

Integrasi Nilai Tri Hita Karana dalam Pendidikan Agama Hindu sebagai Landasan Etika Manajemen Ekonomi Berkelanjutan

Anggra Septa Aditya Putra 1, Ni Wayan Nismahayati 2

Sekolah Tinggi Agama Hindu Lampung

anggrasap@gmail.com 1, nismahayati24@gmail.com 2

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi yang pesat perlu diimbangi dengan penguatan etika agar aktivitas usaha tidak berorientasi pada keuntungan semata, mengabaikan tanggung jawab sosial, dan merusak lingkungan. Artikel ini bertujuan mengkaji integrasi nilai Tri Hita Karana dalam Pendidikan Agama Hindu sebagai landasan etika manajemen ekonomi berkelanjutan serta menelaah bukti empiris penerapannya pada berbagai sektor usaha. Kajian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan (library research) terhadap literatur ilmiah yang membahas Tri Hita Karana, etika bisnis, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan. Analisis dilakukan secara tematik berdasarkan tiga dimensi Tri Hita Karana, yaitu parhyangan (hubungan manusia dengan Tuhan), pawongan (hubungan antarmanusia), dan palemahan (hubungan manusia dengan lingkungan), kemudian dibandingkan dengan kerangka Triple Bottom Line dan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil kajian menunjukkan bahwa parhyangan dapat diterapkan sebagai landasan integritas dan kejujuran dalam pengambilan keputusan; pawongan sebagai dasar hubungan yang adil, tanggung jawab sosial, dan pengelolaan stakeholder; sedangkan palemahan sebagai dasar pengelolaan lingkungan, efisiensi sumber daya, dan praktik bisnis berkelanjutan. Bukti terdahulu pada sektor perhotelan, pariwisata, UMKM, lembaga keuangan mikro, dan sektor publik menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut dapat bekerja secara sinergis dalam membentuk perilaku manajerial dan tata kelola yang berorientasi jangka panjang. Integrasi Tri Hita Karana juga berpotensi memperkuat kurikulum interdisipliner antara Pendidikan Agama Hindu, ekonomi, dan manajemen untuk membentuk lulusan yang kompeten, berkarakter, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Kata Kunci: Pendidikan Agama Hindu; Tri Hita Karana; Etika Manajemen; Ekonomi Berkelanjutan; Kearifan Lokal; Corporate Social Responsibility

I. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa sering dijadikan tolok ukur keberhasilan pembangunan, salah satunya melalui peningkatan pendapatan per kapita dan berkembangnya dunia usaha (Reditiasari et al., 2023). Indikator kuantitatif semacam ini memang penting sebagai penanda kemajuan material suatu masyarakat, namun ia tidak

serta-merta mencerminkan kualitas proses yang melahirkannya. Di tengah derasnya persaingan bisnis dan tuntutan pertumbuhan yang tinggi, aspek etika dalam pengelolaan ekonomi tidak jarang terabaikan. Berbagai praktik usaha yang mengejar keuntungan semata kerap mengorbankan kejujuran, kesejahteraan pekerja, maupun kelestarian lingkungan. Fenomena ini bukan sekadar

persoalan moral individual pelaku usaha, melainkan juga persoalan struktural yang berakar pada cara pandang manajemen yang memisahkan secara tegas antara tujuan ekonomi dan tujuan etis-spiritual. Kondisi ini menegaskan pentingnya sebuah landasan nilai yang dapat menuntun pelaku ekonomi agar tetap berpegang pada prinsip-prinsip etis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, bukan hanya karena dorongan kepatuhan terhadap regulasi, melainkan karena kesadaran batin yang tumbuh dari sistem nilai yang dianutnya.

Krisis etika dalam dunia usaha modern telah mendorong lahirnya berbagai kerangka manajemen berkelanjutan di tingkat global, salah satunya konsep Triple Bottom Line yang menekankan keseimbangan antara profit, people, dan planet (Elkington, 1997). Kerangka-kerangka tersebut umumnya lahir dari konteks industri dan regulasi negara maju, sehingga penerapannya di negara berkembang sering kali bersifat adopsi teknis tanpa penyesuaian terhadap konteks sosial-budaya setempat. Padahal, banyak masyarakat di berbagai belahan dunia, termasuk masyarakat Bali, telah memiliki sistem nilai lokal yang secara substansial mengandung prinsip keberlanjutan jauh

sebelum istilah tersebut dipopulerkan dalam wacana manajemen internasional.

