

**IMPLIKASI NILAI-NILAI PENDIDIKAN AGAMA HINDU DALAM
KURIKULUM DAN PRAKTIK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN
KREATIF: STUDI KASUS MENDALAM DI UNIVERSITAS HINDU NEGERI I
GUSTI BAGUS SUGRIWA DENPASAR**

I Made Deva Samadhinata¹, I Nyoman Sueca², Ida Bagus Gede Candrawan³
Program Studi Magister Dharma Acarya, Program Pascasarjana Universitas Hindu
Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar¹²³
devasamadhinata@gmail.com¹, inyomancueca64@gmail.com²,
ibgcandrawan@gmail.com³

Riwayat Jurnal

Artikel diterima : 20 Januari 2025
Artikel direvisi : 19 Februari 2025
Artikel disetujui : 24 Maret 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif fungsi dan implikasi nilai-nilai Agama Hindu yang terintegrasi dalam mata kuliah Wirausaha Kreatif di Jurusan Kewirausahaan, Fakultas Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis, studi ini mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai spiritual ini berperan dalam pembentukan karakter wirausaha yang holistik. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa nilai-nilai Agama Hindu memiliki fungsi vital dalam menyeimbangkan teori dan praktik kewirausahaan, mendukung pencapaian tujuan pendidikan yang berlandaskan nilai, mengintegrasikan aspek agama dan ekonomi, serta membangun konsistensi pembelajaran. Lebih lanjut, integrasi ini memberikan implikasi signifikan terhadap perubahan positif pada pola pikir, pola berperilaku, dan respons konkret mahasiswa dalam menciptakan serta mengembangkan wirausaha yang berbasis nilai-nilai Hindu. Hasil penelitian ini menekankan urgensi pengintegrasian nilai-nilai spiritual dalam pendidikan tinggi untuk menghasilkan wirausaha yang tidak hanya kompeten secara profesional, tetapi juga berintegritas, beretika, dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Kewirausahaan Kreatif, Nilai-Nilai Agama Hindu, Pendidikan Kewirausahaan, Etika Bisnis Hindu, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar.

Abstract

This research aims to comprehensively analyze the functions and implications of Hindu religious values integrated into the Creative Entrepreneurship course at the Department of Entrepreneurship, Faculty of Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Utilizing a descriptive- analytical qualitative approach, this study explores how these spiritual values play a role in shaping a holistic entrepreneurial

character. The findings indicate that Hindu religious values serve vital functions in balancing entrepreneurial theory and practice, supporting the achievement of value-based educational goals, integrating religious and economic theories, and building consistency in learning. Furthermore, this integration has significant implications for positive changes in students' mindsets, behaviors, and concrete responses in creating and developing Hindu-based enterprises. The results of this study emphasize the urgency of integrating spiritual values in higher education to produce entrepreneurs who are not only professionally competent but also possess integrity, ethics, and sustainability.

Kata Kunci : Creative Entrepreneurship, Hindu Religious Values, Entrepreneurship Education, Hindu Business Ethics, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar.

I. Pendahuluan

Transformasi lanskap ekonomi global, yang ditandai dengan disrupsi teknologi dan perubahan sosial yang cepat, menuntut hadirnya para wirausaha yang tidak hanya memiliki keahlian teknis dan inovatif, tetapi juga memiliki fondasi etika dan moral yang kuat. Di tengah dinamika ini, pendidikan tinggi memegang peran krusial dalam membentuk generasi wirausaha yang mampu bersaing sekaligus berkontribusi positif bagi masyarakat. Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi keagamaan di Indonesia, secara proaktif mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam kurikulumnya, termasuk dalam mata kuliah Wirausaha Kreatif. Integrasi ini diharapkan dapat mencetak wirausaha yang berintegritas, memiliki kesadaran sosial, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan, sejalan dengan filosofi Hindu.

Penelitian ini berangkat dari observasi bahwa mata kuliah Wirausaha Kreatif di UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar secara eksplisit mencoba menanamkan nilai-nilai Agama Hindu dalam proses pembelajarannya. Hal ini memunculkan pertanyaan penting mengenai bagaimana nilai-nilai spiritual tersebut berfungsi secara pedagogis dan praksis, serta apa implikasinya terhadap pembentukan karakter dan orientasi wirausaha mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam fungsi spesifik dari nilai-nilai Agama Hindu dalam mata kuliah Wirausaha Kreatif dan mengidentifikasi implikasi konkretnya terhadap pola pikir, perilaku, dan respons mahasiswa. Secara lebih rinci, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana

fungsi dan implikasi nilai-nilai agama Hindu dalam mata kuliah Wirausaha Kreatif Jurusan Kewirausahaan Fakultas Dharma Duta Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dan diharapkan, hasil studi ini tidak hanya akan memperkaya literatur mengenai kewirausahaan berbasis spiritual dan etika lokal, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan untuk pengembangan kurikulum dan praktik pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi keagamaan maupun umum, guna mencetak wirausaha yang lebih holistik dan bertanggung jawab.

Kewirausahaan, secara fundamental, melibatkan identifikasi peluang, inisiatif, inovasi, dan pengambilan risiko untuk menciptakan nilai baru. Kewirausahaan kreatif secara khusus menekankan pada kemampuan berpikir out-of-the-box, menghasilkan ide-ide orisinal, serta menemukan solusi inovatif terhadap masalah yang ada. Ini melampaui sekadar mencari keuntungan, melainkan juga melibatkan kemampuan melihat potensi di tengah keterbatasan, dan mewujudkannya menjadi produk atau jasa yang unik dan bermanfaat. Pendidikan kewirausahaan modern juga menekankan pentingnya pengembangan soft skill seperti pemecahan masalah, kepemimpinan, komunikasi, dan etika bisnis.

Agama Hindu menyediakan kerangka filosofis dan etis yang kaya, relevan untuk diterapkan dalam konteks kewirausahaan. Beberapa konsep kunci yang menjadi fokus dalam penelitian ini meliputi:

- **Tri Hita Karana:** Filosofi ini mengajarkan tentang tiga hubungan harmonis: dengan Tuhan (Parhyangan), sesama manusia (Pawongan), dan alam (Palemahan). Dalam bisnis, ini berarti wirausaha harus berlandaskan nilai spiritual, menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan.
- **Dharma:** Merujuk pada kebenaran, kebajikan, dan kewajiban moral. Wirausaha yang ber-Dharma akan menjalankan bisnis dengan integritas, kejujuran, dan selalu berorientasi pada kebaikan bersama.
- **Artha:** Merujuk pada kekayaan material, namun dalam ajaran Hindu ditekankan bahwa Artha harus diperoleh melalui cara-cara yang benar (Dharma) dan digunakan untuk tujuan yang baik. Ini mengajarkan keseimbangan antara profit dan etika.

- **Karma Phala:** Prinsip ini mengajarkan hukum sebab-akibat, bahwa setiap perbuatan (baik atau buruk) akan membuahkan hasil. Dalam kewirausahaan, ini mendorong tanggung jawab penuh atas tindakan bisnis dan dampaknya.
- **Tattwam Asi:** Konsep ini mengajarkan kesatuan dan persamaan semua makhluk hidup. Ini mendorong empati, kepedulian sosial, dan kesediaan untuk berbagi dalam praktik bisnis.

Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai agama dalam pendidikan ekonomi atau bisnis dapat menghasilkan lulusan yang tidak hanya kompeten secara profesional, tetapi juga memiliki karakter dan kesadaran moral yang tinggi. Pendekatan ini bertujuan untuk membentuk wirausaha yang tidak hanya mengejar profit, tetapi juga mengedepankan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan spiritual, sehingga tercipta bisnis yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi semesta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai Agama Hindu diinterpretasikan dan diimplementasikan dalam konteks mata kuliah Wirausaha Kreatif dari perspektif para pihak yang terlibat. Jenis deskriptif-analitis memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara detail dan menganalisis hubungan antar variabel yang ditemukan di lapangan.

