

REPOSISI PENDIDIKAN ADMINISTRASI BISNIS: Sebuah Tawaran Alternatif Disain Pendidikan Bisnis

(oleh: Dr. Kusdi Raharjo)

1. Pendahuluan

Di lingkungan perguruan tinggi, pendidikan bisnis barangkali dapat dibedakan dua macam, yakni (1) administrasi bisnis, dan (2) manajemen. Kedua disiplin ilmu ini memberikan perspektif yang lebih-kurang sama, yakni bagaimana perusahaan atau organisasi bisnis dikelola untuk mencapai tujuan-tujuannya secara efektif dan efisien. Tentu saja di sana sini kita menemukan penekanan atau titik-berat yang berbeda. Namun jika diperhatikan secara seksama, kurikulum pendidikan bisnis di administrasi bisnis dan manajemen secara umum dapat dikatakan mirip atau serupa.

Tentu hal ini menjadi suatu pertanyaan sendiri. Mengapa dua disiplin ilmu yang berbeda, ternyata memberikan bahan-bahan kajian atau studi yang lebih-kurang sama? Apakah ini bukan suatu redundansi, atau tumpang-tindih? Lebih jauh, jika kita melihat posisi kita sendiri sebagai penyelenggara pendidikan administrasi bisnis, bagaimana hal ini seharusnya disikapi?

Tulisan singkat ini bermaksud mengeksplorasi tema di atas, dan mencoba menawarkan suatu alternatif untuk, katakanlah, melakukan redesain pendidikan bisnis di lingkungan perguruan tinggi pada umumnya. Tujuannya tidak lain adalah untuk menggagas suatu pendidikan bisnis yang relevan dan konsisten di perguruan tinggi, khususnya dilihat dari perspektif administrasi bisnis. *Relevan*, dalam arti mengikuti kebutuhan dan perkembangan zaman. *Konsisten*, dalam arti memiliki acuan-acuan konseptual yang kuat dan sistematis sebagai dasar untuk penyusunan desain itu sendiri. Diharapkan sumbangan pemikiran ini nantinya akan berguna, terutama sebagai suatu bahan pertimbangan dalam rangka pengembangan pendidikan administrasi bisnis yang lebih baik di Indonesia.

2. Administrasi Bisnis versus Manajemen

Hal pertama yang paling mendasar, tentunya kita harus membedakan dulu dengan jelas antara administrasi bisnis dan manajemen sebagai dua disiplin ilmu yang masing-masing memiliki domain atau wilayah kajian yang berbeda. Sebagaimana disinggung di atas, jika melihat bahan-bahan kajiannya, barangkali kita akan kesulitan membedakan antara administrasi dan manajemen. Keduanya relatif membicarakan hal yang sama, yakni bagaimana mengelola organisasi secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan-tujuannya.

Namun apakah benar demikian? Secara *common-sense*, tentu semua orang akan mengatakan tidak. Karena dua nama yang berbeda tentunya menunjuk kepada barang atau obyek yang berbeda. Kita lihat contohnya, yaitu pendapat berikut ini:

Administration is the function of industry concerned with the determination of corporate policy, co-ordination of production, finance and distribution, the settlement of the compass of the organization and the ultimate control of the executive...

Management is the function of industry concerned with the carrying out of policy within the limits set up by administration and the employment of the organization for particular objects set before it (Sheldon, 1924; Urwick, 1929, 115-116; Dunsire, 1973, 43).

Untuk organisasi bisnis, administrasi diartikan adalah fungsi industri yang berkaitan dengan penetapan kebijakan perusahaan, koordinasi produksi, keuangan dan distribusi, penentuan arah organisasi dan kontrol tertinggi eksekutif. Sementara, manajemen adalah fungsi industri yang bertugas melaksanakan kebijakan dalam batas-batas yang ditetapkan administrasi dan menggerakkan sumberdaya organisasi ke arah tujuan-tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan kata lain, administrasi ditempatkan pada tugas-tugas organisasional yang bersifat penentuan *setting* dan arah bagi suatu perusahaan untuk beroperasi secara optimal. Sementara manajemen bertugas menerjemahkannya *setting* tersebut ke level operasional atau pelaksanaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang disebut dengan manajemen adalah bergerak dalam batas-batas yang ditetapkan oleh administrasi.

Penjelasan tentang perbedaan antara administrasi dan manajemen ini, tentu bukan sekedar upaya untuk membedakan satu bidang ilmu dengan bidang ilmu lain yang secara kebetulan memiliki kemiripan. Di dalam perbedaan tersebut terdapat konsekuensi praktis maupun teoritis, sebagaimana akan dibahas lebih jauh di bawah nanti. Sekarang, kita lihat satu contoh lainnya dari **WIKIPEDIA DICTIONARY**.

- *In business, administration consists of the performance of business operations and thus the making or implementing of major decisions. Administration can be defined as the universal process of organizing people and resources efficiently so as to direct activities toward common goals and objectives.*
- *In some organisational analyses, management is viewed as a subset of administration, specifically associated with the technical and mundane elements within an organization's operation. It stands distinct from executive or strategic work.*

Di sini dikatakan bahwa di dalam bisnis, administrasi adalah mencakup penyelenggaraan operasi-operasi bisnis, dalam arti membuat dan mengimplementasikan keputusan-keputusan besar (*major decision*). Oleh karena itu, administrasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses universal yang mengorganisasikan manusia dan sumberdaya secara efisien, sedemikian rupa sehingga mengarahkan kegiatan-kegiatan organisasi kepada sasaran-sasaran dan tujuan bersama. Sebaliknya, manajemen dapat dipandang adalah bagian (*subset*) atau perpanjangan tangan dari administrasi, khususnya berkaitan dengan unsur-unsur teknis dan keseharian di dalam operasi organisasi. Di sini manajemen dipandang terpisah dari tugas-tugas eksekutif dan strategik yang merupakan bidang pokok administrasi.

Dari penjelasan ini, kita dapat memastikan bahwa administrasi bisnis dan manajemen ternyata adalah dua bidang yang sama sekali berbeda, jika dilihat dari domain

atau wilayah kajiannya. Artinya, dapat dikatakan suatu ‘kerancuan’ apabila kurikulum pendidikan bisnis yang diselenggarakan oleh administrasi bisnis menekankan hal-hal yang sama dengan manajemen.

3. Domain Ilmu Administrasi

Mengapa sejauh ini, menurut pengamatan kami, tidak terlihat perbedaan yang mendasar antara kurikulum pendidikan administrasi bisnis dan kurikulum pendidikan manajemen? Seolah-olah keduanya mengacu kepada suatu disiplin yang sama, padahal definisi-definisi di atas jelas sekali membedakan di antara keduanya. Tampaknya faktor yang berpengaruh di sini adalah masalah ‘lingkungan’.

