



HAL
open science

Pendekatan Teori Kritis dalam Studi Bisnis dan Ekonomi

Nuryadi Wijiharjono

► **To cite this version:**

| Nuryadi Wijiharjono. Pendekatan Teori Kritis dalam Studi Bisnis dan Ekonomi. 2021. <hal-03665766>

HAL Id: hal-03665766

<https://hal.science/hal-03665766v1>

Preprint submitted on 12 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons CC BY 4.0 - Attribution - International License

Pendekatan Teori Kritis dalam Studi Bisnis dan Ekonomi

Nuryadi WIJIHARJONO

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA)

Email: nuryadiwijiharjono@yahoo.com

Abstract

Why have Economics and the Nobel Prize in Economics winners not succeeded eradicating poverty and social injustice? The paper aims to examine the relationship between ethics and economic interests. Starting from the collective views of the members of the Frankfurt School in Germany, Critical Theory has now developed in various disciplines. Several studies in the institutional economics, international political economy, multicultural management, and in marketing have also used Critical Theory to explain the social context. This paper is based on literature and contributes to an increased understanding of Critical Theory in business and economics, particularly to disclose methodical justification of the interests of *homo oeconomicus*.

Keywords: critical theory, positivism, non-mainstream approach, business and economics.

Abstrak

Tujuan tulisan ini adalah mengkaji pertautan antara keharusan etik dengan kepentingan ekonomi dan bisnis. Beberapa penelitian di bidang ekonomi kelembagaan dan di bidang pemasaran juga telah menggunakan pendekatan Teori Kritis untuk menjelaskan konteks sosial yang terjadi. Pendekatan positivist yang cenderung hanya menyajikan angka-angka dan permodelan ekonometrika, dipandang tidak lagi memadai dalam menjelaskan kompleksitas fenomena bisnis dan ekonomi dewasa ini. Berkembangnya pendekatan *ethnomarketing*, manajemen multikultural, ekonomi kelembagaan, dan multidisiplin yang semakin diminati adalah indikasi nyata semakin tumpulnya pendekatan kuantitatif dalam mengungkap perilaku ekonomi dan bisnis. Berdasarkan kajian literatur, paper ini berkontribusi pada peningkatan pemahaman terhadap pendekatan non-mainstream, khususnya pendekatan Teori Kritis.

Kata Kunci: teori kritis; positivisme; pendekatan non-mainstream; bisnis dan ekonomi.

Pengantar

“Sekarang ini martabat negara, tampak telah sunyi sepi, sebab rusak pelaksanaan peraturannya, karena tanpa teladan, orang meninggalkan kesopanan, para intelektual dan para ahli terbawa, hanya ikut arus dalam jaman bimbang, bagaikan kehilangan tanda-tanda kehidupannya, kesengsaraan dunia karena tergenang berbagai halangan.”
(Ranggawarsito, 1802-1874).¹

Mengapa Ilmu Ekonomi dan para pemenang Nobel Ekonomi tidak kunjung berhasil memberantas kemiskinan dan ketidakadilan sosial? Apakah hanya pendekatan positivisme (*mainstream*) yang paling tepat untuk melakukan penelitian bisnis dan ekonomi? Tulisan Ranggawarsito di atas sepiintas lalu tidak ada relevansinya dengan pertanyaan ini. Apalagi secara subjektif hanya merupakan pembuka inspirasi bagi penulis. Tetapi bila kita cermati, kesaksian pujangga dari Surakarta tersebut merupakan kritik terhadap kaum intelektual yang hanya peduli pada rasionalitas instrumental, sebagaimana dikemukakan oleh Habermas satu abad kemudian. Rasionalitas instrumental merupakan predikat yang diberikan oleh Habermas terhadap pendekatan positivisme.²

Berbicara tentang manajemen berarti berbicara mengenai hubungan antar individu. Bagaimana pandangan seorang ahli manajemen tentang individu akan mempengaruhi basis Ilmu Manajemen yang dibangunnya. Misalnya, apakah ilmu yang dikembangkannya akan dibangun di atas dasar humanisme-religius atau akan dibangun di atas dasar materialisme-sekelur. Dalam Ilmu Manajemen yang berkembang saat ini, termasuk di Indonesia, individu hanya dipandang sebagai faktor produksi belaka, tidak lebih. Akibatnya, berbagai masalah muncul karena setiap individu hanya disamakan

¹ Terjemahan Karkono Partokusumo, *Zaman Edan: Pembahasan serat Kalatidha Ranggawarsita* (Yogyakarta: Proyek Javanologi, 1983). Dimuat kembali dalam Kuntowijoyo. 1987. *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana, hlm. 9.