Lokasi penelitian secara spesifik berada di Jurusan Kewirausahaan, Fakultas Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansinya sebagai institusi pendidikan tinggi Hindu yang secara eksplisit mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dalam kurikulumnya.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan kunci, yakni Astrid Krisdayanthi, SE., M.Si. (Ketua Jurusan Kewirausahaan), dan Komang Alit Sawitri, S.E., M.Ak. (Dosen pengampu mata kuliah Wirausaha Kreatif di Jurusan Kewirausahaan). Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kurikulum, metode pengajaran, pandangan terhadap integrasi nilai Hindu, serta pengalaman terkait implikasi pada mahasiswa. Data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumentasi,

termasuk silabus mata kuliah Wirausaha Kreatif, modul perkuliahan, serta literatur-literatur terkait kewirausahaan, filsafat Hindu, dan pendidikan.

Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga alur kegiatan utama:

- **Reduksi Data:** Memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data 'mentah' yang muncul dari catatan lapangan. Ini dilakukan untuk membuang data yang tidak relevan dan menajamkan fokus pada data yang berkaitan dengan fungsi dan implikasi nilai-nilai Agama Hindu.
- **Penyajian Data:** Mengorganisasikan data yang telah direduksi ke dalam bentuk matriks, grafik, atau narasi, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.
- **Penarikan Kesimpulan/Verifikasi:** Melakukan penarikan kesimpulan awal dan memverifikasinya sepanjang proses penelitian untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan.

II. Pembahasan

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Jurusan Kewirausahaan di Universitas Hindu Negeri (UHN) I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar merupakan program studi baru yang didirikan pada tahun 2023 sebagai respons terhadap perkembangan zaman dan tuntutan kebutuhan sumber daya manusia yang inovatif dan mandiri. Pendirian jurusan ini merupakan bagian dari transformasi institusi dari Institut Hindu Dharma Negeri (IHDN) menjadi universitas, yang memungkinkan diversifikasi disiplin ilmu, khususnya di bidang ekonomi dan sosial. Jurusan ini hadir untuk melengkapi program studi sebelumnya seperti Akuntansi dan Manajemen, dengan fokus utama pada penciptaan nilai ekonomi melalui inovasi dan pengembangan usaha baru. Kurikulum dirancang untuk membekali mahasiswa dengan teori kewirausahaan, keterampilan praktis, pemahaman pasar, serta nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial berbasis ajaran Hindu. Selain pendidikan formal, jurusan ini aktif membangun ekosistem kewirausahaan melalui seminar, workshop, kunjungan industri, dan kolaborasi dengan praktisi. Dengan pendekatan holistik ini, UHN IGB Sugriwa berupaya mencetak lulusan yang mampu menjadi pencipta lapangan kerja dan kontributor bagi pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Jurusan ini juga mencerminkan visi UHN sebagai pusat keunggulan dalam pengembangan ilmu dan teknologi berbasis nilai-nilai Hindu.

2. Fungsi Nilai Agama Hindu dalam Mata Kuliah Wirausaha Kreatif

Nilai agama Hindu yang diinternalisasikan dalam mata kuliah wirausaha kreatif pada Jurusan Kewirausahaan Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar memberikan fungsi baik dari sisi spirit maupun praktik terhadap mahasiswa. Agama Hindu sejatinya bukan hanya sebagai konseptual dan terbatas hanya pada tekstual, namun mampu memberikan kemajuan secara realistis terhadap umat yang meyakini dan menerapkannya. Begitu juga halnya dengan internalisasi nilai agama Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif yang tentunya memberikan fungsi sebagai berikut.

a. Menstimulus Kemandirian dan Cipta Kerja

Nilai karma yoga dan dana punia yang terinternalisasi dalam mata kuliah ekonomi kreatif pada Jurusan Kewirausahaan Hindu Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar menstimulis munculnya semangat mandiri dan inovasi membuka peluang kerja bagi orang lain. Secara spiritual, ajaran Hindu yang diinternalisasikan dalam mata kuliah wirausaha kreatif sejatinya memegang peranan krusial dalam membentuk kemandirian individu dan mendorong penciptaan lapangan kerja. Dimensi spiritual Hindu yang tertuang melalui karma yoga dan dana punia bukan tentang ritual keagamaan, melainkan menyangkut nilai-nilai intrinsik yang membentuk karakter, etos kerja, dan visi hidup seseorang. Hal ini adalah fondasi tak terlihat yang menopang struktur kemandirian dan inovasi, memberikan arah dan makna bagi setiap tindakan ekonomi. Tanpa fondasi spiritual yang kuat, upaya kemandirian seringkali terasa hampa dan rapuh di hadapan tantangan. Spiritualitas Hindu dari dua ajaran di atas memberikan kekuatan batin untuk bangkit kembali dan menemukan solusi kreatif. Terkait dengan hal tersebut, Nursyifa dan Safrina (2022) juga mengatakan bahwa nilai-nilai spiritual membentuk kerangka berpikir yang proaktif dan resilien, esensial bagi individu yang ingin membangun kemandirian.

Ketekunan dan kesabaran sebagai bagian penting dalam karma yoga merupakan atribut penting bagi seorang mahasiswa yang ingin menjadi wirausahawan atau individu yang ingin mandiri. Proses membangun bisnis atau mencapai kemandirian finansial tidaklah

instan. Diperlukan dedikasi dan kemampuan untuk bangkit dari kegagalan, sifat-sifat yang diperkuat oleh perspektif spiritual yang menekankan perjalanan daripada tujuan semata, menjadikan setiap rintangan sebagai pelajaran berharga. Jalan menuju kemandirian seringkali penuh liku dan butuh waktu. Spiritualitas membantu menumbuhkan kesabaran untuk melihat hasil dari upaya jangka panjang. Dengan ketekunan yang tak tergoyahkan, impian kemandirian dapat terwujud (Gunawan & Sari, 2024). Terkait dengan hal tersebut, mahasiswa Jurusan Kewirausahaan Dewa Ayu Kade Audya Sahya Devanie mengatakan:

“Saya selaku mahasiswa itu menerima banyak materi Hindu yang diselipkan dalam mata kuliah wirausaha kreatif ini. Banyak sekali kearifan lokal dan nilai-nilai Hindu yang memberi saya inspirasi salah satunya untuk berdikari. Berbisnis jika terlalu dikekang, tanpa ada keikhlasan, maka terkadang itu menghilangkan rasa mandiri. Kalau sudah ikhlas mengaturnya sendiri dan menerima resikonya sendiri, jadinya lebih bisa kita ingin mewujudkan bisnis secara mandiri” (wawancara, 10 Maret 2025).

Kemandirian yang dimiliki oleh mahasiswa ditopang oleh sikap lascarya. Lascarya bukan hanya berarti ikhlas, namun bersyukur secara tulus atas segala hal yang telah diperoleh melalui bisnis. Aspek syukur dan kepuasan juga memainkan peran vital. Ketika seseorang merasa cukup dan bersyukur atas apa yang dimiliki, hal ini dapat mengurangi tekanan finansial dan membebaskan energi untuk berkreasi serta mencari peluang baru. Rasa syukur juga mendorong individu untuk berbagi dan memberikan kontribusi kembali kepada masyarakat, menciptakan ekosistem yang lebih sehat di mana kemakmuran dapat tumbuh bersama. Ketersyukuran ini mengurangi kecenderungan untuk selalu merasa kurang dan terjebak dalam lingkaran konsumsi. Dengan hati yang lapang, seseorang lebih mudah melihat berkah dalam setiap kesempatan. Ini mendorong mentalitas berkelimpahan yang mengundang lebih banyak keberhasilan. Kualitas hidup pun meningkat seiring dengan kemandirian finansial. Bahkan Pratama dan Lestari (2023) pernah menemukan bahwa praktik syukur secara signifikan berkorelasi positif dengan resiliensi finansial dan inovasi sosial di kalangan pelaku ekonomi mandiri.