Periode industrialisasi, atau oleh Mary Jo Hatch (1997) dan beberapa ahli teori organisasi lainnya sering disebut dengan *perspektif klasik*, memang mendorong organisasi untuk bersifat *inward-looking*. Kita bisa melihat, bahwa perdebatan pada masa itu (mencakup periode Revolusi Industri di akhir abad 18 hingga lebih kurang pertengahan abad 20) adalah dialektika pemikiran antara ‘efisiensi-efektivitas’ versus ‘humanisme’. Ahli-ahli organisasi berdebat, apakah organisasi seharusnya dimaksimalkan kepada efisiensi dan efektivitas, atau perlu juga memperhatikan aspek-aspek humanistik terhadap dampak-dampaknya kepada manusia. Jadi, sifatnya lebih kepada internal organisasi. Oleh karena itu, baik manajemen maupun administrasi bisnis akan berbicara tentang hal-hal yang lebih-kurang sama. Kita perhatikan bahwa ahli-ahli administrasi banyak menyumbang pada periode ini, khususnya terhadap teori organisasi.

Namun, periode berikutnya kita menyaksikan hal yang berbeda. Perspektif modern yang dipelopori oleh teori sistem umum Bertalanffy, dengan tegas menempatkan organisasi dalam suatu lingkungan. Organisasi tidak lagi dipandang sebagai unit independen yang bisa dianalisis secara terpisah dari lingkungan. Namun baru pada sekitar dekade 1980an atau awal 1990an, pemikiran perspektif modern ini terlihat dampaknya yang sangat terasa. Lingkungan organisasi telah direvolusionerkan oleh teknologi informasi yang berkembang sangat pesat, yang dibarengi pula dengan perubahan-perubahan sosial-kemasyarakatan yang cukup luas (Daniel Bell sejak tahun 1973 telah menyebutnya, dalam bukunya *The Coming of Post-Industrial Society*). Ini mendorong perubahan organisasi yang cukup signifikan, bahkan sering disebut sebagai pergeseran paradigma. Berbagai bentuk organisasi yang tidak kita kenal sebelumnya, seperti *hypertext organization*, *learning organization*, *virtual organization*, dan lain sebagainya bermunculan. Ini tidak lain suatu reaksi atau upaya adaptasi terhadap perubahan lingkungan yang sangat cepat dewasa ini. Sekarang barangkali sudah sangat jamak, jika kita mendengar konsep perubahan (*change*) atau turbulensi dibahas dalam konteks teori organisasi maupun pembahasan-pembahasan mengenai dunia bisnis pada umumnya. Pada gilirannya, kita dapat menyimpulkan, bahwa melalui faktor lingkungan tersebut organisasi telah didorong untuk mengambil perspektif eksternal atau *outward-looking*.

Sebenarnya kondisi-kondisi di atas sangat mempengaruhi manajemen maupun administrasi, sebagai dua disiplin ilmu yang berfokus kepada obyek yang sama: yaitu organisasi. Akan tetapi, barangkali cara pandang yang telah terbentuk dari periode klasik itu benar-benar telah tertanam secara mendalam, sehingga kita jarang melihat upaya-upaya untuk menarik perbedaan tersebut ke level filosofis, atau katakanlah domain keilmuan. Padahal, jika kita cermati lebih jauh, ini akan berpengaruh sekali terhadap domain keilmuan dari dua disiplin ini.

Barangkali salah satu pakar administrasi yang sangat cermat memperhatikan hal ini adalah Hodgkinson. Dia melihat ada kerancuan, ketika administrasi dan manajemen tidak dibedakan secara tegas. Oleh karena itu dia mengusulkan pembedaan, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Domain Keilmuan Administrasi

ADMINISTRATION	Art	-----	Science	MANAGEMENT
	Policy	-----	Execution	
	Values	-----	Facts	
	Upper	-----	Lower	
	Echelons	-----	Echelons	
	Strategy	-----	Tactics	
	Qualitative	-----	Quantitative	
	Human	-----	Material	
	Reflective	-----	Active	
	Generalism	-----	Specialism	

Sumber: Hodgkinson, C (1978), *Toward a Philosophy of Administration*, Oxford: Basil Blackwell, hal. 4

Hodgkinson (1978: 5) mendefinisikan administrasi sebagai: *“those aspects dealing more with the formulation of purpose, the value-laden issues, and the human component of organizations”*. Administrasi adalah aspek-aspek organisasi yang lebih berurusan dengan formulasi tujuan, masalah-masalah yang menyangkut nilai, dan komponen manusia dalam organisasi. Sementara manajemen diartikan, *“those aspects with more routine, definitive, programmatic, and susceptible to quantitative methods.”* Manajemen adalah aspek-aspek organisasi yang lebih rutin, definitif, terprogram, dan cenderung kepada metode kuantitatif.

Pandangan Hodgkinson ini tampaknya relevan, mengingat lingkungan organisasi dewasa ini menuntut cara pandang yang lebih luas daripada sekedar masalah efektivitas dan efisiensi sebagaimana sangat ditekankan oleh manajemen. Organisasi tidak cukup hanya dipandang sebagai proses internal saja. Analisis *stakeholders* yang sekarang hampir merupakan suatu ‘kewajiban’ dalam pengelolaan organisasi, telah membuktikan hal itu. Organisasi yang hanya memperhatikan aspek internal seolah-olah ditakdirkan akan mati, atau setidaknya-tidaknya mengalami suatu kemunduran (*decline*) dibandingkan posisinya terdahulu. Di sini Hodgkinson meyakini bahwa administrasi-lah yang terutama bertugas atau bertanggung-jawab terhadap aspek-aspek eksternal itu. Dia menekankan bahwa administrasi terutama bergerak pada *upper level* sebagai penentu arah dan kebijakan organisasi. Ini mempertegas kembali definisi-definisi yang telah kita kutip di atas.

4. Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan

Suatu hal yang patut ditekankan dari uraian di atas adalah, kemana seharusnya fokus pendidikan administrasi bisnis itu sendiri? Jika administrasi dan manajemen memang perlu sekali dibedakan untuk lingkungan organisasi saat ini, apa konsekuensinya terhadap cara kita menyelenggarakan pendidikan administrasi bisnis?