² Lihat, Andreas Georg Scherer. 2008. *Critical Theory and its Contribution to Critical Management Studies*, IOU/Institute of Organization and Administrative Science, University of Zurich. Lihat pula, Mats Alvesson, Hugh Willmott and Todd Bridgman (eds). 2009. *Handbook of Critical Management Studies*. Oxford: Oxford University Press.

dengan mesin, sebuah instrumen produksi. Herbert Marcuse, salah seorang ahli filsafat Barat, pernah mengingatkan bahwa manusia bukanlah makhluk berdimensi tunggal.

Dalam rangka mengajukan argumentasi filosofis untuk menjawab pertanyaan di atas, penulis tertarik untuk mendasarkan pada pemikiran Sekolah Frankfurt di Jerman dengan Teori Kritis-nya (*critical theory*). Ada tiga sebab mengapa penulis tertarik dengan pendekatan Teori Kritis. *Pertama*, Teori Kritis menawarkan analisis sosial secara radikal sehingga mampu mengungkapkan keterkaitan ilmu pengetahuan dengan kepentingan. *Kedua*, Teori Kritis menawarkan metode partisipatoris sehingga tidak ada distingsi antara subjek-objek. *Ketiga*, Teori Kritis tidak berhenti pada refleksi pemikiran tetapi memiliki agenda aksi untuk emansipasi.

Oleh karena itu sistematika tulisan ini adalah: pertama-tama penulis akan menjelaskan pokok pemikiran dan metode yang digunakan dalam Teori Kritis. Kemudian, yang kedua, mengemukakan bagaimana pendekatan Teori Kritis telah digunakan dalam penelitian ekonomi dan bisnis. Selanjutnya, yang ketiga, menengahkan implikasi Teori Kritis terhadap penelitian ekonomi dan bisnis. Terakhir, yang keempat, menarik kesimpulan berdasarkan pembahasan sebelumnya.

Pokok pemikiran dan metode Teori Kritis

Teori Kritis berisi tiga elemen yang saling berhubungan, yaitu: (1) basis ideologi; (2) mempertanyaan metodologi positivist; dan (3) refleksi basis representasi. Teori Kritis menolak klaim ilmiah yang telah lepas dari konteks sosial-kemanusiaan.³ Adapun pokok pemikiran Teori Kritis adalah: *Pertama*, kritik dialektik yang mencerahkan. Teori Kritis, terutama oleh Horkheimer dan Adorno, ditujukan pada pendekatan positivist yang berfokus pada rasio instrumental. Hasil ilmu pengetahuan, menurut Teori Kritis, hanya melayani kepentingan elit kekuasaan daripada membantu pembebasan atau emansipasi terhadap mereka yang tertindas secara sosial. *Kedua*, dimensi tunggal dan konsumerisme. Dalam masyarakat kapitalis lanjut, menurut Marcuse, individu secara sosial menjadi

³ Dawn Burton. 2001. Critical marketing theory: the blueprint? *European Journal of Marketing* 35 (5/6): 722-743.

konsumen yang tidak reflektif dan tidak berkemampuan mencari alternatif imajinatif. Akibatnya individu menjadi asing atau teralienasi secara sosial dan jatuh menjadi manusia berdimensi tunggal.

Ketiga, kritik terhadap teknokrasi. Karena ilmu pengetahuan mengklaim dirinya bebas nilai, maka pendekatannya adalah teknis dan anti kemanusiaan. Teori Kritis, mengikuti Adorno dan Habermas, menolak metode ilmiah semacam ini karena hanya mendukung kemapanan dan mengabaikan perubahan. *Keempat*, empati pada tindakan komunikatif. Teori Kritis, terutama di tangan Habermas, diarahkan untuk mengubah aturan dan kelembagaan yang telah menguasai cara komunikasi yang menyebabkan masyarakat termarginalisasi.⁴

Untuk menganalisis fenomena sosial metode yang digunakan oleh Teori Kritis, menurut Habermas, adalah dengan mendasarkan pada pemahaman penafsiran (*interpretive understanding*) di balik kemapanan nilai dan klaim norma. Dalam praktik penelitian, paradigma semacam ini berkaitan dengan kepentingan pembebasan (*emancipatory*) dari dominasi dan marginalisasi untuk perubahan sosial. Berbeda dengan pendekatan positivist di mana terdapat distingsi antara subjek dan objek, dalam Teori Kritis justru mengharuskan seorang peneliti untuk terlibat (*participatory research*) dalam diskursus rasional.⁵

Itulah mengapa pandangan post-positivist seperti Teori Kritis menjadi penting karena mampu mengungkap kelemahan dari pendekatan positivist yang sarat dengan kepentingan atas nama ilmu. Contoh nyata dalam dunia ekonomi dan bisnis adalah penyajian data tanpa makna. Pandangan positivist tidak mampu mengungkap makna di balik angka dan data statistik. Pendekatan positivist telah melupakan konteks penemuan dan hanya peduli pada konteks penjelasan atau pembenaran melalui logika dan asumsi.