Kemandirian dari mahasiswa jurusan kewirausahaan diimbangi dengan etos kerja yang baik sebagai bagian dari fungsi nilai agama seperti karma yoga tersebut. Banyak

tradisi spiritual menekankan pentingnya kerja keras sebagai bentuk ibadah atau pengabdian. Etos kerja semacam ini mendorong produktivitas, kualitas, dan efisiensi, yang semuanya merupakan faktor penentu keberhasilan dalam dunia kerja dan bisnis yang kompetitif. Kerja keras yang dilandasi spiritualitas terasa lebih bermakna. Ini bukan sekadar mencari nafkah, melainkan juga berbuat kebaikan melalui pekerjaan. Dedikasi tinggi ini akan menghasilkan produk atau layanan yang superior (Abdullah dan Rahman, 2022).

Suryanegara (2023) berpendapat bahwa individu dengan tujuan hidup yang jelas, seringkali berakar pada nilai-nilai spiritual, menunjukkan tingkat inisiatif kewirausahaan yang lebih tinggi. Adanya internalisasi ajaran Hindu mengenai tahapan hidup (asrama) dan fokus di masing-masing tahapan tersebut mampu membantu mahasiswa Jurusan Kewirausahaan untuk merumuskan tujuan jelas dalam bisnis. Hal ini juga sekaligus menjadi motivasi ini adalah mesin penggerak di balik inovasi dan semangat kewirausahaan yang berdampak. Dengan adanya tujuan yang mulia, rintangan terasa lebih ringan dihadapi. Pekerjaan pun terasa lebih berarti dan memuaskan secara batin dalam berwirausaha.

Mahasiswa jurusan kewirausahaan mampu merancang visi jangka panjang dari rencana wirausaha yang akan ingin digelutinya. Hal ini membuktikan bahwa nilai-nilai agama Hindu yang relevan dengan ekonomi kreatif mampu memberikan kontribusi spiritual dalam menyusun rencana strategis dari bisnis. Individu dan organisasi yang didasari nilai spiritual cenderung memikirkan keberlanjutan dan warisan yang akan mereka tinggalkan. Ini menginspirasi investasi dalam pengembangan sumber daya manusia dan inovasi yang berkelanjutan, menciptakan masa depan yang lebih baik bagi semua. Mereka tidak terpaku pada keuntungan sesaat, melainkan pada dampak jangka panjang. Keputusan bisnis didasarkan pada prinsip-prinsip etika yang kuat. Ini membangun fondasi yang kokoh untuk kemandirian yang langgeng. Cahyono (2022) juga mengatakan bahwa perusahaan dengan nilai-nilai spiritual yang kuat cenderung memiliki visi keberlanjutan yang lebih jelas, yang mempromosikan investasi dalam inovasi dan keberlanjutan tenaga kerja.

Mahasiswa juga memiliki strategi untuk menghadapi ketidakpastian dan bangkit dari kemunduran bisnis. Sesekali pengajar memberikan studi kasus mengenai tantangan bisnis dan meminta mahasiswa untuk mencari jalan keluar maupun bangkit dalam

keterpurukan bisnis. Hal ini mampu ditindaklanjuti dengan baik oleh mahasiswa dengan strategi mengatasi kemunduran yang sesuai dengan perkembangan zaman. Mahasiswa jurusan kewirausahaan cermat melihat kegagalan sebagai batu loncatan. Semangat pantang menyerah adalah ciri khas individu yang resilien. Kekuatan batin ini sangat penting dalam perjalanan membangun kemandirian. Meminham pendapat Hidayatullah (2023) bahwa ajaran agama yang diterima mahasiswa ketika mengikuti mata kuliah wirausaha kreatif mampu membekali mahasiswa dengan resiliensi yang lebih baik dalam menghadapi krisis ekonomi, memfasilitasi adaptasi dalam pencarian nafkah.

Mahasiswa jurusan kewirausahaan juga lebih mengerti dengan konsep tapa sebagai praktik disiplin diri yang bisa dipraktikkan dalam berwirausaha. Disiplin dalam hal ini tertuju pada kemampuan mahasiswa merencanakan pengelolaan waktu, keuangan, dan energi secara efektif membutuhkan disiplin yang kuat. Disiplin ini termanifestasi dalam kebiasaan baik sehari-hari. Ini adalah fondasi untuk membangun keahlian dan kebiasaan produktif. Dengan disiplin, kemandirian bukanlah sekadar impian, melainkan tujuan yang dapat dicapai (Santoso, 2024).

Nilai politik Hindu mampu memberikan inspirasi bagi mahasiswa untuk membangun jejaring dan penciptaan lapangan kerja. Spirit politik Hindu yang universal untuk kemajuan bersama membangkitkan pemahaman mahasiswa tentang individu sebagai adalah bagian dari keseluruhan mendorong pembentukan tim yang solid dan kemitraan yang saling menguntungkan. Ego yang diminimalisir oleh nilai-nilai spiritual dapat membuka pintu bagi sinergi yang produktif, menghasilkan solusi inovatif. Mereka memahami bahwa kekuatan sejati ada pada kebersamaan. Dengan kolaborasi yang tulus, potensi kolektif dapat dimaksimalkan. Ini menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung dan berkembang bersama (Permana dan Lestari, 2022).

b. Adaptasi Inovasi Wirausaha

Internalisasi nilai agama Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar mendorong penggunaan idep (pikiran) sebagai modal utama dalam melakukan inovasi bisnis sesuai perkembangan zaman. Fungsi nilai agama Hindu dalam hal adaptasi inovasi wirausaha bukanlah konsep esoteris semata,

melainkan fondasi kokoh yang memungkinkan individu dan organisasi untuk menghadapi ketidakpastian dengan keyakinan dan kreativitas. Ini adalah energi internal yang memicu semangat pantang menyerah dan kemampuan melihat peluang di tengah tantangan. Tanpa landasan ini, inovasi bisa menjadi kering dan hanya berorientasi profit. Keseimbangan antara kecerdasan teknis dan kebijaksanaan spiritual menjadi kunci keberhasilan jangka panjang, sebagaimana pandangan Fry dan Kriger (2020) yang menyatakan bahwa spiritualitas di tempat kerja berkorelasi positif dengan kinerja organisasi dan inovasi.

Inovasi ini tidak hanya muncul dari idep yang kritis, namun didukung oleh aspek pangrasa sebagai wujud empati ekonomi dalam dinamisasi dunia bisnis. Kondisi ini tentunya penting bagi calon wirausahawan, mengingat wirausahawan yang mampu merasakan dan memahami kebutuhan serta penderitaan konsumen akan lebih mudah menciptakan produk atau layanan yang benar-benar relevan dan inovatif. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk melihat di balik statistik dan memahami motivasi emosional pelanggan. Produk atau layanan yang lahir dari empati seringkali memiliki resonansi yang lebih dalam dan penerimaan yang lebih luas. Berinovasi dengan empati berarti membangun solusi yang benar-benar memecahkan masalah nyata, sebuah konsep yang didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa empati pimpinan berhubungan dengan inovasi produk dan kepuasan pelanggan (Hur, 2019).

