

Analisis Paradigmatis Pendekatan Majemuk Terhadap Disiplin Bisnis

Togar M. Simatupang
Sekolah Bisnis dan Manajemen
Institut Teknologi Bandung

Abstrak

Bisnis sebagai disiplin keilmuan telah berkembang seturut dengan perkembangan era peradapan manusia. Berbagai pendekatan telah muncul dalam upaya memahami realitas bisnis dan pengembangan pengetahuan tentang bisnis. Pendekatan terhadap bisnis yang telah dikenal adalah manajemen bisnis dan administrasi bisnis. Walaupun masing-masing pendekatan mempunyai ciri tersendiri tetapi hingga kini belum ada suatu upaya untuk membedakan dan sekaligus menempatkan posisi masing-masing pendekatan di dalam kerangka yang terpadu. Masing-masing pendekatan berjalan sendiri dan cenderung kehilangan identitasnya dalam menggambarkan realitas bisnis. Pertanyaan yang hendak dijawab adalah sejauh mana perkembangan paradigma disiplin bisnis ditinjau dari pendekatan majemuk. Tujuan dari artikel ini adalah untuk memperoleh jawaban paradigmatis melalui kerangka kerja yang dapat menunjukkan hubungan antar pendekatan terhadap realitas bisnis secara menyeluruh termasuk paradigma penelitian dalam disiplin bisnis.

Kata kunci: disiplin bisnis, pendekatan majemuk, analisis paradigmatis, administrasi, manajemen, kewirausahaan, kewirralayanan

Pendahuluan

Perkembangan pendidikan bisnis dalam sepuluh tahun terakhir membuat perubahan peta jati diri program studi terkait yang ditawarkan pada tingkat perguruan tinggi. Berbekal alasan pelayanan pendidikan pada masyarakat, pemekaran dan pembukaan program studi pada lingkup keilmuan bisnis semakin marak. Bukan hanya perubahan nama dari fakultas ekonomi menjadi fakultas ekonomi dan bisnis yang terjadi, nama program studi baru juga bermunculan dalam bidang manajemen dan administrasi bisnis, serta bidang turunan lainnya seperti administrasi pendidikan, administrasi perhotelan, manajemen informatika, manajemen pariwisata, dan manajemen industri.

Bidang keilmuan bisnis adalah salah satu penyumbang terhadap penambahan nomenklatur dan jumlah penyelenggara program studi. Daftar nama program studi menurut data Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi melonjak tajam dari 524 pada tahun 2007 menjadi 864 pada tahun 2013. Penawaran program studi yang beranekaragam bukan hanya membingungkan calon mahasiswa maupun pengguna lulusan tetapi juga menimbulkan ketidakjelasan dari pihak penyelenggara terhadap jati diri dan penjaminan mutu pendidikan.

Persaingan antar program studi untuk berebut jumlah mahasiswa maupun pencaplokan bidang-bidang kajian diperkirakan semakin sengit.

Pemekaran program studi merupakan fenomena yang lazim yang dilakukan oleh perguruan tinggi dengan motivasi untuk menangkap peluang pasar dan sekaligus mengokohkan jati diri. Selain berpotensi mempersempit ruang lingkup keilmuan pada aplikasi bidang kerja tertentu, pembukaan program studi sering menimbulkan konflik dengan program studi sejenis dalam berebut pengaruh. Program studi administrasi bisnis yang kebanyakan dikembangkan di Fakultas Ilmu Politik dan Sosial (FISIP) mempunyai kemiripan dengan program studi manajemen yang dikembangkan di Fakultas Ekonomika. Beberapa perguruan tinggi di Jawa Barat seperti Universitas Padjajaran, Universitas Pasundan, dan Universitas Parahyangan menyelenggarakan kedua program studi tersebut secara bersamaan. Pada saat ini cukup sulit membedakan muatan kurikulum dan bidang kajian antara bidang administrasi bisnis dan manajemen. Padahal Dirjen Dikti sudah menetapkan bahwa suatu program studi harus mempunyai perbedaan paling sedikit 60% dibandingkan dengan program studi sejenis lainnya.