⁴ Andreas Georg Scherer. 2008. *Critical Theory and its Contribution to Critical Management Studies*, IOU/Institute of Organization and Administrative Science, University of Zurich.

Lihat pula, Mats Alvesson, Hugh Willmott and Todd Bridgman (eds). 2009. *Handbook of Critical Management Studies*. Oxford: Oxford University Press.

⁵ *Ibid.*

Padahal perkembangan ilmu tidak dapat dilepaskan dari *context of discovery* dan *context of justification*. Klaim kebenaran ilmu, sebagaimana dikemukakan oleh Hoyningen-Huene (2006), membutuhkan justifikasi untuk bagaimana penemuan ilmu tersebut dapat ditampilkan. Konteks penemuan ilmuwan yang satu dengan yang lainnya tidak selalu sama bahkan seringkali berbeda. Apa yang diklaim oleh paham positivist atau *mainstream* sebagai ilmiah hanyalah konteks justifikasi. Pendekatan non-mainstream justru ingin menggugat klaim semasam itu.⁶

Pendekatan Teori Kritis dalam kasus bisnis dan ekonomi

Teori Kritis, seperti telah dijelaskan di muka, bermula dari pandangan kolektif anggota Sekolah Frankfurt di Jerman, terutama Horkheimer, Adorno, Marcuse, dan Habermas (Ogbor, 2001).⁷ Teori Kritis kini telah berkembang di berbagai disiplin ilmu, termasuk dalam ekonomi dan bisnis. Beberapa penelitian di bidang ekonomi kelembagaan dan di bidang pemasaran juga telah menggunakan pendekatan Teori Kritis untuk menjelaskan konteks sosial yang terjadi. Pendekatan positivist yang cenderung hanya menyajikan angka-angka dan permodelan ekonometrika, dipandang tidak lagi memadai dalam menjelaskan konteks pemasaran dewasa ini yang semakin kompleks dan mengglobal.

Dalam bidang ekonomi, pengkritik pendekatan *mainstream* yang paling menonjol saat ini adalah dua orang ekonom pemenang Nobel, yakni Amartya Sen (1998) dan Joseph Stiglitz (2001). Meskipun Sen ahli ekonometrik, tetapi dalam salah satu karya terbaiknya yang mengantarkannya menjadi pemenang Nobel di bidang ekonomi, justru berasal dari penelitian kualitatifnya: di mana pengetahuan ekonomi bukanlah asumsi, tidak ada matematika, tidak ada pendekatan tunggal. Ekonomi lebih merupakan kompleksitas pemikiran filosofis. Sen melakukan penelitian tentang kemiskinan di India.

⁶ Lihat, Paul Hoyningen-Huene. 2006. "Context of Discovery Versus Context of Justification", dalam J. Schickore and F. Steinle (eds.), *Revisiting Discovery and Justification*. Netherlands: Springer. 119–131.

⁷ John O. Ogbor. 2001. Critical theory and the hegemony of corporate culture, *Jurnal of Organizational Change Management* 14 (6): 590-808.

Kesimpulan Sen adalah bahwa pembangunan ekonomi seharusnya dapat membebaskan rakyat dari kemiskinan. Untuk itu, kata kuncinya adalah kebebasan.⁸

Sedangkan Stiglitz mengkritik terhadap penyeragaman kebijakan ekonomi di dunia ketiga. Menurut Stiglitz, kebijakan ekonomi yang dibuat oleh lembaga-lembaga internasional, tidak sedikit pun mempertimbangkan konteks sosial-budaya masing-masing negara. Kritik Stiglitz berakar pada teori ekonomi modern yang hanya melayani dan menjustifikasi *Washington Consensus*.⁹ Implikasi dari kebijakan ekonomi yang didasarkan pada Konsensus Washington hanya menghasilkan kemiskinan dan krisis ekonomi yang berkepanjangan. Stiglitz mengkritik permainan perdagangan internasional oleh WTO, lonjakan hutang luar negeri atas rekomendasi IMF, dan pembangunan ekonomi oleh World Bank. Pendeknya, Stiglitz menuntut keadilan ekonomi bagi negara-negara di dunia ketiga yang kalah dalam permainan ekonomi global.¹⁰