Adaptasi inovasi dalam dinamisasi bisnis mutlak dipelajari oleh mahasiswa sebagai wujud pengekanan terhadap stagnasi inovasi bisnis. Keterbukaan pikiran yang diasah oleh spiritualitas Hindu memungkinkan wirausahawan untuk menerima perubahan, bahkan merangkulnya. Mereka tidak terpaku pada cara-cara lama, melainkan senantiasa mencari peluang baru, belajar dari berbagai perspektif, dan siap untuk beradaptasi. Fleksibilitas ini adalah kunci untuk bertahan dan berkembang di pasar yang dinamis. Mereka melihat setiap perubahan bukan sebagai ancaman, melainkan sebagai undangan untuk berinovasi lebih lanjut. Ini adalah kemampuan untuk "melepaskan apa yang sudah tidak relevan demi menyambut kemungkinan baru, sebuah adaptasi yang selaras dengan temuan bahwa spiritualitas dapat memupuk keterbukaan terhadap pengalaman dan adaptabilitas dalam lingkungan yang dinamis (Kashani, 2022).

Praktik tambahan non akademik dalam mata kuliah wirausaha kreatif seperti praktik yoga dan meditasi mampu membuka ruang bagi ide-ide baru, solusi kreatif, dan cara pandang yang segar terhadap tantangan bisnis dari mahasiswa. Kondisi ini adalah ruang di mana intuisi dan kebijaksanaan lahir. Inspirasi ini seringkali datang dari ketenangan batin, bukan dari hiruk pikuk eksternal. Dengan menenangkan pikiran, mereka dapat menyentuh sumber kreativitas yang lebih dalam. Hal ini adalah tempat di mana inovasi yang paling orisinal seringkali muncul, sebagaimana diuraikan oleh studi yang menunjukkan bahwa praktik mindfulness dapat meningkatkan kreativitas dan kapasitas pemecahan masalah (Malone & Baruch 2021).

Ketenangan diri yang diperoleh melalui yoga sangat membantu mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas. Dengan menenangkan pikiran, mahasiswa sebagai calon wirausahawan dapat mengakses pemikiran yang lebih jernih, ide-ide segar, dan solusi yang tidak terpikirkan dalam kondisi sibuk. Keheningan adalah ruang di mana inovasi yang paling orisinal seringkali muncul. Peluang ini memungkinkan mereka untuk "mendengarkan" intuisi dan inspirasi dari dalam. Berhenti sejenak dari hiruk pikuk eksternal adalah investasi berharga untuk kecerdasan kreatif.

Seiring dengan mengembangkan kreativitas maka mahasiswa akan bertemu dengan lingkungan sosial yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan jejaring kerja dalam berinovasi. Tidak jarang, mereka mendapatkan jejaring yang memang secara factual berkontribusi pada inovasi yang mereka pimpin, dan bekerja sama menuju tujuan bersama. Kepercayaan ini adalah pendorong utama bagi kemitraan yang sukses dan akuisisi talenta terbaik. Lingkungan yang diwarnai kepercayaan mendorong keterbukaan ide dan berbagi risiko. Realitas seperti ini tentunya merupakan fondasi penting untuk membentuk ekosistem inovasi yang dinamis, konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kepemimpinan yang berlandaskan nilai-nilai spiritual dapat meningkatkan kepercayaan dan kerja sama dalam tim (Mahalakshmi, 2021).

Tuntunan spiritual Hindu dalam mengembangkan wirausaha kreatif mendorong mahasiswa untuk selalu mencari korelasi dan mencopba untuk merealisasikan konsep Hindu yang dipelajarinya dengan kewirausahaan yang digelutinya. Secara tidak langsung

hal ini melahirkan adanya kegiatan belajar berkelanjutan yang sangat membantu dalam adaptasi inovasi bisnis. Mahasiswa sebagai calon wirausahawan yang sadar diri dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, belajar dari kesalahan, dan terus mengembangkan diri untuk menghadapi tantangan inovasi yang terus berubah. Kesadaran diri ini memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan lebih cepat dan efektif. Mereka tidak hanya melihat apa yang terjadi di luar, tetapi juga memahami bagaimana reaksi internal mereka memengaruhi keputusan (Hur, 2019).

c. Kreatif Mengelola Potensi Bisnis

Ajaran agama Hindu yang terinternalisasi dalam mata kuliah ekonomi kreatif di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar memberikan stimulus bagi mahasiswa jurusan kewirausahaan untuk kreatif mengelola potensi bisnis. Secara prinsip, hal ini tidak lepas dari adanya keharusan manusia Hindu untuk menolong dirinya sendiri mempergunakan nalar atau idep yang dimilikinya. Agama Hindu, sebagai salah satu agama tertua di dunia, tidak hanya menawarkan panduan spiritual tetapi juga mengandung prinsip-prinsip etika dan moral yang mendalam yang secara signifikan memengaruhi cara individu dan komunitas berinteraksi dengan dunia, termasuk dalam ranah ekonomi dan bisnis. Ajaran-ajaran Hindu, yang bersumber dari kitab suci seperti Veda, Upanishad, dan Bhagavad Gita, memberikan kerangka kerja nilai yang dapat membentuk perilaku bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, sehingga menciptakan landasan filosofis yang kuat untuk praktik bisnis yang beretika. Bahkan, De Clercq (2019) memandang bahwa sistem nilai agama seringkali menjadi pendorong utama dalam pembentukan budaya organisasi yang berorientasi pada etika.

Kreatif mengelola potensi bisnis merupakan bagian dari dorongan spiritual dari nilai-nilai agama Hindu agar manusia tidak terdiam dalam mentap berbagai kesempatan karma baik dalam perjalanan hidupnya. Berpija pada hal tersbeut, maka sangat beralasan apabila Weaver dan Agle (2002) mengatakan bahwa keyakinan agama yang kuat seringkali berkorelasi dengan perilaku etis yang lebih tinggi dalam pengambilan keputusan bisnis. Prinsip-prinsip etika universal yang ditekankan dalam banyak agama, termasuk Hindu, memiliki relevansi yang signifikan, menunjukkan bahwa agama dapat menjadi fondasi

moral yang kuat bagi para pelaku bisnis. Apabila dianalisis secara historis maka aktivitas berdagang di Bali maupun nusantara tidak terlepas dari pengaruh Hindu. Mengingat perkembangan kebudayaan di nusantara sangat dipengaruhi oleh agama Hindu sebagai faham keyakinan yang memiliki sejarah dan pengaruh yang kuat di beberapa wilayah, sehingga prinsip-prinsip Hindu secara tidak langsung dapat memengaruhi budaya bisnis lokal. Nilai-nilai seperti gotong royong dan musyawarah, yang memiliki akar budaya yang kuat dan selaras dengan beberapa prinsip Hindu, dapat tercermin dalam praktik bisnis komunal dan kolaboratif, menciptakan model bisnis yang lebih inklusif dan berbasis komunitas. Studi tentang kewirausahaan sosial di Indonesia seringkali menyoroti peran nilai-nilai lokal dan agama dalam membentuk inisiatif bisnis yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial (Yunus, 2010).