Keilmuan administrasi bisnis di Indonesia merupakan perluasan dari administrasi negara yang semula mengurus pelayanan publik bergeser untuk mengurus perusahaan. Individu maupun penyelenggara program studi administrasi bisnis dari berbagai perguruan tinggi telah diwadahi dalam lembaga profesi Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia (AIABI) yang didirikan pada 2 Desember 2008. Sejak tahun 2010, AIABI mengalihkan istilah administrasi niaga yang dekat dengan dagang atau kegiatan komersial menjadi administrasi bisnis yang lebih setara dengan program studi yang telah berkembang di Amerika dan Australia. Penamaan administrasi bisnis pada tingkat sarjana juga lebih konsisten dengan penamaan pada tingkat magister yang disebut dengan magister administrasi bisnis.

Tidak jauh berbeda dengan keilmuan administrasi bisnis, para penyelenggara program studi manajemen telah membentuk Forum Manajemen Indonesia (FMI) pada 10 Nopember 2008 yang mencoba menekankan bidang-bidang yang menjadi cakupan keilmuan manajemen. Bukan itu saja, para penyelenggara tingkat fakultas juga membuat himpunan berbadan hukum yang disebut dengan Asosiasi Fakultas Ekonomika dan Bisnis (AFEBI) pada tahun 2010. Para dosen yang berkecimpung dalam keilmuan ekonomika dan bisnis juga tidak mau ketinggalan dengan membentuk Asosiasi Dosen Ekonomika dan Bisnis Indonesia pada tanggal 14 Maret 2013 di Semarang.

Perebutan hegemoni jati diri bidang keilmuan bukan hanya berlangsung antara program studi administrasi bisnis (kode 63-203) dan manajemen (kode 61-201), belakangan ini sudah muncul pula program studi baru yang disebut kewirausahaan dengan kode 61-202. Sementara administrasi bisnis dan manajemen berkuat pada pembenahan korporasi yang sudah ada, program studi kewirausahaan mencoba mendidik para mahasiswa menjadi lulusan yang dapat membangun sistem usaha untuk menciptakan pekerjaan bukan mencari pekerjaan.

Proses perebutan hegemoni tidak akan berhenti di antara pengurus program studi yang mempunyai tingkat pembeda yang kecil. Bila tidak ada unsur-unsur pembeda yang jelas, bisa jadi hegemoni yang dijalankan oleh asosiasi masing-masing bidang ilmu berjalan dengan kekuatan politik dan bukan menjadi kendali terhadap interaksi intelektual komunitas melalui sarana-sarana dialog dan penelitian. Hegemoni antara bidang-bidang

ilmu bisnis yang ideal adalah adanya upaya menentukan jati diri yang jelas melalui bujukan dan konsensus antar bidang ilmu daripada pemaksaan.

Metode Pengkajian

Filsafat sains berbicara tentang pengembangan pengetahuan melalui pengamatan atau penalaran yang disajikan dalam bagan yang koheren atau runtut dan tidak terjadi suatu kontradiksi. Ada dua perkara penting yang menjadi pertanyaan dalam filsafat sains: apa keberadaan obyek dan bagaimana cara mengetahui tentang obyek tersebut. Kajian tentang keberadaan sesuatu disebut ontologi dan kajian tentang bagaimana mengetahui obyek yang ada tersebut (kajian pengetahuan) dikenal dengan nama epistemologi. Sebagai contoh, pandangan Newton tentang dunia adalah mesin yang sangat besar. Sebagai mesin yang besar, dunia ini dapat direduksi dan dipelajari secara terisolasi. Pengetahuan tentang keseluruhan atau generalisasi dapat diperoleh dari penggabungan pengetahuan tentang bagian-bagian yang lebih kecil. Secara ontologi, alam semesta adalah mesin yang besar dan secara epistemologi dikembangkan metode ilmiah untuk mendapatkan pengetahuan tentang bagian dunia dan akhirnya dapat dipahami tentang dunia secara keseluruhan. Tetapi, metode ilmiah seringkali tidak dapat didefinisikan secara akurat dalam menyelidiki realitas. Kelemahan ini memberikan ruang bagi filsafat untuk berperan luas dalam sains.