Di sini kami mencoba mengusulkan *entrepreneurship* atau kewirausahaan sebagai kata kuncinya. Kita melihat realitas, bahwa pemimpin bisnis saat ini perlu memiliki wawasan yang luas. Di sini seorang pemimpin bisnis tidak akan membawa manfaat yang signifikan bagi perusahaan atau organisasi bisnis yang dikelolanya, kecuali ia memiliki semangat *entrepreneurship* yang tinggi. Dia harus memiliki wawasan atau horizon pandangan yang luas, harus berani mengambil keputusan yang sulit atau melawan arus, melihat jauh ke depan, dan tentu saja harus kaya dengan ide-ide orisinal dan segar. Tanpa kemampuan dan daya inovatif yang kuat, seorang pemimpin bisnis akan tertinggal dalam persaingan, dan tidak mampu membaca atau melihat peluang yang disediakan *market*. Organisasinya akan berada pada urutan belakang, atau sekedar pengekor dari yang sudah ada. Artinya, dia harus menjadi pemimpin berjiwa *entrepreneur*.

Jika kita sepakat bahwa: (1) administrasi bergerak pada *upper level* dan terutama bersifat kebijakan, dan (2) tugas-tugas dan fungsi administrator dalam bisnis adalah pada level strategis dan *outward-looking*, maka gagasan ini membawa kita pada premis berikutnya: bahwa "*seorang administrator tidak lain adalah seorang pemimpin*". Jika dipahami dari perspektif pengelolaan bisnis, maka seorang pemimpin dibedakan dari manajer adalah dari aspek visi dan jiwa *entrepreneurship*. Di sinilah kita bertemu dengan relevansi yang dimaksud, bahwa administrasi bisnis perlu menekankan fokus ini sebagai dasar dari penyusunan kurikulum dan penyelenggaraan pendidikan bisnis.

Warren Bennis (1989), dalam bukunya *On Becoming a Leader*, menjelaskan bahwa manajer dan *leader* adalah dua hal yang sangat bertolak-belakang, yaitu sebagai berikut:

- Tugas manajer mengelola, tugas pemimpin melakukan inovasi
- Manajer adalah tiruan (*copy*), pemimpin adalah orisinal
- Manajer berfokus sistem dan struktur organisasi; pemimpin berfokus pada unsur manusia (*people*)
- Manajer menitik-beratkan kontrol; pemimpin menekankan kepercayaan (*trust*)
- Manajer mengambil sudut-pandang jangka pendek; pemimpin melihat perspektif jangka-panjang
- Manajer memperhatikan ke dalam dan tugas keseharian (*bottom-line*); pemimpin melihat keluar dan mencari visi (*horizon*)
- Manajer cenderung meniru (*imitates*); pemimpin membuat hal baru (*originates*)
- Manajer menerima *status quo*; pemimpin menantang *status quo*
- Manajer adalah pelaksana yang baik (*classic good soldier*); pemimpin adalah pribadi tersendiri
- Manajer memikirkan bagaimana melakukan hal-hal secara benar (*does things right*); pemimpin memikirkan mana hal-hal yang benar untuk dilakukan (*does right things*)

Barangkali ini sesuai dengan pemahaman Pollard, sebagaimana dijelaskan dalam Dunsire (1973: 39), bahwa pemisahan/pembedaan antara konsep *entrepreneurship* dan

manajemen mengalami perubahan sejalan dengan perubahan struktur dan proses industri itu sendiri. Di sini dikatakan bahwa entrepreneur bertugas untuk menjalankan:

The task of determining the kind of business to be operated...the kinds of goods and services to be offered, the amounts of these to be supplied, and the clients to be served...Other 'top level' decisions become essentially management decisions—that is decisions designed to achieve the goals set by the entrepreneurial determination of the kind of business to be operated (Pollard, (1965) 1968, 14).

Jadi, perlu ditekankan kepada mahasiswa bahwa cara pikir administrasi adalah berorientasi pada tujuan (*end-oriented*), sementara manajemen berorientasi pada sarana atau cara mencapai tujuan (*means-oriented*). Di sini pola pikir administrasi cenderung mengarah kepada seni pengelolaan (*art*), sementara manajemen lebih berat kepada masalah teknis pelaksanaan (*science*).

Di sisi lain, ada suatu relevansi lain yang tak kalah pentingnya, yakni kondisi dan kebutuhan 'pasar pendidikan' itu sendiri. Kita secara jujur harus mengakui bahwa bangsa Indonesia masih sangat lemah pada aspek ini, yakni pengembangan jiwa *entrepreneurship*. Barangkali saat ini tidak sedikit orang yang berkeinginan atau telah pula mencoba untuk menjadi usahawan. Tidak sedikit pula di antara mereka yang benar-benar memiliki dan mengembangkan jiwa kewirausahaan. Artinya pada level praktek, kita barangkali tidak akan kekurangan stok *entrepreneurship*. Namun, pada sisi lain, harus diakui bahwa pemahaman keilmuan mengenai kewirausahaan secara akademis masih sangat terbatas dikembangkan di Indonesia. Padahal tidak sedikit universitas atau akademi yang mengajarkan administrasi bisnis.

Ir. Ciputra barangkali sepakat dengan apa yang kami kemukakan di atas. Menurut dia, memperbanyak jumlah wirasusahawan atau *entrepreneur* di Indonesia melalui pendidikan tinggi menjadi kebutuhan mendesak (*Kompas*, 12 November 2008). Targetnya adalah mencetak 4 juta wirasusahawan dalam dua puluh tahun ke depan. Ini patut dipuji dan didukung. Jika dilihat dari perspektif makro, yakni pembangunan sebuah negara, maka kita tidak bisa memungkiri bahwa perekonomian bangsa merupakan tulang-punggung yang sangat penting. Indonesia kaya akan sumberdaya alam, jumlah penduduk, posisi geografis yang strategis di antara dua benua, dan lain-lain. Namun, tanpa pemahaman semangat kewirausahaan yang dilandasi oleh pengembangan keilmuan yang tepat di bidang administrasi bisnis, maka segenap potensi tersebut cenderung tidak bisa dimanfaatkan secara optimal. Kita cukup melihat kepada tetangga kita yang kecil, yakni Singapura, sebagai sekedar perbandingan. Tanpa modal kekayaan alam dan luas wilayah yang relatif sangat kecil, negara tersebut mampu menempatkan diri di tengah-tengah persaingan global yang ketat. Bahkan untuk aspek turisme, kita harus berkaca kepada negara ini. Tanpa modal kekayaan panorama alam, ragam budaya, dan lain-lain yang berlimpah kita miliki, Singapura toh tetap mampu menarik para pelancong dari berbagai penjuru dunia. Demikian pula untuk sektor-sektor jasa, yang mengandalkan kapasitas sumberdaya manusia terdidik, negara ini termasuk yang paling menguasai di wilayah Asia Tenggara.