Mahasiswa jurusan kewirausahaan Hindu di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar pada dasarnya sangat mudah menemukan potensi wisata, terlebih wisata budaya. Mengingat mahasiswa tidak saja dibekali oleh ilmu ekonomi dan wirausaha secara umum, namun tetap diberikan pengetahuan Hindu sebagai roh ilmu ekonomi ataupun kewirausahaan yang didalamnya. Pariwisata spiritual dan budaya misalnya, yang seringkali terkait dengan situs-situs keagamaan Hindu dan tradisi-tradisi lokal, juga merupakan potensi bisnis yang signifikan. Pengelolaan potensi ini dengan memperhatikan nilai-nilai Hindu, seperti kesucian tempat dan penghormatan terhadap tradisi, dapat memastikan keberlanjutan dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, sekaligus menjaga integritas budaya dan spiritual. Penelitian tentang pariwisata berkelanjutan menekankan pentingnya menghormati nilai-nilai budaya dan agama lokal untuk memastikan dampak positif jangka panjang (Butler, 1999). Hal ini disampaikan pula oleh mahasiswa Jurusan Kewirausahaan, Ni Putu Eka Ariningsih sebagai berikut:

“Setelah mengikuti kegiatan belajar di mata kuliah ekonomi kreatif ini, saya terkadang sangat terinspirasi membangun usaha yang didalamnya ada pemanfaatan kebudayaan kita di Bali. Kita kan banyak budaya ini di Bali yang belum terjamah, nah itu sebenarnya sangat potensial dikembangkan. Semoga nanti saya bisa ya” (wawancara, 17 Maret 2025).

Mahasiswa menyadari bahwa internalisasi interpretasi dan penerapan ajaran Hindu dalam praktik bisnis dapat bervariasi antar individu dan organisasi, tergantung pada pemahaman dan komitmen pribadi terhadap ajaran tersebut. Studi tentang tantangan implementasi etika dalam bisnis seringkali menyoroti adanya kesenjangan antara nilai-nilai yang dianut dan praktik bisnis sehari-hari (Trevino & Nelson, 2017). Meskipun demikian, semakin banyak kesadaran akan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan membuka peluang untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika dan spiritual, termasuk yang bersumber dari ajaran Hindu, ke dalam model bisnis modern, menunjukkan adanya pergeseran paradigma menuju bisnis yang lebih berorientasi pada nilai.

Sampai saat ini terdapat beberapa lulusan Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar yang sukses dalam berbisnis, baik dalam skala mikro maupun makro. Bahkan pembangunan bisnis oleh mahasiswa tersebut telah terjadi sejak jurusan kewirausahaan belum terbangun. Hal ini memberikan induksi bahwa ajaran agama Hindu memberikan pertimbangan berpikir bagi mahasiswa untuk tidak terlalu ambisius dalam menjadi seorang pekerja, namun lebih keada penciptaan lapangan kerja melalui pengelolaan potensi bisnis. Banyak organisasi- organisasi bisnis yang secara sadar mengadopsi prinsip-prinsip Hindu dalam operasional mereka berpotensi untuk membangun reputasi yang kuat, meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik investor yang peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif, karena nilai-nilai etis seringkali menjadi daya tarik yang kuat bagi berbagai pemangku kepentingan (Fombrun & Van Riel, 2004).

Berdasarkan ulasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa ajaran agama Hindu menawarkan kerangka kerja etika dan moral yang kaya dan relevan untuk pengelolaan potensi bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip seperti Dharma, Karma, Tri Hita Karana, Ahimsa, dan Dana dapat menjadi panduan bagi para pebisnis untuk tidak hanya mencapai keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan, membentuk paradigma bisnis yang lebih holistik dan berorientasi pada nilai. Penelitian tentang etika bisnis lintas budaya menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika universal, yang seringkali ditemukan dalam

ajaran agama, relevan dalam konteks bisnis global. Kesadaran, komitmen, dan upaya berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk memahami dan mengamalkan ajaran-ajaran luhur agama Hindu dalam setiap aspek operasional mereka, serta menjalin kolaborasi dengan para akademisi dan praktisi untuk mengembangkan kerangka kerja implementasi yang efektif.

d. Kontinuitas Berwirausaha

Nilai-nilai agama Hindu yang diinternalisasikan dalam mata kuliah wirausaha kreatif di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar memberikan kontribusi filosofis bagi mahasiswa untuk melakukan praktik wirausaha secara kontinu. Sebagai sebuah agama yang kaya akan nilai-nilai filosofis dan etika, Hindu memiliki peran yang signifikan dalam menunjang keberlanjutan praktik berwirausaha. Ajaran-ajaran Hindu tidak hanya mengatur aspek spiritual kehidupan, tetapi juga memberikan panduan moral dan etika yang mendalam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis. Penerapan prinsip-prinsip Hindu dalam berwirausaha dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk kontinuitas usaha, membangun kepercayaan, dan mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab, sebagaimana ditegaskan oleh Chakravarti (2010) bahwa etika bisnis yang berakar pada nilai-nilai agama dapat meningkatkan legitimasi dan keberlanjutan organisasi.

Nilai-nilai agama Hindu yang banyak memberikan tuntunan untuk berwirausaha secara kontinu adalah hukum sebab dan akibat. Seorang wirausahawan yang bertindak dengan etis dan bertanggung jawab akan menghasilkan karma baik, yang diyakini akan membawa keberuntungan dan kesuksesan dalam jangka panjang. Sebaliknya, praktik bisnis yang tidak jujur atau merugikan akan menghasilkan karma buruk, yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Sebagaimana pendapat Sharma (2011), maka kesadaran akan hukum Karma mendorong para pengusaha Hindu untuk selalu berupaya melakukan yang benar dan adil dalam setiap aspek bisnis mereka.

Selain itu, ajaran Hindu menekankan pentingnya keseimbangan dan harmoni dalam segala hal. Konsep ini tercermin dalam pandangan tentang kekayaan dan kemakmuran (Artha) sebagai salah satu tujuan hidup (Purusartha) misalnya yang tidak boleh dicapai dengan

mengorbankan nilai-nilai Dharma. Seorang wirausahawan Hindu didorong untuk mencari kemakmuran melalui cara-cara yang benar dan menggunakannya untuk tujuan yang baik, termasuk berbagi dengan masyarakat dan mendukung kesejahteraan bersama. Pandangan ini mencegah praktik akumulasi kekayaan yang berlebihan dan mendorong investasi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Disisi lain, nilai agama Hindu tentang kasih seperti Ahimsa, atau non-kekerasan, juga relevan dalam konteks keberlanjutan wirausaha. Dalam bisnis, Ahimsa dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti memperlakukan karyawan dengan hormat dan adil, menghindari praktik bisnis yang merusak lingkungan, dan menawarkan produk atau layanan yang aman dan bermanfaat bagi konsumen. Bisnis yang beroperasi dengan prinsip Ahimsa akan cenderung membangun hubungan yang positif dengan semua pihak dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberlanjutan usaha.

Konsep Aparigraha, atau non-kemelekatan dan non-keserakahan, mengajarkan seorang mahasiswa sebagai calon wirausahawan untuk tidak terlalu terikat pada hasil usahanya dan untuk menghindari keinginan yang berlebihan. Hal ini membantu pengusaha untuk tetap fokus pada nilai-nilai etika dan tujuan jangka panjang bisnis, daripada hanya mengejar keuntungan sesaat. Meminjam pendapat Iyengar (2002) maka dapat dikatakan bahwa dengan mengurangi keserakahan, seorang wirausahawan akan lebih cenderung membuat keputusan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab, yang tidak hanya menguntungkan bisnis tetapi juga masyarakat dan lingkungan.

Dalam konteks manajemen sumber daya manusia, nilai-nilai Hindu seperti saling menghormati, gotong royong, dan kekeluargaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Ketika karyawan merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil, mereka akan lebih termotivasi dan loyal, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan dan mengurangi tingkat pergantian karyawan. Investasi dalam pengembangan karyawan dan menciptakan budaya kerja yang inklusif juga sejalan dengan prinsip-prinsip Hindu tentang menghormati potensi setiap individu (Hofstede, 2001).