Metode yang dilakukan dalam analisis paradigmatis terdiri dari dua tahap. Tahap pertama adalah menggunakan daur Kuhn dalam menjelaskan perkembangan disiplin bisnis. Daer Kuhn adalah daur sederhana yang menunjukkan perkembangan paradigma (Kuhn, 1962). Paradigma ilmiah adalah cara berpikir atau perspektif yang mencerminkan asumsi-asumsi dasar dan kepercayaan tentang sifat alamiah organisasi, pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijawab atau persoalan yang perlu dipecahkan, teknik penelitian yang digunakan, dan contoh bentuk penelitian ilmiah yang baik. Evolusi teori ilmiah bukan berkembang dari akumulasi fakta tetapi dari perubahan intelektual.

Keilmuan bisnis tengah mengalami tiga perkembangan yang dimulai dengan fase pra-paradigma ditandai dengan belum adanya konsensus tentang pendekatan-pendekatan terhadap realitas bisnis. Melalui perkembangan penelitian, mulai muncul adanya pengenalan terhadap istilah, metode, dan percobaan yang menambah wawasan munculnya fase kedua yang disebut dengan sains normal. Berbagai konteks masalah dapat dipecahkan oleh pendekatan yang dominan. Selama terdapat konsensus tentang pengembangan keilmuan, maka sains normal tetap berlanjut. Kemajuan sains normal dalam disiplin bisnis tengah menghadapi anomali dan berhadapan dengan fakta yang sulit dijelaskan dengan pendekatan yang sudah berkembang. Krisis muncul dari tantangan internal yang mempertanyakan identitas dari masing-masing pendekatan dan tantangan eksternal yang menuntut eksistensi pendekatan untuk memecahkan persoalan kompleks yang dihadapi oleh bisnis. Krisis diselesaikan dengan memperlakukan masing-masing pendekatan saling tukar atau tidak perlu perbedaan sehingga masing-masing pendekatan dapat saling pinjam istilah. Namun cara ini tidaklah memecahkan persoalan yang menuntut adanya demarkasi yang jelas dari masing-masing pendekatan bisnis. Saat ini disiplin bisnis memasuki tahap revolusi sains di mana asumsi-asumsi yang mendasari paradigma monolitik ditantang untuk memasuki paradigma baru yang majemuk. Usulan pada fase revolusi dalam artikel ini adalah masing-masing pendekatan mempunyai identitas tersendiri dan mampu secara bersama-sama menjelaskan realitas bisnis.

Tahap kedua adalah klarifikasi bagaimana manusia dalam bisnis mengembangkan pengetahuan. Penyidikan merupakan upaya manusia untuk menciptakan, mempertanyakan, dan menerapkan pengetahuan tentang bisnis. Penyidikan dalam disiplin bisnis menggunakan kerangka Burrell dan Morgan (1979). Disposisi dari artikel ini disampaikan dengan jawaban terdapat pertanyaan apa yang menjadi hakekat bisnis (ontologi) dan apa itu pengetahuan manusia dan bagaimana mendapatkannya (epistemologi).

Ontologi Bisnis

Ontologi mempertanyakan tentang kenyataan. Hakikat dari kenyataan tidak berubah karena mempunyai struktur tertentu. Setiap materi mempunyai maksud utama dan materi tersebut diadakan untuk menemukan hakikat tersebut. Karena itu, tujuan dari ontologi adalah untuk mencari hakikat yang terdalam dan bersifat runtut dari materi tersebut. Pertanyaan-pertanyaan yang sering muncul dalam ontologi adalah: apakah arti ada (being), seperti apakah kenyataan yang ada itu, apakah eksistensi dari yang ada itu dalam dimensi ruang dan waktu, apakah esensi atau hakikat dari yang ada itu, dan apakah substansi yang dapat dipenuhi bagi sifat-sifat yang ada itu.