Dalam bidang pemasaran, strategi pemasaran global misalnya, memerlukan pemahaman kultur dan keterkaitannya dengan kekuasaan. Dalam konteks semacam inilah Teori Kritis menjadi penting karena mampu menjelaskan konteks pemasaran. Menurut Burton (2001), perkembangan dalam penelitian pemasaran saat ini sudah beranjak dari pendekatan positivist ke pendekatan *critical review* yang lebih mendalam dan lebih luas, yang merupakan paradigma baru dalam riset dan pendidikan.¹¹

Pendekatan *non-mainstream* dengan analisis naratif juga dilakukan dalam penelitian periklanan, perilaku konsumen, brand, komunikasi, dan organisasi. Analisis naratif ternyata mampu mengungkapkan pengalaman konsumen secara lebih mendalam

⁸ Lihat, Amartya Sen, 1999. *Development as Freedom*, Oxford: Oxford University Press.

⁹ Harcourt, Geoffrey. 2010. "The crisis in mainstream economics", *real-world economics review* 53 (26 June): 47-51, <http://www.paecon.net/PAEReview/issue53/Harcourt53.pdf> diakses 29/1/2011.

¹⁰ Lihat, Joseph Stiglitz, 2002. *Globalization and Its Discontents*. W.W. Norton & Company. Lihat juga, *Making Globalization Work* (Penguin Books, August 2006).

¹¹ Dawn Burton. 2001. Critical marketing theory: the blueprint? *European Journal of Marketing* 35 (5/6): 722-743.

(Chris, 2007).¹² Penelitian tentang identitas organisasi sebagai *brand* (Ambibola dan Kocak, 2007) juga dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif.¹³ Pendeknya, menurut Hunt (1991), meskipun dalam penelitian konsumen didominasi oleh pendekatan positivisme, tetapi harus diakui bahwa disiplin pemasaran membutuhkan pendekatan alternatif karena realitas pemasaran adalah plural.¹⁴

Dalam penelitian tentang manajemen *stakeholders*, penggunaan pendekatan Teori Kritis ternyata menguntungkan secara intelektual. Masalah-masalah yang tidak dapat dijelaskan secara memadai oleh pendekatan positivist, misalnya masalah tanggung jawab moral terhadap pekerja, lingkungan hidup, atau komunikasi, dapat dijelaskan lebih memadai oleh Teori Kritis.¹⁵ Manajemen bukanlah ilmu yang mengurus tentang perusahaan atau bisnis komersial saja. Dalam kehidupan sosial kemasyarakatan kita, kita pun memerlukan manajemen. Karena pada hakekatnya setiap individu adalah seorang manager, bahkan seorang pemimpin atau leader (*individuals as a leader*). Pendeknya, manajemen diperlukan di hampir setiap bidang kehidupan, termasuk kehidupan kita dalam berbangsa, bermasyarakat, dan bernegara. Bahkan, lembaga keagamaan pun memerlukan manajemen. Oleh karena itu, jika Ilmu Manajemen dikembangkan hanya untuk mengurus perusahaan, maka tamat sudah riwayat ilmu tersebut.

Secara etika (filsafat moral), menempatkan individu sebagai makhluk bebas mengandaikan bahwa manusia adalah makhluk yang bertanggung jawan. Sebab, tanpa kebebasan tidak ada tanggung jawab. Poin ini, meminjam pemikiran Muthahhari, disebutnya sebagai bangunan atas. Sedangkan konsekuensi material sebagai hasil dari pelaksanaan nilai-nilai dalam praktik manajemen, merupakan bangunan bawah dalam

¹² Hackley, Chris. 2007. Auto-ethnographic consumerresearch and creative non-fiction Exploring connections and contrastsfrom a literary perspective, *Qualitative Market Research: AnInternational Journal* 10 (1): 98-108.

¹³ Abimbola, Temi dan Akin Kocak. 2007. Brand, organization identity andreputation: SMEs as expressive organizations *Qualitative Market Research: An International Journal* 10 (4): 416-430.

¹⁴ Hunt, Shelby D. 1991. Positivism and paradigm dominance in consumer research: Toward critical pluralism and Rapprochement, *Journal of Consumer Research* 18 (June): 32-44.

¹⁵ Darryl Reed. 1999. Stakeholder Management Theory: A Critical Theory Perspective, *Business Ethics Quarterly*, 9 (2), 453-483

kehidupan sosial kemasyarakatan.¹⁶ Jadi, bagaimana kita memahami individu dan masyarakat serta relasi keduanya merupakan landasan ontologis kita dalam mengembangkan Ilmu Manajemen.