Tentu saja, ilmu administrasi bisnis bukan satu-satunya pihak yang patut disesalkan atas ketertinggalan kita ini. Banyak faktor yang berpengaruh dan dapat menjelaskan, mengapa Indonesia hingga sekarang belum mampu membangun suatu tulang-punggung perekonomian yang kokoh, khususnya di sektor riil. Akan tetapi kita dapat mengatakan, bahwa tanpa ilmu administrasi bisnis yang dikembangkan dengan baik barangkali banyak persoalan-persoalan penting dalam perekonomian kita yang tidak bisa

dicarikan solusinya secara memuaskan. Artinya, barangkali ini adalah suatu tugas keilmuan bagi administrasi, khususnya administrasi bisnis. Suatu kombinasi antara pengembangan ilmu dan praktek bisnis sangat diperlukan, agar potensi kewirausahaan yang ada di masyarakat mendapat topangan yang kuat dari kajian-kajian ilmiah oleh administrasi bisnis. Sekali lagi, kita tidak mungkin menuntut manajemen untuk melakukan ini. Dari pemilahan Hodgkinson di atas, sudah cukup jelas siapa yang seharusnya 'bertanggung-jawab' mengurus hal ini. Tidak lain adalah, administrasi bisnis.

5. Perlukah Pendidikan Bisnis di Level S-1?

Sampai di sini, barangkali masih ada sedikit kerancuan yang mengganggu. Dengan uraian di atas, kami tidak bermaksud mengatakan bahwa kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah satu-satunya tema sentral dalam administrasi bisnis. Ini hanya sebagian kecil dari suatu kerangka besar, yakni bagaimana mengelola organisasi bisnis dari aspek penetapan kebijakan, strategi, dan orientasi organisasi serta pengelolaan aspek *human*, sebagaimana ditegaskan Hodgkinson. Namun, tujuan kita di sini tidak lain suatu upaya untuk mencari relevansi keilmuan yang sesuai dengan situasi dan kondisi bangsa kita yang masih kekurangan wirausahawan berbasis akademis. Artinya, pada aspek kewirausahaan inilah barangkali bangsa kita harus banyak belajar dan berbenah, dan secara otomatis pula cara pendidikan administrasi bisnis juga dibenahi. Tentu saja, mereka yang mendalami administrasi bisnis tidak akan terlepas dari penguasaan aspek-aspek teknis manajerial. Seorang pemimpin bisnis tidak akan memiliki kompetensi yang cukup apabila dia tidak mengerti tentang detail-detail seperti keuangan, manajemen operasi, pemasaran, distribusi, hubungan *supplier*, pelayanan konsumen, dan seterusnya. Hal yang sama berlaku bagi mereka yang mempelajari administrasi bisnis. Tentu mereka harus memiliki dasar-dasar yang memadai pula untuk memahami aspek-aspek teknis manajerial tersebut. Hanya saja, mereka dibedakan dari rekan-rekannya yang mempelajari manajemen adalah dari konteks dan cara memahami aspek-aspek teknis tersebut. Mereka harus membacanya dari sudut-pandang yang berbeda, yakni perspektif seorang pengelola organisasi bisnis pada level penentu atau pengambil keputusan, bukan pelaksana atau manajer level menengah dan bawah.

Ini relevan dan konsisten, terutama apabila kita membicarakan pendidikan bisnis di level S-2. Mereka memang diarahkan untuk menjadi seorang pemimpin dalam organisasi bisnis, baik pemimpin pada level unit atau departemen maupun pada level-level yang lebih tinggi. Sebagai contoh, jika kita amati pendidikan bisnis di Amerika Serikat, maka pendidikan bisnis terutama ditekankan pada level S-2, yakni untuk meraih gelar Master of Business Administration (MBA). Pesertanya bisa dari bidang ilmu apa saja, mulai dari ekonomi hingga teknik, asalkan mereka memiliki latar-belakang profesi atau posisi pekerjaan yang mengarah kepada level pemimpin dalam organisasi.

Pertanyaannya selanjutnya, bagaimana dengan pendidikan bisnis di level S-1? Secara sederhana kita bisa mengatakan, bahwa para lulusan S-1 belum diharapkan untuk menjadi pemimpin. Mereka lebih diarahkan untuk menjadi pelaksana. Jadi, apakah perlu diadakan pendidikan bisnis pada jenjang yang bersifat pelaksana operasional ini?

Sekali lagi di sini kita ternyata bertemu dengan fenomena yang sama seperti telah dijelaskan di awal, yakni perubahan lingkungan organisasi. Tipikal organisasi dewasa ini relatif sudah banyak berbeda daripada organisasi di abad 20, dikarenakan respon terhadap percepatan perubahan lingkungan oleh faktor teknologi dan globalisasi

perekonomian dunia. Hal ini mendorong redefinisi terhadap cara pembagian tugas-tugas dan peran-peran yang secara tradisional kita kenal pada organisasi bisnis.

Transformasi peran dan tugas dalam organisasi dapat kita kenali dalam berbagai aspeknya, sebagaimana tertera pada Tabel 1. Di sini segera dapat dicermati, bahwa level operasional saat ini tidak dapat memfungsikan diri hanya sebagai pelaksana operasional (*operational implementers*). Mereka tidak bisa hanya mengandalkan perintah dan arahan dari atasan atau supervisor. Untuk organisasi bisnis yang telah mengembangkan dinamika organisasional yang lebih adaptif dan fleksibel, mereka dituntut dan harus diarahkan menjadi wirausahawan yang agresif (*aggressive entrepreneurs*). Artinya mereka diminta untuk mampu berinisiatif mendorong kinerja bisnis dengan memfokuskan kepada produktivitas, inovasi, dan pertumbuhan dalam level unit dimana mereka ditempatkan.

	Level Operasional	Level Menengah	Level Atas
Perubahan peran	Pelaksana operasional (<i>operational implementers</i>) kepada wirausahawan yang agresif (<i>aggressive entrepreneurs</i>)	Dari pengendali administratif (<i>administrative controllers</i>) kepada pendukung strategis (<i>supportive coaches</i>)	Dari penentu alokasi sumberdaya (<i>resources allocators</i>) kepada pemimpin institusi (<i>institutional leaders</i>)
Nilai tambah utama	Mendorong kinerja bisnis dengan memfokuskan kepada produktivitas, inovasi, dan pertumbuhan dalam unit-unit <i>front-line</i>	Menyediakan dukungan dan koordinasi untuk membawa keuntungan perusahaan besar kepada unit-unit <i>front-line</i> yang independen	Menciptakan dan menanamkan arah, komitmen, dan tantangan kepada para anggota organisasi
Aktivitas dan tugas-tugas pokok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menciptakan dan mengejar peluang-peluang bisnis baru ▪ Menarik dan mengembangkan sumberdaya dan kompetensi ▪ Mengelola perbaikan kinerja berkesinambungan dalam unit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengaitkan (<i>linking</i>) pengetahuan, keterampilan dan best practices yang tersebar di unit-unit ▪ Mengelola ketegangan antara kinerja jangka pendek dan ambisi jangka panjang 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menantang asumsi-asumsi yang tertanam sembari memperluas cakrawala peluang dan standar-standar kinerja ▪ Melembagakan seperangkat norma-norma dan nilai-nilai untuk mendukung kerjasama dan kepercayaan (<i>trust</i>) ▪ Menciptakan tujuan dan ambisi perusahaan yang berjangkauan luas
Sumber: Bartlett, C., Ghosal, S., dan Beamish, P (2008), <i>Transnational Management: Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management</i> , 5 th ed, New York: McGraw-Hill, hal 779.			