Salah satu sumber nilai yang dapat digunakan sebagai landasan etika tersebut adalah ajaran agama, khususnya konsep Tri Hita Karana yang menjadi inti Pendidikan Agama Hindu. Konsep ini mengajarkan pentingnya menjaga keharmonisan hubungan manusia dengan Tuhan (parhyangan), dengan sesama manusia (pawongan), dan dengan lingkungan alam (palemahan) (Adhiputra, 2014). Nilai-nilai tersebut telah banyak diterapkan dalam berbagai sektor kehidupan masyarakat, termasuk dalam praktik kewirausahaan dan pengelolaan bisnis (Riana, 2011). Dalam dua dekade terakhir, sejumlah peneliti di bidang akuntansi, manajemen, dan pariwisata mulai secara sistematis mendokumentasikan bagaimana nilai ini diwujudkan dalam praktik nyata di berbagai jenis organisasi, mulai dari hotel berjangkauan internasional, lembaga perkreditan desa, hingga usaha mikro kecil dan menengah. Sayangnya, kajian yang secara khusus memadukan perspektif Pendidikan Agama Hindu dengan disiplin ilmu ekonomi dan manajemen, sekaligus merangkum bukti-bukti empiris tersebut secara komprehensif, masih terbatas dan cenderung terfragmentasi pada studi kasus

tunggal. Padahal, kedua rumpun ilmu ini memiliki potensi besar untuk saling melengkapi dalam membentuk pelaku ekonomi yang unggul sekaligus berintegritas.

Kesenjangan tersebut menjadi semakin relevan mengingat tuntutan dunia usaha kontemporer yang semakin mengarah pada pelaporan keberlanjutan berbasis Environmental, Social, and Governance (ESG), di mana perusahaan dituntut mempertanggungjawabkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitasnya, tidak hanya kinerja finansial semata. Dalam konteks ini, kearifan lokal seperti Tri Hita Karana berpotensi menjadi jembatan konseptual yang menghubungkan tuntutan global tersebut dengan akar budaya masyarakat, sehingga penerapan prinsip keberlanjutan tidak dirasakan sebagai beban kepatuhan dari luar, melainkan sebagai kelanjutan alami dari sistem nilai yang telah dihayati secara turun-temurun.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan mengkaji dan menganalisis bagaimana nilai-nilai Tri Hita Karana dalam Pendidikan Agama Hindu dapat diintegrasikan sebagai landasan etika dalam manajemen ekonomi yang berkelanjutan, dengan menyandingkannya secara kritis pada kerangka manajemen

keberlanjutan global serta merangkum temuan-temuan empiris dari berbagai penelitian terdahulu pada sejumlah sektor usaha. Secara lebih spesifik, artikel ini disusun untuk menjawab tiga pertanyaan kajian, yaitu: pertama, bagaimana ketiga dimensi Tri Hita Karana dapat diterjemahkan secara operasional ke dalam fungsi-fungsi manajemen ekonomi modern; kedua, sejauh mana bukti empiris dari berbagai penelitian terdahulu mendukung relevansi nilai tersebut dalam praktik nyata di berbagai sektor usaha; dan ketiga, bagaimana posisi model Tri Hita Karana bila disandingkan dengan kerangka manajemen keberlanjutan global yang telah mapan. Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif berupa studi kepustakaan (library research), dengan menelaah literatur, hasil penelitian terdahulu, serta konsep-konsep relevan mengenai Tri Hita Karana, etika bisnis, dan manajemen berkelanjutan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis bagi pengembangan kurikulum interdisipliner, maupun secara praktis bagi pelaku usaha yang ingin mengintegrasikan nilai spiritual dalam pengelolaan usahanya.