Muthahhari mengemukakan bahwa suatu masyarakat dapat jatuh-bangun bergantung pada masyarakat itu sendiri. Jika masyarakat berpegang pada nilai-nilai keadilan dan berbuat kebajikan maka masyarakat tersebut akan tetap eksis. Tetapi jika sebuah masyarakat anti keadilan dan berbuat kemungkaran atau keburukan maka masyarakat tersebut akan hancur. Pengetahuan masyarakat berjaln-kelindan dengan kepentingan. Kalkulasi untung-rugi dalam perilaku bisnis maupun ekonomi dapat dicarikan pembenarannya secara metodis. Teori Kritis berkontribusi dalam mengungkap ketidakadilan ekonomi.

Implikasinya bagi pengembangan manajemen adalah bahwa nilai keadilan dan kebaikan harus dijadikan basis moral dan etika sosial dalam manajemen. Telah banyak contoh dalam sejarah bisnis dan ekonomi, berapa banyak perusahaan hancur atau bahkan negara pun hancur karena tidak mengindahkan nilai-nilai keadilan dan kebajikan. Praktik manajemen berbasis etika semacam itulah yang mesti dikembangkan sebagai landasan aksiologis kita.

Ironisnya, yang berkembang dalam masyarakat kita, adalah etika yang disadarkan pada pandangan utilitarian.¹⁷ Artinya, perilaku etis hanya dinilai dari kemanfaatan ekonomi-material bagi sebanyak mungkin orang. Itulah mengapa rakyat dalam etika pembangunan ekonomi sering diabaikan, digusur dan dipinggirkan. Apalagi dalam bisnis, ekonomi rakyat kita telah lama hancur diterjang oleh pedagang ritel kelas dunia. Lambat laun, pada gilirannya, meminjam perspektif Muthahhari, negara dan bangsa juga akan hancur karena masyarakatnya sudah hancur.

¹⁶ Muthhhari, Murtadha, *Society and History*, Tehran: Sepahr Press, 1985.

¹⁷ Lihat, John R. Schermerhorn, Jr., *Manajemen* (terjemahan Purnawa Putranta), Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.

Jadi, masyarakat saja dapat hancur apalagi sebuah perusahaan. Karena itu, Ilmu Manajemen harus dikembangkan berdasarkan nilai yang mengharagai dan memahami fitrah individu dan masyarakat. Pemikiran Muthahhari memberikan sumbangan yang berarti bagi pengembangan manajemen ke arah humanis atau manusiawi semacam itu. Bila pandangan-dunia (*world view*) atau pun paradigma yang digunakan untuk mengembangkan dan mempraktikan manajemen berdasarkan nilai moral sebagai landasan filosofisnya, maka masyarakat secara keseluruhanlah yang akan memperoleh manfaatnya. Bukankah setiap individu sesungguhnya adalah makhluk sosial?

Pendekatan Teori Kritis dalam konteks manajemen perubahan dan budaya perusahaan, sebagaimana dikemukakan oleh Ogbor (2001), akan membawa sedikitnya lima keuntungan ini: *Pertama*, Teori Kritis dapat membantu manager dalam mengarahkan resistensi terhadap perubahan karena mampu membongkar hubungan antara kekuasaan, otoritas, dan legitimasi. *Kedua*, Teori Kritis memudahkan dalam pengujian asumsi palsu yang sering kali melekat pada praktik manajemen. *Ketiga*, Teori Kritis memudahkan kita untuk mempertanyakan aturan organisasi dan tanggung jawab kepada komunitas. *Keempat*, Teori Kritis membantu kita untuk menolak metode yang mendominasi, menjajah yang menyebabkan terbelenggunya kebebasan. *Kelima*, melalui Teori Kritis seorang peneliti akan mampu melampaui asumsi ideologis dan norma yang seringkali merupakan bias sosial.¹⁸

Dalam bidang akuntansi, pendekatan *non-mainstream* telah pula digunakan bahkan dikembangkan. Pemikiran bahwa semua pengetahuan akuntansi hanyalah merupakan hasil kontruksi sosial (Johnson, 1995; Arthur, 1993), munculnya debat akademik bahwa akuntansi merupakan sebuah multi-paradigma atau multi-disiplin (Chua, 1986), penggunaan analisis konten dan analisis naratif (Campbell dan Rahman, 2010; Beck *et al.*, 2010), mengindikasikan adanya perkembangan dalam menggunakan pendekatan non-mainstream di bidang akuntansi.