Dengan kata lain, mentalitas sebagai pekerja atau bawahan yang pasif sudah tidak bisa diterima untuk kondisi sekarang. Untuk mencapai suatu kemajuan yang signifikan dalam dunia kerja, mereka harus memiliki mentalitas yang berbeda, yakni mentalitas kewirausahaan. Jadi, kalau kita kembali pada pendapat Warren Bennis di atas, pendidikan bisnis seharusnya mencetak para mahasiswa S-1 untuk memiliki spirit atau jiwa kepemimpinan, kendati mereka bukan pemimpin. Tentu saja, yang kami maksud di sini adalah ciri-ciri pembeda manajer dan *leader* sebagaimana dikemukakan di atas. Dan,

sekali lagi, ini menunjukkan relevansi dari perlunya suatu fokus pemahaman tentang apa dan siapa itu *entrepreneur* di dalam pendidikan bisnis, baik jenjang S-2 maupun S-1. Perbedaannya hanya pada tingkatan atau cara implementasi saja. Jika pendidikan bisnis S-2 menekankan kepada jiwa *entrepreneurship* dalam kepemimpinan formal di dalam organisasi bisnis; maka jenjang S-1 cukup menekankan *entrepreneurship* sebagai suatu jiwa atau spirit keilmuannya.

Menurut Schumpeter (dalam Mintzberg *et.al.*, 1998: 125-8), seorang *entrepreneur* tidak mesti seseorang yang menanamkan modal awal untuk membangun suatu usaha atau menemukan suatu produk baru yang menjanjikan peluang. Seorang *entrepreneur* adalah orang yang memiliki gagasan bisnis (*business idea*). Suatu gagasan barangkali kelihatan remeh atau sepele, namun di tangan seorang *entrepreneur* ia bisa menjadi sesuatu yang *powerful*, dan pada gilirannya mendatangkan keuntungan (*profitable*). Dalam mengelola usaha, dia tidak dibatasi oleh kalkulasi-kalkulasi teknis atau kuantifikasi, melainkan lebih mengandalkan intuisi, penilaian (*judgment*), kebijaksanaan (*wisdom*), pengalaman, dan pemahaman (*insight*). Kreativitas mereka tidak dibatasi oleh cara-cara yang ada, melainkan mampu menemukan kombinasi-kombinasi baru yang menguntungkan, yang boleh jadi tidak dilihat orang sebelumnya. Dari penjelasan ini, kita bisa mengatakan bahwa akan sangat terbatas sumbangan ilmu administrasi bisnis bila ia terpaku pada aspek teknis dan pengelolaan operasional dan manajemen keseharian organisasi. Justru pada domain jiwa kepemimpinan dan kewirausahaan inilah ilmu ekonomi dan manajemen tidak banyak berbicara (Mintzberg, *et.al.*, 1998: 125), karena sudah melekat pada aspek-aspek operasional yang cukup rumit dalam dunia bisnis. Pada sisi ini, ilmu administrasi bisnis seharusnya bisa masuk dan memberikan kontribusinya.

Termasuk di sini barangkali salah-paham yang kerap terjadi ketika orang mendengar kata "wiraswasta" atau "wirausahawan", dan membayangkan sosok seorang pengusaha kecil yang bergelut dengan kegiatan-kegiatan bisnis berskala minimal, katakanlah UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Pandangan ini tidak seratus persen salah, tapi dapat menyesatkan. Pada intinya, kewiraswastaan atau *entrepreneurship* bukan masalah besar atau kecilnya usaha, melainkan pada karakteristik khusus yang menandai cirinya sebagai tipikal seorang pebisnis yang memiliki jiwa kepeloporan, kepemimpinan, dan daya kreatif. Artinya, jika ia seorang wirausahawan sejati maka pada suatu ketika bisnis yang ia kembangkan tentunya akan meningkat atau menanjak, dan tidak menutup kemungkinan mencapai skala besar. Bill Gates barangkali salah satu sosok wirausahawan kontemporer yang saat ini paling dikenal, karena terhitung telah menjadi orang terkaya di dunia (konon dia memulai bisnisnya dari ruang garasi). Tekad dan kegigihan seorang pemimpin bisnis inilah yang seharusnya menjadi ranah administrasi bisnis. Apakah seorang lulusan administrasi bisnis harus memulai usahanya sendiri atau masuk ke dalam organisasi bisnis yang sudah mapan sebagai pengelola, rasanya bukan pertanyaan yang relevan lagi untuk dibahas. Satu hal yang pasti, dia harus menanamkan karakteristik ini sepanjang masa pendidikannya sebagai seorang yang mendalami ilmu administrasi bisnis. Tentu saja, semua ini harus dibaca dalam konteks studi atau kajian akademis, bukan biografi atau sekedar cerita suka-duka seorang bisnismen mengembangkan usahanya. Jadi, titik-beratnya adalah kepada pendalaman mengenai hakekat kewirausahaan itu sendiri. Ini penting, karena tidak semua mereka yang belajar ilmu administrasi bisnis akan menjadi 'wirausahawan murni'. Ini sekedar untuk menekankan domain keilmuan administrasi bisnis, yakni menekankan pada posisi administrasi sebagai penentu atau *leader* dalam organisasi, yang dewasa ini ditekankan kepada spirit *entrepreneurship* seperti

keaktivitas, inovasi, keberanian mengambil resiko, dan kemampuan penilaian (*judgement*) dan aspek kebijaksanaan (*wisdom*).

6. Alternatif Disain Pendidikan Bisnis

Secara implisit, melalui rangkaian penjelasan di atas kita telah menekankan suatu strategi tersendiri dalam pendidikan ilmu administrasi. Sekarang kami berusaha lebih jauh menarik konsekuensi pandangan di atas kepada aspek-aspek praktisnya, yaitu produk seperti apa yang seharusnya dihasilkan dari pendidikan administrasi bisnis di perguruan tinggi, dan bagaimana cara menghasilkannya? Uraian di atas secara jelas menunjukkan kepada kita suatu implikasi praktis, bahwa cara pengkhususan atau konsentrasi ilmu di jurusan administrasi bisnis selama ini barangkali sudah keliru. Setidak-tidaknya bisa dikatakan, sudah tidak seuai lagi dengan tuntutan zamannya.