II. Tinjauan Pustaka

1. A. Konsep Tri Hita Karana dalam Pendidikan Agama Hindu

Tri Hita Karana secara harfiah bermakna tiga penyebab terwujudnya kesejahteraan atau kebahagiaan (Oktaviana & Sanjaya, 2025). Filosofi ini mengajarkan bahwa kesejahteraan hidup manusia hanya dapat dicapai apabila tiga hubungan pokok berjalan secara harmonis dan seimbang. Konsep ini bukan sekadar ajaran normatif yang bersifat abstrak, melainkan sebuah kerangka etis yang telah lama menjadi pedoman hidup masyarakat Bali dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam tata kelola desa adat (awig-awig), pengelolaan subak sebagai sistem irigasi tradisional, hingga tata kelola pariwisata dan bisnis modern.

a. 1. Parhyangan: Hubungan Manusia dengan Tuhan

Dimensi parhyangan menekankan pentingnya keyakinan dan ketakwaan sebagai landasan sikap dan perilaku manusia dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam berusaha. Nilai ini mengajarkan bahwa setiap aktivitas ekonomi hendaknya dilandasi oleh kejujuran, keikhlasan, dan rasa tanggung jawab, karena manusia meyakini bahwa setiap perbuatan akan dipertanggungjawabkan secara spiritual (Adhiputra, 2014). Dalam konteks manajemen, dimensi ini berfungsi sebagai

mekanisme kontrol internal yang bekerja lebih dalam dibandingkan sekadar kepatuhan terhadap kode etik tertulis, karena ia menyentuh motivasi intrinsik pelaku usaha.

b. 2. Pawongan: Hubungan Manusia dengan Sesama

Dimensi pawongan menekankan pentingnya menjaga hubungan yang harmonis antarsesama manusia, baik dalam lingkup keluarga, organisasi, maupun masyarakat luas. Dalam konteks dunia usaha, nilai ini tercermin dalam relasi yang adil dan saling menghormati antara pelaku usaha dengan karyawan, mitra kerja, konsumen, dan masyarakat sekitar. Prinsip ini secara konseptual sejalan dengan gagasan manajemen stakeholder modern, yang menempatkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan sebagai bagian integral dari keberlangsungan organisasi, bukan sekadar kepentingan pemegang saham semata.

c. 3. Palemahan: Hubungan Manusia dengan Lingkungan

Dimensi palemahan mengajarkan pentingnya menjaga keseimbangan dan kelestarian alam sebagai wujud syukur atas anugerah kehidupan. Nilai ini relevan dengan konsep keberlanjutan lingkungan (environmental sustainability) yang saat ini

menjadi perhatian utama dalam praktik ekonomi dan bisnis modern. Dalam tataran praktis, dimensi ini mendorong pelaku usaha untuk memperlakukan sumber daya alam bukan sebagai objek eksploitasi semata, melainkan sebagai bagian dari relasi timbal balik yang harus dijaga keseimbangannya.

2. B. Manajemen Ekonomi

Berkelanjutan: Perspektif Global

Wacana keberlanjutan dalam manajemen ekonomi modern banyak dipengaruhi oleh laporan Brundtland dari Komisi Dunia untuk Lingkungan dan Pembangunan, yang mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai pemenuhan kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (WCED, 1987). Gagasan ini kemudian dioperasionalkan secara lebih konkret oleh Elkington (1997) melalui kerangka Triple Bottom Line, yang menegaskan bahwa keberhasilan organisasi seharusnya diukur bukan hanya dari kinerja finansial (profit), melainkan juga dari dampaknya terhadap manusia (people) dan lingkungan (planet). Kerangka ini menjadi salah satu rujukan paling berpengaruh dalam pengembangan standar pelaporan keberlanjutan perusahaan hingga saat ini,

meskipun Elkington sendiri belakangan mengkritisi bahwa penerapannya di banyak perusahaan cenderung dangkal dan sekadar retorika pemasaran, bukan transformasi nyata pada model bisnis.