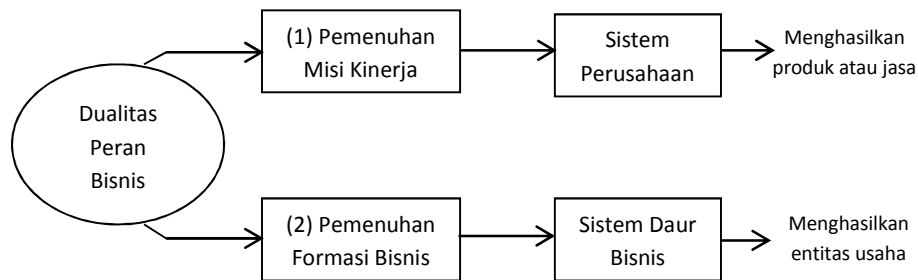
Penjelasan Pasal 10 Ayat 2 Huruf f Undang-Undang No. 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi menyatakan bahwa bisnis termasuk rumpun ilmu terapan yang mengkaji dan mendalami ilmu bagi kehidupan manusia. Bisnis adalah suatu lembaga yang terdiri dari manusia yang secara kolektif memberikan nilai tambah kepada para pelanggannya secara berkelanjutan. Dengan demikian, ilmu bisnis adalah sekumpulan teori, model, standar, instrumen, dan pengalaman dalam mendirikan, merancang, mengembangkan, dan memperbaiki suatu entitas bisnis.

Penjelasan ilmu bisnis harus bisa memberikan bentuk rancang bangun dan lingkup pengenalan terhadap pengetahuan bisnis secara lengkap. Keilmuan bisnis dapat dibedakan berdasarkan dua dimensi, yaitu fokus misi yang dijalankan oleh suatu organisasi dan spesifikasi struktur yang membatasi perilaku bisnis dalam menjalankan misi tersebut. Fokus misi adalah kewajiban capaian kinerja apakah pada suatu fase tertentu atau daur hidup organisasi. Spesifikasi struktur adalah penjelasan tentang keadaan yang memungkinkan dan membatasi sebuah organisasi bisnis dalam menjalankan misinya. Spesifikasi struktur dapat berupa keteraturan yang membentuk stabilitas melalui aturan atau keluwesan yang mempermudah penyesuaian terhadap perubahan.

Sebagai bagian dari lingkungan, sebuah organisasi tidak terlepas dari perannya dalam memberikan kontribusi terhadap sistem ekonomi dan sosial. Berdasarkan perspektif perusahaan (*enterprise*), bisnis mempunyai sifat dualitas peran atau tanggung jawab. Pada satu sisi, sebuah organisasi dituntut untuk mampu menjalankan misinya dalam menyediakan barang atau jasa yang berguna bagi para pelanggan. Di sisi lain, manajemen dapat berperan menghasilkan kontribusi dalam formasi organisasi mulai dari penciptaan, perintisan, dan pendewasaan usaha yang berguna bagi sistem ekonomi. Konsep dualitas bisnis ini berdasarkan pada tanggung jawab manajerial terhadap kinerja pada saat tertentu sekaligus memperhatikan siklus hidup organisasi (Greiner, 1972).

Peran pertama disebut dengan ranah sistem perusahaan (*enterprise system*), sementara ranah yang kedua disebut dengan sistem daur hidup usaha (*business lifecycle system*) seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Berdasarkan pada Gambar 1, orientasi tanggung jawab

atau misi menentukan dualitas pencapaian misi apakah pada kinerja perusahaan (enterprise performance) atau mencapai kinerja daur hidup organisasi (lifecycle performance). Sistem perusahaan merupakan daerah kajian administratif dan manajerial yang menekankan fungsi seorang manajer dalam meningkatkan kinerja organisasi yang memberikan nilai tambah. Sistem daur usaha adalah daerah kajian kewirausahaan (entrepreneurship) yang fokus pada penciptaan, perintisan, dan pengembangan suatu usaha yang berorientasi laba dan nir-laba.