Selama ini administrasi bisnis biasanya membagi konsentrasi penjurusan berdasarkan pengkhususan ala manajemen, yakni berdasarkan fungsi-fungsi. Di dalam penyusunan kurikulum biasanya kita memasukkan konsentrasi-konsentrasi seperti bidang pemasaran, bidang keuangan, bidang SDM, bidang produksi, dan seterusnya. Cara fikir *managerial framework thinking* ini menekankan spesialisasi atau konsentrasi yang bersifat fungsional, dan jika dilihat dari sisi ilmu manajemen tentu tidak keliru. Bagaimana pun ilmu manajemen adalah menekankan kepada pelaksanaan detail-detail kebijakan dan strategi bisnis, bersifat *inward-looking*, menekankan kepada efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Namun ketika diterapkan untuk kurikulum administrasi bisnis, cara seperti ini kelihatannya tidak tepat lagi. Khususnya bila kita meninjau dari perkembangan keilmuan dan cara menempatkan domain ilmu administrasi itu sendiri. Kedua aspek perubahan ini, sebagaimana dipaparkan di atas, telah mengubah makna organisasi itu sendiri, dan secara tidak langsung menuntut perubahan pola-pola penugasan dan pembagian tanggung-jawab dalam organisasi. Pada gilirannya ini menuntut pula cara mengemas kurikulum yang berbeda pula dalam pendidikan administrasi bisnis.

Oleh karena itu, dapat diusulkan di sini suatu disain pendidikan administrasi bisnis untuk level S-1 berdasarkan kepada perubahan pola pembedangan atau konsentrasi keilmuan, yakni sebagai berikut:

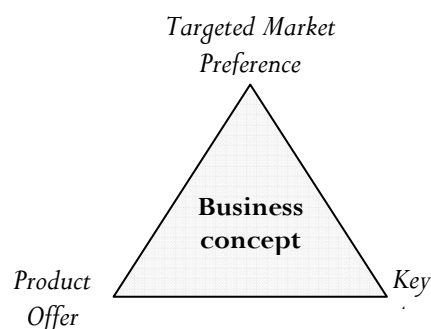
- *Pembagian bidang berdasarkan lingkungan bisnis.* Mengingat karakteristik lingkungan berbeda-beda untuk masing-masing tipe bisnis, maka perlu ditekankan pembedangan yang relevan dengan kondisi tersebut. Jika kita mengharapkan mahasiswa administrasi bisnis untuk mengembangkan suatu *framework* yang bersifat *outward-looking*, maka cara pembagian fungsional tidak konsisten dengan tujuan tersebut. Justru karena itu, seyogyanya dipilah suatu pembedangan berdasarkan tipe-tipe bisnis itu sendiri. Di sini kami mengusulkan pembagian seperti misalnya: bisnis jasa keuangan dan perbankan, bisnis pariwisata dan perhotelan, bisnis retail, bisnis properti, bisnis jasa layanan kesehatan, dan seterusnya. Ini tentu akan lebih relevan dan konsisten dengan maksud dan tujuan dari pendidikan bisnis administrasi itu sendiri.
- *Fokus atau karakteristik kajian yang berbeda.* Sejalan dengan cara penyusunan baru konsentrasi pendidikan administrasi bisnis, maka fokus kajian keilmuannya juga perlu disesuaikan. Dalam hal ini, tentu saja administrasi bisnis perlu menekankan kepada kajian-kajian yang bersifat *art, policy, upper-level, strategy, value, qualitative,*

human, reflective, dan generalism, sebagai lawan dari pola pendidikan manajemen yang bersifat *science, execution, facts, lower-level, tactics, quantitative, material, active*, dan *specialism*.

Bagaimana dengan pelaksanaan atau implementasinya? Sedikit di sini kita bisa meminjam konsep dasar dalam manajemen strategik, yakni konsep bisnis (*business concept*). Artinya, membangun suatu konsep bisnis adalah gabungan dari produk (*product offer*) dan aktivitas-aktivitas (*key activities*), sebagaimana dikatakan Sanchez dan Heene (2004: 67).

Pilihan pasar yang dituju (*target market preference*) dari permasalahan yang kita bahas di atas, tentunya adalah mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi pelaksana yang memahami pengelolaan bisnis dan konsep kewirausahaan secara mendalam. Atau dengan kata lain, menekankan kepada mahasiswa untuk mengenal dan menghayati suatu mentalitas yang berbeda dari sebelumnya, yaitu mentalitas *entrepreneurship* versus mentalitas manajerial. Untuk mencapai hal itu, produk yang harus disediakan atau ditawarkan oleh administrasi bisnis, tentunya adalah suatu basis keilmuan yang mendukung pengelolaan dan kepemimpinan dalam organisasi bisnis secara *entrepreneurial*. Adapun aktivitas-aktivitasnya, adalah semua rangkaian pendidikan yang memungkinkan seorang mahasiswa (terutama mereka yang berminat dan berbakat mengembangkan bisnis) untuk menyerap pengetahuan, *skill*, dan keterampilan mengelola bisnis dilihat dari suatu sudut pandang *entrepreneurship*.