Lebih jauh, ajaran Hindu tentang pentingnya pendidikan dan pengetahuan (Jnana) mendorong para wirausahawan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis. Dengan memiliki pemahaman yang mendalam tentang pasar, teknologi, dan tren industri, seorang pengusaha dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan inovatif, yang penting untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dalam pengambilan keputusan bisnis, prinsip-prinsip Hindu seperti musyawarah (berdiskusi dan mencari konsensus) dan kearifan (Viveka) dapat membantu para wirausahawan untuk membuat pilihan yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Dengan mempertimbangkan berbagai perspektif dan implikasi jangka panjang dari setiap keputusan, bisnis dapat menghindari risiko yang tidak perlu dan membangun fondasi yang lebih stabil serta bertahan dalam jangka panjang (Bazerman & Moore, 2009).

Jadi, fungsi agama Hindu dalam menunjang kontinuitas berwirausaha bagi mahasiswa sebagai calon wirausahawan sangatlah komprehensif. Nilai-nilai etika, moral, dan spiritual yang terkandung dalam ajaran Hindu memberikan landasan yang kuat untuk praktik bisnis yang bertanggung jawab, adil, dan berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip seperti Dharma, Karma, Ahimsa, Aparigraha, Seva, dan penghormatan terhadap alam, seorang wirausahawan Hindu tidak hanya dapat mencapai kesuksesan ekonomi tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan, memastikan keberlanjutan usaha untuk generasi mendatang. Agama Hindu memiliki peran yang signifikan dalam membentuk karakter dan praktik seorang wirausahawan yang berorientasi pada keberlanjutan. Ajaran-ajaran Hindu memberikan kerangka kerja etika yang kuat, mendorong tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta menanamkan nilai-nilai yang esensial untuk membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Integrasi nilai-nilai spiritual dan etika dalam kegiatan berwirausaha bukan hanya merupakan pilihan moral tetapi juga strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai kontinuitas dan dampak positif yang lebih besar.

3. Implikasi Nilai Agama Hindu dalam Mata Kuliah Wirausaha Kreatif

Internalisasi nilai-nilai agama Hindu pada mata kuliah wirausaha kreatif jurusan kewirausahaan Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar memberikan

implikasi bagi pencapaian proses belajar mahasiswa. Mata kuliah ekonomi kreatif merupakan aspek akademik dalam proses pembelajaran yang memiliki tujuan tertentu. Mahasiswa yang diberikan pengetahuan terintegrasi mengenai ekonomi kreatif dan muatan nilai agama Hindu dalamnya akan mendapatkan manfaat tersendiri dalam perkembangan proses belajarnya. Apabila dianalisis dari sudut pandangan perkembangan mahasiswa dalam konteks pendidikan, maka implikasi nilai-nilai agama Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif mengarah pada implikasi kognitif, implikasi afektif, dan implikasi psikomotor sebagai berikut.

a. Implikasi Kognitif

Implikasi utama dari internalisasi nilai-nilai agama Hindu dalam mata kuliah ekonomi kreatif mengarah pada pengetahuan (kognitif) mahasiswa jurusan kewirausahaan Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Mahasiswa yang sebelumnya hanya terpaku dengan pengetahuan dan teoritik ekonomi, secara perlahan membuka pikiran tentang banyaknya nilai dan makna luhur ajaran Hindu tentang ekonomi. Ajaran agama Hindu, dengan kerangka filosofis dan etika yang kaya, memberikan landasan kognitif yang mendalam bagi individu yang berkecimpung dalam dunia wirausaha.

Mahasiswa yang memahami secara mendalam tentang pengetahuan karma cenderung bertindak dengan penuh tanggung jawab dan integritas, menyadari bahwa setiap tindakan menanam benih konsekuensi di masa depan. Mereka menyadari bahwa setiap tindakan, baik dalam interaksi dengan pelanggan, pemasok, maupun karyawan, akan memiliki konsekuensi jangka panjang yang memengaruhi keberlanjutan bisnis. Sebagaimana pendapat Singer (2000) kesadaran ini mendorong pengambilan keputusan yang etis dan berkelanjutan, membangun reputasi bisnis yang kuat berdasarkan kepercayaan dan keadilan.

Berkembangnya pengetahuan tentang kewajiban hidup dalam Hindu memperkuat pemahaman mahasiswa tentang tugas yang benar sesuai dengan posisi dan kapasitas seseorang, juga memainkan peran penting dalam kognisi wirausaha. Seorang wirausahawan yang berpegang pada dharma akan berusaha untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika yang berlaku dalam masyarakat dan ajaran agama. Mereka

akan fokus pada penciptaan nilai bagi masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, bukan hanya mengejar keuntungan semata sebagai satu-satunya tujuan (Chakraborty, 2007). Mengutip pendapat Henderson (2007) maka pemahaman ini mendorong wirausahawan untuk bertindak dengan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan, melampaui sekadar kewajiban hukum.

Selain itu, ajaran tentang moksha, pembebasan spiritual dari keterikatan duniawi, secara tidak langsung dapat memberikan pengetahuan bagi mahasiswa sebagai calon wirausahawan terhadap kesuksesan dan kegagalan dalam bisnis. Meskipun tujuan utama moksha adalah pembebasan dari siklus kelahiran dan kematian, pemahaman akan transiensi duniawi dapat mengurangi keterikatan berlebihan pada keuntungan materi semata yang seringkali menjadi fokus utama dalam dunia bisnis. Hal ini memungkinkan wirausahawan untuk menghadapi tantangan dan kegagalan dengan lebih tenang dan bijaksana, melihatnya sebagai bagian dari proses pembelajaran dan pertumbuhan menuju pemahaman yang lebih dalam.

Tidak hanya sampai disana materi mengenai yoga yang diinternalisasikan dalam mata kuliah ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan fungsi kognitif yang penting bagi wirausaha, seperti konsentrasi yang mendalam, kreativitas dalam menemukan solusi inovatif, dan kemampuan mengatasi stres yang tak terhindarkan dalam dunia bisnis. Meditasi membantu menenangkan pikiran yang seringkali dipenuhi kebimbangan dan meningkatkan fokus pada tugas-tugas penting, yang sangat penting dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan jangka panjang. Yoga, dengan kombinasi gerakan fisik yang terkontrol dan pernapasan yang teratur, dapat meningkatkan kejernihan mental, mengurangi kecemasan yang seringkali menyertai dunia wirausaha yang penuh tekanan, dan meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan (Ross & Thomas, 2010).

Mahasiswa jurusan kewirausahaan juga mendapatkan pengetahuan tentang karakter dasar yang wajib dikembangkan sebagai seorang wirausahawan. Hal ini merupakan implikasi dari adanya ajaran tentang ahimsa (tanpa kekerasan dalam pikiran, perkataan, dan perbuatan), satya (kebenaran dan kejujuran dalam semua aspek), asteya (tidak mencuri atau mengambil apa yang bukan haknya), brahmacharya (pengendalian diri dari nafsu dan

keinginan berlebihan), dan aparigraha (tidak serakah atau memiliki keterikatan berlebihan pada materi), yang dikenal sebagai Yama, juga memiliki implikasi kognitif yang signifikan dalam membentuk karakter seorang wirausahawan. Prinsip-prinsip etika ini membentuk kerangka berpikir seorang wirausahawan dalam berinteraksi dengan orang lain, mengelola sumber daya dengan bijak, dan membangun bisnis yang berintegritas (Crane & Matten, 2016). Kepatuhan pada satya membangun kepercayaan yang merupakan modal sosial penting, asteya mencegah praktik bisnis yang tidak jujur dan merugikan pihak lain, dan aparigraha mendorong pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dan fokus pada nilai jangka panjang (Schwartz, 2011).