Gambar 1. Dualitas orientasi misi bisnis

Sementara spesifikasi struktur menunjukkan sejauh mana sebuah organisasi melakukan perumusan dan penyusunan tujuan dan tugas, apakah bersifat mewujudkan (*deliberate*) atau mengatur (*regulate*). Struktur mengacu pada pilihan-pilihan mekanisme penataan antara stabilitas dan pengendalian dan fleksibilitas dan diskresi. Filosofi stabilitas berasal dari Thomas Hobbes (1588-1679) dalam *Leviathan*(1651) yang menggagas perlunya aturan main yang ketat sedemikian rupa sehingga manusia dalam suatu organisasi dipaksa untuk mencapai tujuan organisasi. Sementara penekanan pada fleksibilitas berangkat dari gagasan Adam Smith dalam *The Wealth of Nations*(1776) yang mengatakan hanya organisasi yang lebih unggul yang dapat bertahan dalam tekanan pasar. Persaingan pasar melalui “tangan-tangan yang tidak kelihatan” menyingkirkan organisasi yang tidak efisien.

Bila kedua dimensi orientasi misi dan spesifikasi struktur digabungkan maka membentuk empat jenis bidang-bidang kajian atau pendekatan ilmu bisnis. Klasifikasi pendekatan-pendekatan bisnis seperti tampak pada Tabel 1 merupakan manifestasi misi dan spesifikasi struktur yang menghasilkan empat varian kajian bisnis. Peran bisnis yang menekankan pada aspek kinerja perusahaan berupa manajemen (*management*) dan administrasi (*administration*). Sementara peran bisnis yang menekankan aspek kinerja siklus hidup organisasi terdiri dari kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan kewiralyanan (*stewardship*).

Pertama, manajemen (ketatakelolaan) menekankan keluwesan pada suatu fase tertentu melalui perencanaan, pengelolaan fungsional, analisis keputusan, dan penggunaan sumberdaya. Manajemen adalah proses analitik yang melibatkan analisis lingkungan di mana organisasi beroperasi, dinamika daya saing, penyediaan produk dan jasa, dan perbaikan kinerja. Manajemen adalah pemanfaatan sumberdaya fisik dan manusia melalui upaya kerjasama yang diselesaikan dengan melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pengendalian.

Kedua, administrasi (ketatausahaan) menekankan keteraturan pada suatu fase organisasi melalui kebijakan, standar dan prosedur, governansi, dan dokumentasi. Administrasi adalah

proses formal berisikan kegiatan membuat kebijakan yang terukur dan efektif, pedoman dan prosedur operasi, tanggung-jawab dan tindakan, mekanisme pengendalian dan evaluasi, dan governansi dalam memenuhi tujuan atau tugas yang telah ditentukan. Lingkup administrasi menyangkut pertimbangan dan keputusan dalam menentukan kebijakan dan menggunakan data untuk mengendalikan kinerja dan kemajuan terhadap rencana, pedoman dan prosedur pengawasan terhadap karyawan yang menjalankan operasi perusahaan, kepatuhan pada aspek legal, dan hubungan governansi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Ketiga, kewirausahaan mempunyai fokus kewajiban pada daur hidup organisasi dengan menekankan keluwesan melalui pemanfaatan peluang, perencanaan bisnis, pengadaan sumberdaya, dan pertumbuhan bisnis. Kewirausahaan adalah proses konseptual berkaitan dengan kreativitas dan inovasi dalam merancang model bisnis untuk menciptakan nilai melalui pengenalan peluang bisnis, penanganan risiko yang tepat, dan keterampilan komunikasi dan mobilikasi sumber daya yang diperlukan sehingga peluang itu terwujud menjadi suatu usaha yang mampu menghasilkan nilai yang berjangka waktu panjang. Istilah entrepreneur dipopulerkan di Perancis pada abad Sembilan belas (entrepreneur = to undertake = menjalankan, melakukan). Pengertian kewirausahaan menurut Instruksi Presiden RI No. 4 tahun 1995: “Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar”.