Selain Triple Bottom Line, kerangka tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) yang dikembangkan Carroll (1991) melalui model piramida turut menjadi rujukan penting. Piramida Carroll menempatkan tanggung jawab ekonomi sebagai fondasi paling dasar, diikuti tanggung jawab legal, etis, dan filantropis pada lapisan-lapisan berikutnya. Model ini secara implisit mengasumsikan bahwa keberhasilan ekonomi merupakan prasyarat sebelum perusahaan dapat menjalankan tanggung jawab sosial dan filantropis, sebuah asumsi yang mendapat kritik karena dianggap terlalu berorientasi pada logika bisnis Barat yang individualistik dan kurang memperhitungkan dimensi budaya masyarakat di luar konteks kelahirannya (Cahyaningtyas & Salleh, 2024).

3. C. Titik Temu Kearifan Lokal dan Teori Manajemen Modern

Beberapa kajian terbaru mulai mempertemukan kerangka manajemen keberlanjutan global dengan kearifan lokal Nusantara. Sebagai contoh, filosofi Jawa

hamemayu hayuning bawana juga digunakan sebagai landasan konsep CSR yang menekankan keharmonisan antara manusia, Tuhan, dan alam, sehingga proses bisnis diyakini akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan usaha dan kepercayaan masyarakat. Pola pemikiran ini sejalan dengan filosofi Tri Hita Karana. Titik temu keduanya menegaskan bahwa banyak masyarakat Nusantara sesungguhnya telah lama memiliki kerangka etis yang secara substansial setara, bahkan pada beberapa aspek lebih holistik, dibandingkan kerangka keberlanjutan yang lahir dari konteks industri modern, karena dimensi spiritual dijadikan titik tolak, bukan sekadar variabel tambahan.

III. Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Sumber data yang ditelaah meliputi artikel jurnal nasional dan internasional terindeks, prosiding seminar, serta hasil penelitian terdahulu yang membahas konsep Tri Hita Karana, etika bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan, dan manajemen keberlanjutan. Penelusuran literatur dilakukan dengan menekankan pada studi-studi yang menghadirkan bukti empiris di lapangan, baik melalui pendekatan kualitatif seperti studi kasus dan

etnografi, maupun pendekatan kuantitatif seperti survei dan analisis regresi, agar kajian ini tidak berhenti pada tataran konseptual semata. Analisis dilakukan secara tematik dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tiga dimensi Tri Hita Karana, kemudian menyandingkannya dengan kerangka teori manajemen keberlanjutan global untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai posisi dan kontribusi kearifan lokal tersebut dalam wacana manajemen ekonomi kontemporer.

IV. Pembahasan

Pembahasan pada bagian ini diuraikan ke dalam beberapa bagian utama, yaitu implementasi masing-masing dimensi Tri Hita Karana dalam manajemen ekonomi berkelanjutan berikut bukti empirisnya, sinergi ketiga dimensi tersebut pada level sektoral, analisis komparatif dengan kerangka global, model konseptual integrasi, serta implikasinya terhadap pengembangan kurikulum dan agenda penelitian mendatang.

4. A. Parhyangan sebagai Fondasi

Integritas Manajerial

Nilai parhyangan dapat diimplementasikan dalam manajemen ekonomi melalui penguatan integritas dan kejujuran pelaku usaha dalam pengambilan

keputusan, pelaporan keuangan, maupun pelayanan kepada pelanggan. Riana (2011) menemukan bahwa penerapan budaya lokal Tri Hita Karana berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar pelaku usaha, yang pada akhirnya mendorong keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa dimensi spiritual bukan sekadar variabel simbolik, melainkan memiliki daya jelas terhadap perilaku manajerial yang berorientasi pasar dan berkelanjutan.