Secara kognitif, ajaran Hindu yang diinternalisasikan dalam mata kuliah ekonomi kreatif juga mendorong fleksibilitas dalam berpikir dan adaptabilitas dalam bertindak, yang sangat penting dalam lingkungan bisnis yang terus berubah (Doniger, 2010). Konsep tentang siklus waktu (yuga) yang terus berputar dan perubahan yang terus-menerus dalam alam semesta mengajarkan bahwa tidak ada yang abadi dan stagnan, termasuk kondisi pasar dan preferensi konsumen. Wirausahawan yang memahami hal ini akan lebih terbuka terhadap inovasi dalam produk dan layanan, perubahan strategi bisnis yang diperlukan, dan kemampuan untuk merespons dinamika pasar dengan cepat dan efektif.

Ajaran introspeksi diri sebagai wujud evaluasi moral secara internal memberikan pengetahuan bagi mahasiswa tentang cara mengetahui dan menguasai diri sendiri dalam berwirausaha, Prinsip-prinsip etika yang kuat, filosofi mendalam tentang tindakan dan konsekuensi, serta praktik spiritual yang menenangkan pikiran dapat memengaruhi secara signifikan cara seorang wirausahawan berpikir strategis, bertindak dengan integritas, dan berinteraksi secara positif dalam dunia bisnis yang penuh dinamika, menghasilkan pendekatan yang lebih bertanggung jawab, berkelanjutan, dan berorientasi pada nilai-nilai luhur.

b. Implikasi Afektif

Nilai agama Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif dipahami dengan baik oleh mahasiswa Jurusan Kewirausahaan Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Pengetahuan tentang ekonomi dalam perspektif Hindu tidak saja membuka

wawasan baru tentang praktik mengatur usaha berdasarkan perspektif agama, namun turut merubah pembentukan emosional dan karakter wirausahawan dari mahasiswa itu sendiri. Hal ini juga dapat diposisikan sebagai dampak lanjutan dari implikasi kognitif yang merambah ke arah sikap terlebih dahulu. Landasan afektif spiritual Hindu dalam jiwa wirausaha bukan sekadar hiasan retorik, melainkan fondasi kokoh yang memengaruhi setiap aspek perjalanan kewirausahaan, termasuk kemampuan mereka untuk mengelola tekanan dan ketidakpastian.

Kecerdasan emosional sebagai implikasi dari pemahaman mendalam terhadap ajaran Hindu dalam Jurusan Kewirausahaan merupakan bagian integral dari dimensi afektif, memainkan peran krusial dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis, yang merupakan elemen penting dalam membangun modal sosial. Kemampuan untuk memahami dan mengelola emosi diri sendiri serta mengenali dan merespons emosi orang lain memungkinkan wirausahawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif, memotivasi tim, dan membangun loyalitas pelanggan, yang menurut Pfeffer (2003) hal itu sangat berkorelasi positif dengan profitabilitas. Kecerdasan emosional seringkali menjadi prediktor keberhasilan yang lebih signifikan daripada kecerdasan intelektual, terutama dalam konteks kepemimpinan dan interaksi interpersonal yang intens dalam dunia wirausaha, temuan yang relevansinya terus ditekankan dalam penelitian kontemporer

Aspek afektif sebagaimana disebutkan di atas nantinya juga berdampak dalam kepemimpinan usaha. Emosional yang stabil dalam memimpin sebuah usaha, akan menjadi modal bagi mahasiswa untuk lebih transformasional dan berorientasi pada visi. Pemimpin yang memiliki landasan spiritual yang kuat cenderung menunjukkan empati, kasih sayang, dan kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan pemangku kepentingan lainnya, menciptakan budaya organisasi yang mendukung dan inklusif. Mereka memimpin dengan visi yang jelas dan tujuan yang mulia, menginspirasi orang lain untuk berkontribusi dan bekerja sama menuju tujuan bersama, sejalan dengan konsep kepemimpinan spiritual yang dibahas (Fry dan Nisiewicz, 2013).

Lebih lanjut, dimensi afektif spiritual Hindu dapat memengaruhi pengambilan keputusan etis mahasiswa nantinya, dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang dan konsekuensi moral. Wirausahawan yang terhubung dengan nilai-nilai spiritual cenderung lebih mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan bisnis mereka, melampaui perhitungan keuntungan finansial jangka pendek. Mereka tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada bagaimana bisnis mereka dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia, seperti yang diadvokasikan dalam literatur tentang bisnis yang bertanggung jawab.

Dalam konteks membangun budaya perusahaan, afektif spiritual memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang positif, inklusif, dan berorientasi pada nilai-nilai, yang meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan. Ketika karyawan merasa dihargai, didukung secara emosional, dan terhubung dengan tujuan yang lebih besar, mereka cenderung lebih termotivasi, produktif, dan loyal, seperti yang ditekankan (Pfeffer, 2003). Secara psikologis, integrasi afektif spiritual dapat mengurangi tingkat stres dan kecemasan yang seringkali dialami oleh wirausahawan, dengan memberikan sumber daya internal untuk mengatasi tekanan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa investasi dalam pengembangan afektif spiritual sebagai implikasi nilai-nilai Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif berkedudukan sebagai investasi jangka panjang dalam kualitas kepemimpinan, keberlanjutan bisnis, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, membangun fondasi yang kokoh untuk masa depan bisnis yang etis. Wirausahawan yang memiliki kekayaan afektif spiritual mampu menavigasi kompleksitas dunia bisnis dengan integritas, keberanian, dan visi yang jelas, meninggalkan jejak positif bagi generasi mendatang, menjadi agen perubahan yang menginspirasi. Dengan demikian, implikasi afektif spiritual terhadap jiwa wirausaha jauh melampaui aspek material semata, menjangkau dimensi humanistik dan transenden dalam praktik bisnis. Hal ini menyentuh esensi kemanusiaan, mendorong wirausahawan untuk menjadi agen perubahan positif, dan menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga bermakna, memberikan kontribusi yang langgeng bagi dunia.

c. Implikasi Psikomotor

Nilai agama Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif Jurusan Kewirausahaan Universitas Hindi Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar mampu berimplikasi pada tindakan atau praktis bisnis mahasiswa. Hal ini memberikan pemahaman bahwa landasan spiritual Hindu yang diinternalisasikan dalam konteks kewirausahaan bukan sekadar praktik keagamaan formal, melainkan suatu sistem nilai dan keyakinan mendalam yang membimbing tindakan dan keputusan seorang wirausahawan. Ajaran agama Hindu yang diberikan mampu mengkonstruksi kerangka etika, moral, dan makna yang melampaui keuntungan materi semata. Keyakinan akan adanya tujuan yang lebih tinggi dan keterhubungan dengan sesuatu yang lebih besar dapat menjadi sumber motivasi yang kuat dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan dunia bisnis yang dinamis.