Tabel 1. Varian pendekatan bisnis

Dimensi Realitas Bisnis (orientasi misi dan spesifikasi struktur)		Orientasi Misi	
		Kinerja Lembaga	Kinerja Daur Hidup
Spesifikasi struktur	Mewujudkan	Manajemen	Kewirausahaan
	Mengatur	Administrasi	Kewirayanan

Keempat kewirayanan menekankan keteraturan yang serasi dengan komunitas dan lingkungan hidup dan kewajiban misi daur hidup organisasi melalui inovasi kelestarian lingkungan, governansi keberlanjutan, sertifikasi, bisnis inklusif, dan hubungan sosial. Kewirayanan adalah proses ideologis dalam merancang berbagai nilai-nilai untuk menjaga keadilan sosial dan pelestarian lingkungan. Akar kata “stewardship” adalah “penjaga rumah” yang menjaga milik orang lain. Kegiatan yang penuh risiko pada tahap penciptaan bisnis memasuki fase pelestarian. Pelestarian memerlukan kemauan untuk mengambil risiko seperti evaluasi, penghentian produk atau jasa tertentu, pemberhentian karyawan, sampai pembukaan pasar baru demi mempertahankan keberlanjutan bisnis. Penatalayanan tetap

berpegang teguh pada nilai-nilai sosial dan ekologi untuk melestarikan aset-aset yang telah diperoleh. Prinsip pelayanan menjadi pedoman utama dalam melaksanakan kegiatan organisasi yang bersifat sosial dan mempertahankan kelestarian di atas kepentingan laba.

Epistemologi Bisnis

Secara umum epistemologi disebut filsafat pengetahuan. Epistemologi berasal dari kata episteme atau pengetahuan dan logos atau pikiran dan percakapan. Epistemologi dapat diartikan sebagai percakapan tentang pengetahuan. Tujuan epistemologi adalah untuk menentukan mana pengetahuan yang absah dan yang tidak absah dan menempatkan pengetahuan di dalam posisi yang sebenarnya. Melalui epistemologi, para sarjana dapat mempersoalkan dan menyelidiki tentang asal-usul, susunan, metode, dan keabsahan pengetahuan mereka. Pertanyaan yang muncul dalam epistemologi antara lain: kemungkinan-kemungkinan pengetahuan, asal dan jenis pengetahuan, batas-batas pengetahuan, cara mengetahui bahwa kita mempunyai pengetahuan, cara membedakan pengetahuan dan pendapat, dan sebagainya. Epistemologi menghasilkan paradigma manajemen yang berbeda tentang cara pandang terhadap realitas dalam dunia manajerial.

Paradigma bisnis adalah pendekatan dalam menghasilkan pengetahuan tentang realitas manajemen baik dalam praktik maupun penelitian. Disiplin bisnis termasuk sains yang bersifat paradigma majemuk karena tidak ada paradigma yang paling dominan menjelaskan realitas manajemen, tetapi masing-masing paradigma dapat saling bersaing atau saling melengkapi. Setiap paradigma bisnis mempunyai asumsi filosofi tertentu, tradisi yang berbeda, dan prinsip-prinsip termasuk cara melakukan penelitian yang berlainan (Burrell dan Morgan, 1979).

Terdapat tiga paradigma yang merupakan bagian dari sains sosial di dalam disiplin bisnis: positivisme, interpretativisme, dan kritisisme (Neuman, 2003). Positivisme meminjam pendekatan sains alam seperti data kuantitatif, percobaan, survei, dan statistik. Positivisme melihat sains manajemen sebagai metode yang menggabungkan logika deduktif dengan pengamatan empiris yang teliti terhadap perilaku manajerial dengan tujuan menemukan dan memastikan sekumpulan hukum kausal probabilistik yang dapat digunakan untuk memperkirakan pola umum kegiatan manajerial. Interpretativisme adalah analisis sistematis terhadap tindakan bermakna sosial melalui pengamatan rinci tentang manusia dalam organisasi dengan tujuan memperoleh pemahaman dan penafsiran bagaimana manusia menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka. Kritisisme adalah proses penyelidikan kritis yang melampaui ilusi-ilusi di permukaan untuk menemukan struktur riil tentang dunia materi yang dapat membantu manusia merubah kondisi dan membangun dunia yang lebih baik. Walaupun ketiga paradigma ini mempunyai perbedaan yang mencolok, tetapi ketiganya mempunyai persamaan dalam mencari pengetahuan teoritis yang dikembangkan secara sistematis dan berbasis empiris melalui proses publik yang terbuka terhadap koreksi diri dan perkembangan baru.