Bukti empiris lain memperlihatkan bahwa budaya Tri Hita Karana turut berperan sebagai variabel yang memperkuat kualitas kinerja profesional di sektor jasa keuangan, misalnya ditemukan berperan dalam memoderasi pengaruh locus of control eksternal terhadap kinerja auditor pada kantor akuntan publik di Bali. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa nilai spiritual parhyangan dapat berfungsi sebagai penyeimbang psikologis yang membantu profesional menjaga independensi dan objektivitas penilaian di tengah tekanan eksternal, sebuah fungsi yang relevan dengan tuntutan integritas dalam tata kelola perusahaan modern (good corporate governance). Pada level pemerintahan daerah, penerapan budaya Tri

Hita Karana bersama sistem pengendalian internal juga terbukti berkontribusi terhadap kinerja organisasi perangkat daerah di Kabupaten Badung, memperlihatkan bahwa dimensi ini relevan tidak hanya pada sektor bisnis privat, tetapi juga pada tata kelola sektor publik.

5. B. Pawongan sebagai Fondasi

Tanggung Jawab Sosial dan Relasi Stakeholder

Nilai pawongan sejalan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) dalam manajemen modern. Reditiasari et al. (2023) menegaskan bahwa penerapan Tri Hita Karana sebagai etika bisnis mampu mendorong terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dengan karyawan dan masyarakat, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian secara berkelanjutan. Dimensi ini secara konsisten menjadi topik penelitian paling banyak ditelaah dalam literatur Tri Hita Karana, khususnya pada sektor perhotelan dan pariwisata di Bali yang menghadapi tekanan langsung dari relasi dengan masyarakat adat sekitar.

Sejumlah studi kasus memperkuat gambaran empiris ini. Dianti dan Mahyuni (2018) mendokumentasikan praktik CSR pada sebuah hotel resor internasional di Bali

yang secara eksplisit mengadopsi kerangka Tri Hita Karana, menemukan bahwa program tanggung jawab sosial hotel tersebut mencakup aspek keagamaan, sosial, dan lingkungan secara terintegrasi. Studi serupa pada Discovery Kartika Plaza Hotel oleh Pertiwi dan Ludigdo (2013) melalui pendekatan etnografi menemukan bahwa CSR berbasis Tri Hita Karana dijalankan secara terintegrasi ke dalam operasional perusahaan sehari-hari, bukan sekadar program insidental yang terpisah dari inti bisnis. Pada objek wisata Sangeh Monkey Forest, Darsika dan Mahyuni (2020) menemukan bahwa penerapan CSR terwujud dalam tiga area utama yang sejalan dengan ketiga dimensi Tri Hita Karana, yakni aspek sosial (pawongan), lingkungan (palemahan), dan aktivitas keagamaan yang terkait operasional bisnis (parhyangan), dengan seluruh pendapatan operasional dikembalikan kepada masyarakat sebagai wujud filantropi berbasis kearifan lokal.

Studi Rosilawati (2019) pada perusahaan air minum dalam kemasan Aqua Danone di Bali turut memperlihatkan bahwa kearifan lokal Tri Hita Karana, yang memadukan unsur pemujaan, manusia, dan alam, telah diadopsi sebagai pedoman program CSR pada seluruh tahapan, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan

program di lapangan. Kajian yang lebih baru oleh Cahyaningtyas dan Salleh (2024) menegaskan bahwa integrasi prinsip Tri Hita Karana dalam praktik CSR mendorong interaksi positif antarpemangku kepentingan sekaligus menyeimbangkan aspek profit, people, dan planet layaknya kerangka Triple Bottom Line, namun dengan penekanan yang lebih kuat pada dimensi spiritual sebagai perekat ketiga unsur tersebut. Secara keseluruhan, akumulasi bukti dari berbagai jenis usaha, mulai dari hotel berjejaring internasional, objek wisata berbasis komunitas, hingga perusahaan manufaktur multinasional, menunjukkan konsistensi pola bahwa nilai pawongan secara empiris termanifestasi dalam praktik relasi stakeholder yang lebih partisipatif dan berorientasi jangka panjang.

6. C. Palemahan sebagai Fondasi

Manajemen Lingkungan

Berkelanjutan

Nilai palemahan menjadi landasan bagi praktik manajemen lingkungan dalam pengelolaan usaha, mulai dari efisiensi penggunaan sumber daya hingga upaya pelestarian lingkungan sekitar tempat usaha. Paramita (2025) memperlihatkan bahwa integrasi kearifan lokal Tri Hita Karana dalam pengelolaan pariwisata di Desa Penglipuran, Bali, mampu menjaga

keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan kelestarian lingkungan, sebuah desa yang secara konsisten dikenal atas tata kelola lingkungan dan tata ruang tradisionalnya yang tertata rapi.