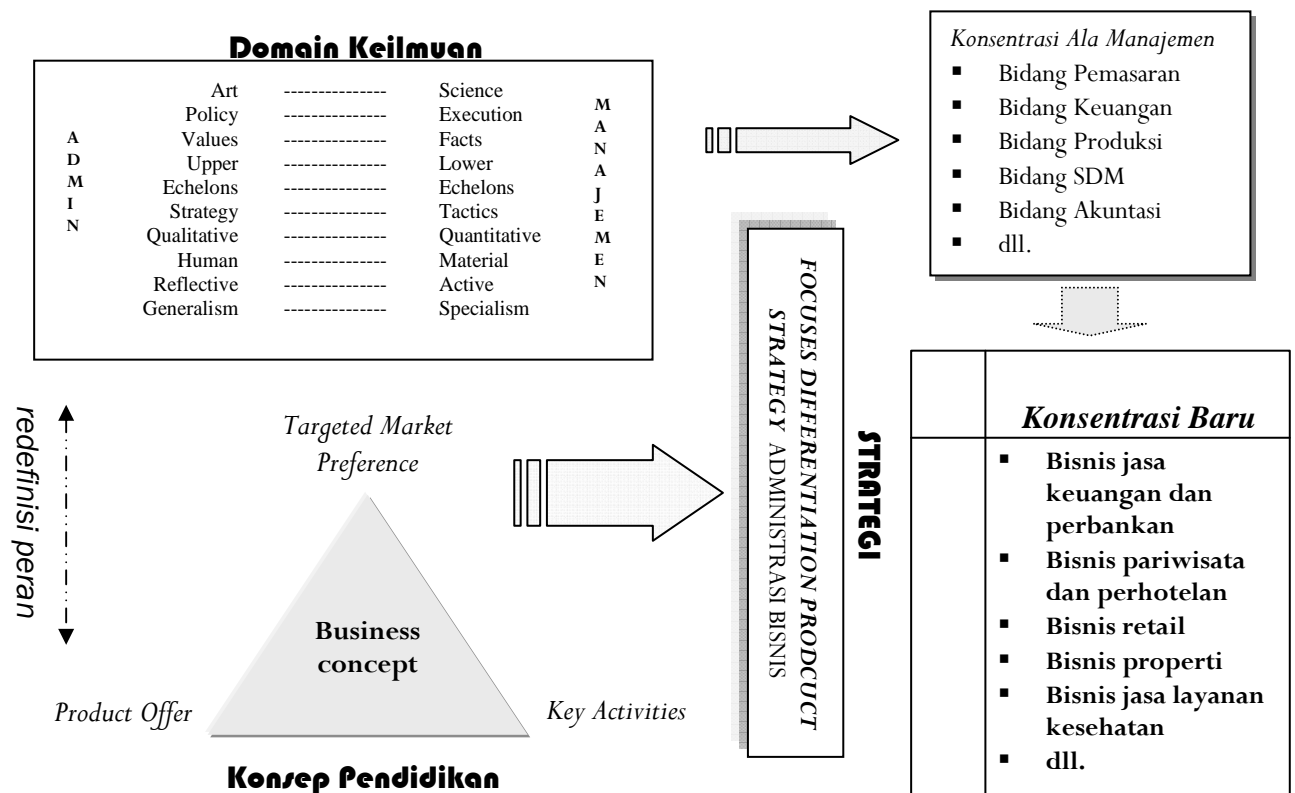
Gambar 2. Model Konsep Bisnis



Sumber: Ron Sanchez dan Aimee Heene, (2004) *The New Strategic Management: Organization, Competition, and Competence*, New York: John Wiley & Sons, hal 67.

Dengan cara ini, secara tidak langsung kita telah mengarah kepada *focus differentiation product strategy*, yakni bagaimana menghasilkan suatu produk pendidikan yang berbeda daripada apa yang bisa disediakan melalui ilmu manajemen. Selengkapny proses ini dapat diterjemahkan seperti pada Gambar 3. Ini merupakan suatu gambaran bagaimana pendidikan ilmu administrasi di perguruan tinggi dapat menjawab tantangan perubahan zaman, dan masih belum terpenuhinya kebutuhan wirausahawan yang berbasis akademis di masyarakat.

Gambar 3. Reposisi Strategi Pendidikan Administrasi Bisnis



Kita tidak menuntut semua mahasiswa yang mengambil administrasi bisnis agar kelak menjadi wirausahawan dalam arti membangun bisnis sendiri. Artinya, mereka dimungkinkan juga untuk menempati posisi pelaksana operasional atau manajer level menengah-bawah dalam organisasi bisnis. Untuk itu materi pendidikannya diperluas, yaitu bagaimana mengelola tugas-tugas dan tanggung-jawab pekerjaan secara produktif, inovatif, dan memicu pertumbuhan pada level unit. Artinya mentalitas wirausahawan yang agresif perlu diperkenalkan sejak awal, sebagai basis keilmuan sekaligus pembeda dari sudut-pandang ilmu manajemen.

Perumusan melalui desain pendidikan administrasi bisnis yang mengacu kepada strategi 'diferensiasi produk' semacam ini, tentunya bukan suatu upaya chauvinistik untuk sekedar memberikan tampilan yang berbeda antara administrasi bisnis dan manajemen. Kebutuhan administrasi pada level pelaksana dan kebutuhan seorang calon wirausahawan adalah pengetahuan, *skill*, keterampilan, dan kemampuan kepemimpinan bisnis yang handal. Itu semua perlu dikaji melalui kacamata ilmu administrasi yang telah kita redefiniskan pada domain keilmuan berdasarkan konsep Hodgkinson di atas. Inilah yang merupakan suatu tantangan tersendiri bagi para penyelenggara pendidikan bisnis di perguruan tinggi, apakah produk yang dihasilkan akan menjawab terhadap kebutuhan-kebutuhan paling krusial di masyarakat. Sekali lagi, kita tidak mengatakan bahwa kewirausahaan adalah satu-satunya tema sentral dalam ilmu administrasi. Namun tanpa pilihan-pilihan strategi yang jelas, bagaimana kita dapat mengukur atau mengevaluasi pencapaian tujuan-tujuan pendidikan itu sendiri?

Di sisi lain, tentu sangat besar harapan kita bahwa desain dan metode pendidikan bisnis yang telah dimodifikasi ini akan mendorong pula lahirnya lebih banyak lagi wirausahawan-wirausahawan melalui perguruan tinggi. Di luar dari strategi diferensiasi produk tersebut, tentu saja masih banyak hal-hal yang harus ditambahkan sebelum suatu lembaga pendidikan mampu mencetak para wirausahawan yang handal. Secara eksternal, misalnya, perlu dilakukan sinergi atau *link-and-match* dengan dunia usaha, pemerintah, dan komunitas masyarakat. Secara internal akan dibutuhkan suatu pengembangan fasilitas atau laboratorium bisnis, untuk melatih para mahasiswa secara langsung mengaplikasikan gagasan-gagasan bisnis menjadi suatu bentuk usaha yang spesifik. Artinya, sejak awal harus sudah dibina suatu kerangka kerja yang mengaitkan antara "teori" dan "praktek". Tidak mungkin kita mengharapkan lahirnya calon-calon wirausahawan hanya dari membaca dan mempelajari teori-teori bisnis dan kewirausahaan. Tentu perlu media latihan yang riil, sehingga kemampuan mereka selepas dari pendidikan di perguruan tinggi bukan hanya pada level teori, melainkan sedikit-banyak telah terbiasa pula dengan praktek-praktek riil dalam dunia bisnis. Disain kurikulum yang berkonsentrasi pada bidang bisnis, sebagaimana dijelaskan di atas, tentunya diharapkan lebih mendekatkan mahasiswa administrasi bisnis kepada pemahaman bisnis pada level praktek tersebut.