Metodologi penelitian bisnis berbicara tentang cara penelitian untuk memperoleh teori atau model. Metodologi berasal dari kata Yunani yang terdiri dari kata "metodos" yang berarti cara memperoleh pengetahuan dan "logos" yang artinya pikiran atau percakapan. Dasar dari metodologi adalah penggunaan logika supaya sampai pada kesimpulan yang absah dan tepat. Logika berfungsi memberikan penjelasan tentang cara berpikir yang mulai dari proses mendefinisikan konsep, mengumpulkan fakta sebagaimana adanya, merumuskan

pernyataan, dan menarik kesimpulan. Hasil dari metodologi adalah teori dan model yang dapat digunakan sebagai pedoman atau dasar dalam proses pemecahan masalah dalam praktik manajerial. Pemecahan masalah memerlukan penyesuaian sesuai dengan konteks dan situasi yang sedang dihadapi. Penyesuaian adalah proses menemukan dan memperbaiki kesalahan di dalam praktik. Penyesuaian-penyesuaian inilah yang membuat disiplin bisnis pada tataran praktek atau implementasi perlu bersifat lentur dalam menyikapi perkembangan baru supaya tetap dapat diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi seperti yang didambakan.

Kesimpulan

Keempat bidang-bidang ilmu bisnis dapat dipadukan ke dalam suatu kerangka yang saling melengkapi dalam menjelaskan realitas bisnis. Keempat pendekatan yang terdiri dari administrasi, manajemen, kewirausahaan, dan kewirayanan mempunyai penekanan jati diri yang berbeda tetapi secara terpadu dapat menjelaskan entitas bisnis sehingga berada dalam suatu rumpun ilmu bisnis. Kajian administrasi dan manajemen dapat dikatakan telah mencapai kedewasaan, sementara kewirausahaan dan kewirayanan tengah berkembang sebagai suatu disiplin ilmu mandiri. Penyelesaian hegemoni jati diri bukanlah ditempuh dengan persaingan untuk menguasai bidang-bidang yang diminati pasar tetapi menentukan identitas yang membuka kesempatan sumbangsih yang lebih baik pada peningkatan mutu pendidikan dan pembangunan nasional.

Sumbangsih dari bidang-bidang studi yang bernaung dalam rumpun ilmu bisnis dapat dilakukan dengan pengembangan penelitian baik yang mencakup teori maupun praksis. Pengembangan teori membawa pada pemahaman yang lebih baik terhadap realitas bisnis. Pengembangan teori dalam bisnis bukan hanya berkuat pada positivisme melainkan mencakup interpresivisme dan kritisisme. Sementara pengembangan praksis menghasilkan model atau artifak bisnis yang bermanfaat dalam peningkatan kinerja bisnis di dunia nyata. Pengembangan praksis dapat bertumpu pada pemanfaatan ilmu-ilmu desain dan sistem serta pemodelan matematis dan simulasi. Hanya dengan penelitian yang cermatlah, sosok ilmu bisnis mendapatkan reputasi ilmiah sekaligus mampu mengangkat perusahaan lokal memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Referensi

- Greiner, L.E. (1972), "Evolution and revolution as organizations grow", *Harvard Business Review*, Vol. 50 No. 4, pp. 37-46.
- Neuman, W.L. (2003), *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 5th Ed., Allyn and Bacon, Boston.
- Burrell, G. dan Morgan, G. (1979), *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, Heinemann, London.
- Kuhn, T.S. (1962), *The Structure of Scientific Revolution*, University of Chicago Press, Chicago.