Implikasinya terhadap penelitian bisnis dan ekonomi

¹⁸ John O. Ogbor, Critical theory and the hegemony of corporate culture, *Jurnal of Organizational Change Management* 14 (6) 2001: 590-808.

Semua disiplin ilmu, menurut Thomas Kuhn, akan mengalami perkembangan dan bahkan hilang digantikan oleh ilmu baru. Kuhn tidak menjelaskan bahwa pendekatan positivist akan tetap bertahan. Tetapi ketika sebuah teori tidak mampu lagi menjelaskan fenomena yang ada, maka timbulah anomali. Jika pada periode anomali ini seorang ilmuwan mampu menemukan metode baru untuk menjelaskan fenomena yang tidak mampu dijelaskan oleh teori yang ada (periode normal), maka munculah revolusi ilmu.¹⁹ Struktur dasar bisnis dan ekonomi adalah semakin meluasnya hak kekayaan intelektual, insentif terhadap sistem manajerial, dan peran akuntansi. Ketiga dasar struktur ekonomi tersebut berevolusi semakin canggih dalam menutupi kepentingan serta ketamakan *homo oeconomicus*. Namun munculnya pandemi Covid-19, perubahan iklim dan kerusakan ekologi menyodorkan kepada kita sekumpulan pertanyaan bukan hanya pada persoalan etika, melainkan terutama pada persoalan eksistensial manusia. Teori Kritis tampil dengan paradigma lama dalam menghadapi tantangan baru.

Kembali pada pertanyaan awal: Apakah hanya pendekatan positivisme (*mainstream*) yang paling tepat untuk melakukan penelitian bisnis dan ekonomi? Karena masalah ekonomi dan bisnis sebagai fenomena sosial adalah kompleks, maka mengandalkan hanya pada satu pendekatan untuk penelitian bidang tersebut tidak akan memadai. Oleh karena itu, membiarkan dikhotomi antara penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif, positivism dan post-positivism, hanya semakin menjauhkan ilmu dari basis ontologi, epistemologi, dan aksiologi. Sehingga ilmu hanya merupakan penjelasan, mengikuti Habermas, rasionalitas instrumental.

Pendekatan apa pun yang dipilih bukan hanya sekedar persoalan metode, melainkan terutama adalah masalah filsafat. Itulah sebabnya mengapa dalam setiap aktivitas penelitian, asumsi ontologis (*ontological assumptions*) dan asumsi epistemologis (*epistemological assumptions*) selalu mendahului pilihan metode yang digunakan (Crotty, 2003). Di situlah tanggung jawab moral sekaligus tanggung jawab

¹⁹ Lihat, *The Structure of Scientific Revolutions* by Thomas S. Kuhn, A Synopsis from the original by Professor Frank Pajares <http://stripe.colorado.edu/~yulsman/paradigms.pdf> diakses 29/1/2011.

Lihat juga, Babette E. Babich. 2003. From Fleck's *Denkstil* to Kuhn's paradigm: conceptual schemes and incommensurability, *International Studies the Philosophy of Science* 17 (1): 75-92.

ilmiah bagi seorang peneliti, kaum intelektual, dan para akademisi terutama mereka yang terlibat dalam pengelolaan perguruan tinggi dan penyelenggaraan pendidikan tinggi, untuk menjaga integritas dan kredibilitas apakah praksis pendidikan yang diselenggarakannya telah memungkinkan ilmu berkembang dan bermanfaat bagi kemanusiaan atau justru sebaliknya, hanya melayani kepentingan *status quo* dan oligarki.

Implikasinya bagi pengembangan ekonomi dan bisnis adalah bahwa nilai keadilan dan kebaikan harus dijadikan basis moral dan etika sosial dalam manajemen. Telah banyak contoh dalam sejarah bisnis dan ekonomi, berapa banyak perusahaan hancur atau bahkan negara pun ikut hancur karena tidak mengindahkan nilai-nilai keadilan dan kebajikan. Belum sampai satu abad negara sebesar Uni Soviet pun dapat runtuh. Beberapa perusahaan yang berumur lebih dari satu abad juga runtuh, sebagaimana kita saksikan di Amerika Serikat beberapa waktu lalu.

