



ABSTRACT

Buddhism and Business: Putting Buddhist Virtues for Sustainable Business

This Research is mainly concerned on the issue how religion influence the behavior of business, particularly on the Buddhists behavior on synchronizing Buddhist virtues to business activities. The research discusses two major issues, namely: (1). normative study on some economic concepts which are applied by Buddhist businesspersons in their business to show how their attitudes differ from the main stream economic, and (2) the Buddhist Virtues which influence the attitude of the Buddhist businesspersons.

The process to answer the questions involve to major research, that is library research and field research which are done simultaneously. Library research was done in order to gather the data and valid information especially on Buddhist discourses which relates to economic behavior. The field research was done by using *purposive sampling*, taking six of Buddhist businesspersons with the aim to get valid result on how actually Buddhists work out the Buddhist virtues they have understood in their business. This research was done for as long as ten months, from October 2007 up till July 2008. In order to answer the research question this thesis is using the theory of Spiritual Capital (Danah Zohar and Ian Marshall) who suggest to use one's spirituality in their business for a more purposive business and sustainable.

Finally, by using the approach of descriptive and interpretive, based on the normative data and field research, the study reaches the following conclusion: Buddhism provides manifold teachings which businesspersons might be used for guidelines and reasoning to make any important decision for their business. The practice of business which is imbued by the Buddhist teaching also shows positive effect to the business as well as the practitioners. In short Buddhist virtues have work out underground to each individu, building their mental character. Such as making them more sensitive to the interest of others and more consideration and not blindly doing business for the purpose of their own.

There were two strong indications on how those Buddhist virtues influence the Buddhist businessperson. Each of the studied persons emphasizes on the different virtues of Buddhism. Buddhism has in one hand become an important part for Buddhist businesspersons in dealing their business. On the other hand Buddhist virtues seem to be regarded as barrier to achieve limitless success in the business. This is seen in the behavior of Buddhist businessperson in how they adopt and implement Buddhist virtues as their mental character in the business. Despite influence it gives to the Buddhist businesspersons, however Buddhist virtues are not all of them being practiced in exactly the way it prescribe in the text but there are some of them which has undergone change as an effort of reinterpretation and adjustment.

Keywords: Buddhist businesspersons, Buddhism, Business, Buddhist virtues



INTISARI

Buddhisme dan Bisnis: Melibatkan Kebajikan Buddha untuk Bisnis Jangka Panjang

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh agama terhadap perilaku bisnis, khususnya pada penganut ajaran Buddha dalam memasukkan ajaran agama Buddha dalam bisnis yang mereka jalani. Penelitian ini berfokus pada dua hal, yaitu: (1). pengamatan normatif terhadap beberapa konsep ekonomi Buddhis, dan (2) pengamatan terhadap bagaimana nilai-nilai agama Buddha tersebut mempengaruhi para pebisnis Buddhis.

Penelitian ini menggunakan dua metodologi penelitian pustaka dan metodologi penelitian lapangan yang dilakukan pada waktu yang bersamaan. Penelitian pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi valid, khususnya pada buku-buku Buddhis yang terkait dengan ekonomi. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara pengambilan model atau contoh, melibatkan enam pebisnis Buddhis, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang valid mengenai bagaimana pebisnis Buddhis menjalankan ajarannya. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu sepuluh bulan, yaitu dari bulan Oktober 2007 sampai dengan bulan Juli 2008. Penelitian ini menggunakan teori dasar '*Spiritual Capital*' yang dikemukakan oleh Danah Zohar dan Ian Marshall. Teori ini menganjurkan para pelaku bisnis untuk menggunakan kecerdasan spiritual dalam menjalankan bisnis mereka, sehingga menghasilkan bisnis yang penuh makna dan berjangka panjang.

Kesimpulan penelitian ini diambil dengan menggunakan pendekatan deskripsi dan interpretasi dan didasarkan pada data pustaka dan lapangan. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa Buddhisme memberikan banyak sekali ajaran yang bisa digunakan oleh para pebisnis Buddhis sebagai panduan dan dasar untuk menentukan sebuah keputusan bisnis. Praktik bisnis yang diilhami oleh ajaran Buddha juga menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap bisnis sekaligus praktisinya. Singkatnya, nilai kebajikan Buddha yang telah tertanam pada setiap individu bisa membangun karakter mental, sehingga membuat mereka lebih sensitif terhadap orang lain dan penuh pertimbangan sehingga tidak melakukan bisnis secara membabi buta demi kepentingan mereka sendiri.

Terdapat dua indikasi yang kuat mengenai bagaimana nilai kebajikan Buddha mempengaruhi pebisnis Buddhis dan bahwa setiap subjek yang diamati menekankan pada nilai kebajikan yang berbeda-beda. Pada satu pihak, Buddhisme menjadi bagian penting bagi pebisnis Buddhis dalam menjalankan bisnis mereka, namun di pihak lain nilai kebajikan Buddha dianggap sebagai faktor penghambat bagi kemajuan bisnis. Ini terlihat dimana pebisnis Buddhis mengamalkan nilai-nilai Buddha sesuai karakter mental mereka. Meskipun Buddhisme telah memberikan pengaruh baik pada pebisnis, namun tidak semua nilai kebajikan Buddha tersebut dipraktikkan persis sama dengan yang tertulis dalam teksnya, akan tetapi ada beberapa diantaranya yang telah mengalami perubahan sebagai upaya dari reinterpretasi dan penyesuaian.

Kata kunci: Pebisnis Buddhis, Buddhisme, Bisnis, Nilai Kebajikan Buddha.