7. Penutup

Alternatif yang kami usulkan di atas, barangkali masih jauh dari sempurna. Secara konsep mungkin perlu 'penghalusan-penghalusan' sedemikian rupa agar *applicable* untuk berbagai kategori pendidikan bisnis yang berkembang di perguruan tinggi saat ini. Namun, keharusan untuk menarik semacam 'garis demarkasi' yang lebih tegas antara manajemen dan administrasi bisnis agaknya merupakan fenomena yang sulit untuk kita hindari dewasa ini.

Bagi kita relevansinya adalah sangat jelas sekali. Boleh jadi persoalannya adalah pada tataran konseptual tentang domain keilmuan sebagaimana diuraikan di atas. Jika perbedaan domain antara ilmu administrasi dan manajemen tidak diletakkan pada proporsi secara tepat, maka tidak salah kalau konsep-konsep atau gagasan yang kita kembangkan juga akan ikut terbawa keliru. Ini adalah semacam otokritik bagi kita bersama, yakni orang-orang yang bergerak di lapangan keilmuan administrasi, khususnya ilmu administrasi bisnis. Dengan perangkat-perangkat keilmuan yang tidak dikembangkan menurut proporsi yang sesuai dengan domainnya, sulit diharapkan suatu kemajuan ilmiah dalam teori dan aplikasi-aplikasi praktis dari ilmu administrasi bisnis itu sendiri. Pada gilirannya, kebutuhan masyarakat akan wawasan keilmuan yang dibutuhkan untuk mendukung dunia bisnis juga tidak terpenuhi dengan baik, khususnya mencetak wirausahawan-wirausahawan baru melalui perguruan tinggi.

Hal ini sekedar untuk menggaris-bawahi, bahwa mereka yang menekuni ilmu administrasi tidak boleh hanya terbenam pada aspek-aspek teknis dari manajemen pengelolaan organisasi bisnis. Harus ada wawasan yang lebih luas, dan mampu menempatkan konsep-konsep manajerial ke dalam konteks yang lebih luas, yakni penyusunan strategi dan perumusan kebijakan organisasi. Dan di balik itu semua, tentunya adalah pemahaman terhadap hakekat jiwa kewirausahaan atau *entrepreneurship* itu sendiri, sebagai suatu tipikal kepemimpinan khusus dalam dunia bisnis.

Gagasan di atas sekedar hendak menekankan adanya suatu relevansi yang kuat, antara perumusan domain suatu bidang keilmuan dengan aplikasi pendidikan dalam

bidang ilmu itu sendiri. Dengan sendirinya, hal ini menuntut suatu fokus yang dirumuskan dengan jelas, agar para staf pengajar dan di pihak mahasiswa sendiri ada pemahaman yang sama kemana arah pendidikan itu akan dibawa. Harapannya tentu saja, kendati tidak semua mahasiswa tersebut berminat dan kelak mampu melahirkan bisnis-bisnis kewirausahaan baru di masyarakat, minimal pada level pemahaman keilmuan dan praktek mereka menguasainya. Artinya, dimana pun mereka akan menempatkan diri selepas dari perguruan tinggi, semangat atau jiwa kewirasusahaan sudah menjadi salah satu bagian inheren dalam pola pikir mereka.

Ilmu administrasi dapat mengambil peran yang lebih besar dalam pembangunan bangsa, salah satunya adalah melalui pendidikan bisnis dan kewirausahaan. Melalui pendekatan ilmiah dan kajian-kajian yang dikembangkan sejalan dengan domain keilmuannya, maka dorongan untuk mengembangkan semangat kewirausahaan di masyarakat akan mendapat fondasi akademis yang lebih kuat. Kajian-kajian yang bersifat *art, policy, upper-level, strategy, value, qualitative, human, reflective*, dan *generalism* adalah domain yang perlu lebih dieksplorasi oleh ilmu administrasi. Sementara kajian-kajian yang bersifat *science, execution, facts, lower-level, tactics, quantitative, material, active*, dan *specialism* dapat diserahkan kepada ilmu manajemen untuk lebih banyak membahasnya.

Ini sesuai dengan karakteristik seorang wirausahawan, dimana dalam mengelola usaha, dia tidak dibatasi oleh kalkulasi-kalkulasi teknis atau kuantifikasi, melainkan lebih mengandalkan intuisi, penilaian (*judgment*), kebijaksanaan (*wisdom*), pengalaman, dan pemahaman (*insight*). Selain itu, kreativitas mereka tidak dibatasi oleh cara-cara yang ada, melainkan selalu mencari kombinasi-kombinasi baru yang menguntungkan, yang boleh jadi tidak atau belum dilihat orang lain. Di sini domain atau wilayah kajian administrasi bisnis kebetulan lebih banyak berhimpit dengan karakteristik-karakteristik tersebut, ketimbang manajemen. Oleh karena itu, dalam upaya pengembangan semangat kewirausahaan saat ini, barangkali ilmu administrasi harus mengambil peran yang lebih dominan. Lebih jauh, upaya seperti ini tampaknya menuntut pula suatu pendefinisian-ulang terhadap pemahaman masyarakat tentang arti "wiraswasta" atau "wirausaha" itu sendiri, yang kelihatannya agak salah kaprah. Tanpa upaya-upaya sosialisasi dan kajian akademis yang tepat, maka sulit diharapkan kita dapat membangun dan menumbuhkan lapisan baru *entrepreneurship* dari lingkungan perguruan tinggi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, C.I. (1938), *The Functions of Executives*, Cambridge: Harvad Univ. Press.
- Bennis, W. (1989), *On Becoming a Leader*, Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Bartlett, C., Ghosal, S., dan Beamish, P. (2008), *Transnational Management: Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management*, 5th ed, New York: McGraw-Hill
- Dunsire, A (1973), *Administration: The Word and the Science*, Oxford: Martin Robertson.
- Gerloff, E.A. (1985), *Organizational Theory and Design*, McGraw-Hill: New York.
- Hatch, M.J. (1997), *Organization Theory and Theorizing: Modern, Symbolic-Interpretive and Postmodern Perspective*, Oxford: Oxford Univ. Press.
- Hodgkinson, C (1978), *Toward a Philosophy of Administration*, Oxford: Basil Blackwell.
- Kompas*, 12 November 2008.
- Mintzberg, H. (1973), *The Nature of Managerial Work*, New York: Harper & Row.

- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. dan Lampel, J (1998), *Strategy Safari: A Guided Tour Through Wilds of Strategic Management*, New York: The Three Press.
- Nanus, B. (1992), *Visionary Leadership*, San Fransisco, Calif: Jossey-Bass.
- Sanchez, R., dan Heene, A. (2004) *The New Strategic Management: Organization, Competition, and Competence*, New York: John Wiley & Sons.
- Simon, H.A. (1957), *Models of Man*, New York: Jhon Wiley.