Praktik manajemen berbasis etika semacam itulah yang mesti dikembangkan sebagai landasan aksiologis kita. Jadi, memahami relasi antara individu dan masyarakat penting dalam mengembangkan dan mempraktikkan Ilmu Manajemen. Sebab, prinsip sains bebas nilai pantas ditolak kalau dimaksudkan untuk membuat kegiatan sains hanya memperhatikan nilai kognitif saja dan mengabaikan nilai yang lain.²⁰ Amartya Sen misalnya, sebagaimana Bung Hatta, berpandangan bahwa pengetahuan ekonomi bukanlah asumsi. Ekonomi lebih merupakan kompleksitas pemikiran filosofis, dan karenanya secara etik pembangunan ekonomi harus mampu mensejahterakan dan membahagiakan rakyat. Klaim kebenaran positivisme, justru bertentangan dengan metodologi ilmiah yang digunakan positivisme itu sendiri. Karena validitas positivistik harus melalui verifikasi. Dan, itu berarti masih terbuka terhadap kesalahan.

Hegemoni positivisme dalam dunia akademik telah menimbulkan ketimpangan dalam pembangunan. Karena itu masuk akal ketika Persyarikatan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), berinisiatif melibatkan Sekolah Manajemen dan Bisnis di banyak negara melalui program *Principles for*

²⁰J. Sudarminta, *Epistemologi Dasar, Pengantar Filsafat Pengetahuan*, Yogyakarta: Kanisius, 2002, h. 191.

Responsible Management Education (PRME). Partisipan dalam program tersebut, diharapkan lulusnya kelak dapat memahami dan mengamalkan etika pembangunan berkelanjutan. Inisiatif program PRME merupakan pengaruh tidak langsung dari pendekatan Teori Kritis.

Harus diakui bahwa pendekatan positivisme sejauh ini, bahkan dengan menggunakan metode kuantitatif yang canggih sekali pun, baru mengungkapkan sebagian aspek dari banyak aspek bisnis dan ekonomi. Pendekatan positivisme tidak mampu mengungkap pertanyaan, misalnya seperti ini: Mengapa X dan Y memiliki hubungan? Atau, mengapa Q berpengaruh terhadap R? Apa makna dari hubungan dan pengaruh tersebut? Dengan kata lain, persoalan ekonomi dan bisnis tidak dapat disederhanakan hanya membicarakan masalah “pengaruh” dan “hubungan”. Pendekatan *non-mainstream* untuk penelitian bisnis dan ekonomi, dapat mengisi kekurangan yang terdapat pada pendekatan positivisme.

Dalam konteks ini, mereka yang terlibat dalam dunia akademik bukan saja dapat mengambil peran korektif, tetapi terutama turut bertanggung jawab dalam mengembangkan pendekatan *non-mainstream* di bidang ekonomi dan bisnis. Implikasi praktisnya adalah menuntut kesediaan para akademisi untuk mendesain kembali, khususnya terhadap metode pengajaran dan metodologi penelitian.

Oleh karena itu, usaha merintis dan mengembangkan pendekatan *non-mainstream* di dunia akademik, sepantasnya diberikan apresiasi. Salah satu caranya adalah dengan memberikan penilaian yang sama, bahwa keduanya, baik yang *mainstream* maupun yang *non-mainstream*, merupakan bagian dari tradisi akademik yang wajib dikembangkan.

Kesimpulan

Pertama, karena positivisme bukan sekedar metode tetapi juga sebagai madzab filsafat, maka kritik terhadap pendekatan positivisme (*mainstream*) oleh Teori Kritis bukan hanya ditujukan pada metode yang digunakan, melainkan terutama pada basis filsafatnya: ontologi, epistemologi, dan aksiologi. Positivisme, menurut Teori Kritis,

hanya mengembangkan rasionalitas instrumental. Positivisme telah menjauhkan ilmu dari sejarahnya dan konteksnya. **Kedua**, metode yang digunakan oleh *non-mainstream*, terutama Teori Kritis, adalah dengan mendasarkan pada pemahaman penafsiran (*interpretive understanding*) di balik kemapanan nilai dan klaim norma. Dalam praktik penelitian, metode semacam ini berkaitan dengan kepentingan pembebasan (*emancipatory*) untuk transformasi sosial. Oleh karena itu, berbeda dengan pendekatan positivist di mana terdapat distingsi antara subjek dan objek, dalam pendekatan *non-mainstream* justru menuntut ketertlibatan seorang peneliti (*participatory research*).