Mahasiswa jurusan kewirausahaan secara perlahan ingin menjadikan praktik bisnis dengan tujuan yang lebih tinggi dari sekadar profit. Mahasiswa menjadi lebih dari sekadar entitas ekonomi. Pandangan seperti ini nantinya akan menghasilkan perilaku wirausahawan yang digerakkan dedikasi dan ketahanan yang lebih tinggi dalam menghadapi tantangan. Mereka menginspirasi karyawan dan pemangku kepentingan lainnya dengan visi mereka tentang dunia yang lebih baik, menciptakan semangat kolektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dampak psikomotor dari nilai-nilai agama Hindu dalam mata kuliah wirausaha kreatif di Jurusan Kewirausahaan Universitas Hindi Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar bukan hanya merupakan aspek spiritualitas pribadi tetapi juga dapat menjadi aset berharga bagi mahasiswa sebagai calon wirausahawan. Integritas, ketenangan batin, empati, kesadaran akan tujuan yang lebih besar, dan nilai-nilai spiritual lainnya dapat menunjang jiwa wirausaha yang tangguh, etis, dan mampu menciptakan dampak positif bagi dunia (Neck & Manz, 2010). Mengintegrasikan spiritualitas dalam praktik bisnis bukan berarti mengabaikan keuntungan finansial, tetapi lebih kepada mencapai kesuksesan dengan cara yang bertanggung jawab dan bermakna. Wirausahawan yang beroperasi dengan landasan spiritual yang kuat tidak hanya membangun bisnis yang sukses secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan lingkungan.

III. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi nilai-nilai Agama Hindu dalam mata kuliah *Wirausaha Kreatif* di Jurusan Kewirausahaan Fakultas Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, bukan hanya memperkaya materi pembelajaran secara teoritis, tetapi juga memberi dampak nyata terhadap pembentukan karakter dan praktik kewirausahaan mahasiswa.

Nilai-nilai Hindu seperti Karma Yoga, Dharma, Tri Hita Karana, Tattwam Asi, Ahimsa, dan Dana Punia terbukti memiliki fungsi dan implikasi strategis yang kuat, yaitu:

1. Fungsi Transformatif: Nilai-nilai tersebut membentuk mindset kewirausahaan yang etis, kreatif, dan bertanggung jawab secara sosial, tidak semata-mata berorientasi pada profit.
2. Fungsi Etis dan Spiritual: Memberikan pedoman moral dalam pengambilan keputusan bisnis serta memperkuat integritas dan kesadaran lingkungan mahasiswa.
3. Fungsi Adaptif dan Inovatif: Membantu mahasiswa dalam membangun usaha yang tangguh melalui kreativitas dan resiliensi, sejalan dengan perubahan zaman dan teknologi.
4. Fungsi Praktis: Membentuk tindakan nyata dalam bentuk proyek bisnis yang berbasis budaya lokal, spiritualitas, dan nilai kearifan Hindu Bali.

Adapun implikasi yang dihasilkan sangat kuat dalam tiga ranah pembelajaran:

- Kognitif: Mahasiswa memahami filosofi Hindu sebagai dasar berpikir dan strategi wirausaha.
- Afektif: Terbentuknya kesadaran diri, rasa tanggung jawab, dan kepemimpinan transformatif berbasis nilai.
- Psikomotorik: Terwujudnya aktivitas kewirausahaan yang selaras dengan ajaran Hindu dan kebutuhan masyarakat.

Dengan demikian, mata kuliah *Wirausaha Kreatif* yang terintegrasi nilai-nilai Agama Hindu dapat menjadi model pendidikan transformatif untuk menghasilkan

wirausahawan yang tidak hanya cakap secara teknis, tetapi juga luhur secara moral, spiritual, dan sosial.

Daftar Pustaka

- Adian, Donny Gahral. (2010). Etika dan Filsafat Bisnis Kontemporer. Jakarta: Grasindo.
- Atmadja, I.B.G. (2002). Karma Yoga dalam Perspektif Hindu. Denpasar: Paramita.
- Bazerman, M. H., & Moore, D. A. 2009. Judgment in managerial decision making. John Wiley & Sons. Bhagavad Gita. (terjemahan dan komentar berbagai sumber).
- Candra.Honig, E. (2005). Religious Traditions in Southeast Asia. London:
- Chakraborty, S. K. 2007. Foundations of Managerial Work: Contributions from Indian Thought. Business Ethics Quarterly.
- Chakravarti, S. 2010. Business ethics and corporate governance. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Chandra, I. G. N. (2016). Pengantar Pendidikan Hindu. Denpasar: Widya Dharma.
- Crane, A., & Matten, D. 2016. Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. Oxford University Press.
- Donder, I. Wayan. (2007). Hindu dan Tantangan Globalisasi. Surabaya: Paramita.
- Doniger, W. 2010. The Hindus: An Alternative History. Penguin Books.
- De Clercq, D., Fatima, T., Jahangir. 2019. The role of Islamic work ethic in shaping organizational ethical climate and organizational citizenship behavior. Personnel Review.
- Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. 2004. Fame & fortune: How successful companies build winning reputations. Pearson Education.
- Fry, L. W., & Nisiewicz, E. R. 2013. Maximizing the Triple Bottom Line Through Spiritual Leadership. Stanford Social Innovation Review.
- Gelgel, I.B. (2014). Kearifan Lokal Bali dalam Etika Bisnis. Denpasar: Udayana University Press.
- Gunawan, A., & Sari, D. (2024). Spiritualitas dan Ketekunan dalam Kewirausahaan. Yogyakarta: Pilar Media.
- Heller, E. (2009). Psychology of Color in Branding. New York: Allworth Press.

- Henderson, D. R. 2007. The case for corporate social responsibility. In Business ethics: Readings and cases in corporate morality.
- Hofstede, G. 2001. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. Sage publications.
- Iyengar, B. K. S. 2002. Light on the yoga sutras of Patanjali. HarperCollins.
- Lawson, B. (2006). How Designers Think: The Design Process Demystified. Oxford: Elsevier. Lupton, E. (2010). Thinking with Type. Princeton Architectural Press.
- Nash, Laura L. (1990). Good Intentions Aside: A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems. Boston: Harvard Business School Press.
- Neck, C. P., & Manz, C. C. 2010. Mastering self-leadership: Empowering yourself for personal effectiveness. Pearson Prentice Hall.
- Norman, D. A. (2004). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. Basic Books.
- Nursyifa & Safrina. (2022). Spiritualitas dan Kemandirian Ekonomi Generasi Z. Jakarta: Relasi Press. Olivelle, P. (2005). Manusmriti – The Law Code of Manu. Oxford University Press.
- Pfeffer, J. 2003. The Human Equation: Building Profits by Putting People First. Harvard Business School Press.
- Prastowo, A. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pratama & Lestari. (2023). Syukur, Resiliensi, dan Inovasi Sosial. Bandung: Cakra Nusantara.
- Ritzer, G. (2012). Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ross, A., & Thomas, S. 2010. The health benefits of yoga and exercise: A review. Journal of Alternative and Complementary Medicine. Routledge.
- Neuman, W. L. (2011). Social Research Methods. Boston: Allyn & Bacon.
- Sarasamuccaya. (Teks dan Terjemahan). Beberapa Sloka dikutip sesuai pembahasan etika Hindu.

- Schwartz, M. S. 2011. Corporate social responsibility: An ethical approach. Business Expert Press.
- Singer, P. 2000. Practical ethics. Cambridge university press.
- Sopannah, C. (2020). Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif. Malang: UB Press.
- Suamba, I. B. G. Y. (2020). Integrasi Nilai-Nilai Hindu dalam Pendidikan Kewirausahaan. Jurnal Dharma Sastra, 18(1), 45–56.
- Suryanan, I. M. (2020). Tattwa Agama Hindu. Denpasar: Paramita.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. 2017. Managing business ethics: Straight talk about how to do it right. John Wiley & Sons.
- Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. (2023). Profil Jurusan Kewirausahaan Hindu. Denpasar: UHN IGB Sugriwa.
- Weaver, G. R., & Agle, B. R. 2002. Religiosity and ethical behavior in organizations: A systematic review and conceptual framework. Academy of Management Review.
- Yunus, M. 2010. Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. PublicAffairs.