoretis, dan bahan seminar yang menghabiskan anggaran.”**

sukses bisnis pada kekuatan pekerja dan produk. Menurut Steve, ukuran sukses bukan karena besarnya uang yang diraih, tetapi karena semua pekerjanya mampu memberi nilai tambah bagi citra perusahaan.

Pola yang sama juga diterapkan pimpinan Samsung, Toyota, dan Microsoft. Mereka membangun karakter, idealisme, dan budaya kerja keras sehingga kinerjanya melampaui harapan biasa. Terutama dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi (*great and nice product*). Ide dan budaya kerja progresif bakal banyak memberikan nilai tambah yang tak terukur bagi citra perusahaan. Bahkan, pekerja berhasil membuat terobosan kerja yang melampaui *job description*-nya (kreativitas produktif). Syaratnya, pebisnis terus membangun *mindset* progresif lewat visi, integritas, dan idealisme di *marketplace*.

Idealisme pekerja otomatis melahirkan jiwa kerja yang akurat, bertanggung jawab, dan selalu mengangkat kualitas produk ke standar tertinggi. Kepuasan utama pengusaha dan pekerja bisnis transformasional ialah sukses membuat produk unggulan yang

laku keras serta sukses mengubah hidup konsumen ke arah yang lebih baik. Di sini bekerja tak sekadar memenuhi instruksi pengusaha, tetapi juga berkolaborasi dan berinovasi. Sayangnya, hubungan industrial Pancasila selama ini masih cenderung berpola pikir transaksional.

Artinya, kesejahteraan pekerja masih sering menjadi beban bagi pebisnis karena *mindset* yang dibangun ialah *make money*. Paradigma itu umumnya hanya mengerahkan pekerja untuk meraih laba sebesar-besarnya tanpa berkesempatan untuk memaknai pekerjaannya. Akibatnya, pekerja sulit melahirkan ide dan terobosan kerja karena pola transaksional dipadu dengan gaya birokratis (*bekerja hanya berdasar aturan*). Hak-hak buruh hanya dipandang sebagai bukti kepatuhan kerja (tanpa adanya hak lebih atas karya inspiratif dan inovatif).

Dalam pola transaksional, pekerja umumnya tidak rela bekerja lebih, bahkan terkunci untuk berinovasi atau berkreasi. Pebisnis transaksional biasanya sulit melahirkan pekerja yang mampu menerobos tantangan baru di *marketplace*. Akibatnya, perusahaan sulit menghasilkan produk berdaya saing tinggi dan menumbuhkan nilai-nilai tambah maupun citra. Jadi, secara simbolis dan slogan, kita memang mengakui hubungan industrial Pancasila. Namun, secara substansial, pebisnis di negara-negara yang minim korupsi jauh lebih progresif dalam menjalankannya. (\*)

\*) Dosen Program Business Management FBE Universitas Kristen Petra Surabaya

*Demikian Murni*