Ketiga, pendekatan *non-mainstream*, terutama Teori Kritis, telah memengaruhi dan menghasilkan pelbagai penelitian di bidang ekonomi dan bisnis. Bahkan dalam perkembangannya, mengindikasikan adanya kecanggihan metodologi dalam menafsirkan masalah-masalah ekonomi dan bisnis sebagai fenomena sosial. Misalnya telah digunakannya analisis konten, analisis narasi, hermeneutika, post-moderen, post-strukturalis, atau post-positivisme. Dengan demikian, pandangan yang menyatakan bahwa hanya pendekatan positivisme saja yang paling tepat untuk melakukan penelitian bisnis dan ekonomi tidaklah memadai secara ilmiah. Sebab, ia hanya merupakan salah satu pendekatan dalam menemukan kebenaran. Klaim kebenaran positivisme, maksudnya hanya pendekatan positivistik yang paling benar, justru bertentangan dengan metodologi ilmiah yang digunakan positivisme itu sendiri. Karena validitas positivistik harus melalui verifikasi. Dan, itu berarti masih terbuka adanya kesalahan, sebagaimana klaim keberhasilan dalam program pengentasan kemiskinan dan pembangunan berkelanjutan.

Referensi:

- Abimbola, Temi dan Akin Kocak. 2007. Brand, organization identity and reputation: SMEs as expressive organizations *Qualitative Market Research: An International Journal* 10 (4): 416-430.
- Andreas, Georg 2008. *Critical Theory and its Contribution to Critical Management Studies*, IOU/Institute of Organization and Administrative Science, University of Zurich.

- Arthur, Alex. 1993. Critical accounting theory and practical philosophy: Applying the tools, *Critical Perspectives on Accounting* 4: 209-224.
- Babette E. Babich. 2003. From Fleck's *Denkstil* to Kuhn's paradigm: conceptual schemes and incommensurability, *International Studies the Philosophy of Science* 17 (1): 75-92.
- Beck, A. Cornelia, David Campbell, dan Philip J. Shrives, Content analysis in environmental reporting research: Enrichment and rehearsal of the method in a British-German context, *The British Accounting Review* 42: 207-222.
- Burton, Dawn. 2001. Critical marketing theory: the blueprint? *European Journal of Marketing* 35 (5/6): 722-743.
- Campbell, David dan Mara Ridhuan Abdul rahman. 2010. A longitudinal examination of intellectual capital reporting in Marks & Spencer annual report, 1978-2008, *The British Accounting Review* 42: 56-70.
- Chua, Wai Fong. 1986. Radical Development in Accounting Thought, *The Accounting Review* 61 (4): 601-632.
- Crotty, M. 2003. *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspectives in the Research Process*. London: Sage Publications.
- Hackley, Chris. 2007. Auto-ethnographic consumerresearch and creative non-fiction Exploring connections and contrastsfrom a literary perspective, *Qualitative Market Research: AnInternational Journal* 10 (1): 98-108
- Harcourt, Geoffrey. 2010. "The crisis in mainstream economics", *real-world economics review* 53 (26 June): 47-51
- Hunt, Shelby D. 1991. Positivism and paradigm dominance in consumer research: Toward critical pluralism and Rapprochement, *Journal of Consumer Research* 18 (June): 32-44.
- Johnson, Phil. 1995. Towards an epistemology for radical accounting: Beyond objectivism and relativism. *Critical Perspectives on Accounting* 6: 485-509.
- Kuntowijoyo. 1987. *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Muthhhari, Murtadha. 1985. *Society and History*. Tehran: Sepahr Press.
- Ogbor, John O. 2001. Critical theory and the hegemony of corporate culture, *Jurnal of Organizational Change Management* 14 (6): 590-808.

- Paul Hoyningen-Huene, Paul. 2006. “Context of Discovery Versus Context of Justification”, dalam J. Schickore and F. Steinle (eds.), *Revisiting Discovery and Justification*. Netherlands: Springer. 119–131.
- Reed, Darryl. 1999. Stakeholder Management Theory: A Critical Theory Perspective, *Business Ethics Quarterly*, 9 (2), 453-483
- Sen, Amartya. 1999. *Development as Freedom*, Oxford: Oxford University Press.
- Stiglitz, Joseph. 2002. *Globalization and Its Discontents*. W.W. Norton & Company.
- 2006. *Making Globalization Work*. Penguin Books.
- Suhardjanto, Djoko. 2010. *Bahan Kuliah Filsafat Ilmu (ppt)*. Surakarta: PDIE FE UNS.
- <http://stripe.colorado.edu/~yulsman/paradigms.pdf> diakses 29/1/2011.
- http://www.faculty.umb.edu/david_levy/critstrat2003.pdf. diakses 29/1/2011.
- <http://www.soas.ac.uk/economics/research/workingpapers/file28877.pdf>
diakses 29/1/2011
- <http://www.williams.edu/Economics/papers/Habermas.pdf> diakses 29/1/2011.
- <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/1833/The%20Vicissitudes%20of%20the%20Politics%20of%20Life%20written%20version.pdf?sequence=1>
diakses 29/1/2011.