Pada level usaha kecil dan menengah, kajian mengenai praktik akuntansi hijau (green accounting) berbasis Tri Hita Karana pada sentra tenun endek di Bali menemukan bahwa meskipun pemahaman formal pelaku usaha terhadap istilah green accounting masih terbatas, praktik keberlanjutan telah dijalankan secara alami dalam bentuk pengelolaan limbah, efisiensi penggunaan energi dan air, serta praktik daur ulang bahan baku (upcycling), dengan nilai palemahan terinternalisasi ke dalam pengambilan keputusan usaha sehari-hari meskipun pencatatan biaya lingkungan secara formal masih minim. Kusumawati et al. (2023) melalui studi fenomenologis turut menegaskan bahwa filosofi Tri Hita Karana relevan diadopsi sebagai kerangka konseptual bagi pengembangan praktik akuntansi hijau, karena secara filosofis ketiga dimensinya, yaitu spiritual, sosial, dan ekologis, sejalan dengan prinsip dasar akuntansi berkelanjutan yang menuntut pelaporan dampak lingkungan secara eksplisit, bukan sekadar dampak finansial.

Temuan-temuan ini memperkuat argumen bahwa dimensi palemahan bukan semata ajaran normatif yang bersifat seremonial, melainkan telah terbukti membentuk pola perilaku manajerial nyata dalam pengelolaan sumber daya, baik pada skala usaha besar seperti destinasi wisata desa, maupun pada skala usaha mikro seperti perajin tenun tradisional.

7. D. Sinergi Tiga Dimensi: Bukti dari Sektor UMKM dan Pariwisata

Selain diteliti secara terpisah, ketiga dimensi Tri Hita Karana juga banyak ditelaah secara simultan pada level sektoral, khususnya pada sektor UMKM dan pariwisata yang menjadi tulang punggung perekonomian Bali. Ariasih et al. (2024) mendokumentasikan penerapan etika bisnis berlandaskan Tri Hita Karana pada industri kecil menengah (IKM) Sate Lilit khas Bali, khususnya dalam menjaga kejujuran promosi produk melalui pemasaran digital, sebuah temuan yang relevan mengingat semakin maraknya klaim pemasaran yang menyesatkan pada era perdagangan digital. Adnyani dan Purnamawati (2020) mengembangkan model pengelolaan desa wisata berbasis Tri Hita Karana yang berorientasi pada kesejahteraan (wellbeing) masyarakat, memperlihatkan bahwa ketiga dimensi tersebut dapat diterjemahkan

menjadi indikator tata kelola desa wisata yang terukur.

Pada sektor keuangan mikro, budaya Tri Hita Karana juga ditemukan berperan sebagai variabel pemoderasi yang memperkuat pengaruh kepemimpinan terhadap pertumbuhan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Bali, menunjukkan bahwa nilai ini tidak hanya membentuk perilaku etis individual, tetapi juga memperkuat efektivitas sistem kepemimpinan dan tata kelola kelembagaan pada institusi keuangan berbasis komunitas adat. Sementara itu, kajian pada UMKM sektor pariwisata di Kabupaten Buleleng menemukan bahwa implementasi nilai Tri Hita Karana memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM, meskipun pengaruhnya belum sekuat variabel teknis seperti penerapan standar akuntansi keuangan dan pengelolaan arus kas, karena dampaknya lebih dahulu bekerja melalui penguatan relasi sosial, etika usaha, dan kepercayaan konsumen sebelum bermuara pada kinerja finansial. Temuan ini penting sebagai catatan kritis bahwa kontribusi nilai spiritual dan budaya terhadap kinerja usaha bersifat tidak langsung (indirect), sehingga pengukurannya memerlukan model analisis

yang memperhitungkan variabel mediasi, bukan sekadar hubungan linear sederhana.

Secara keseluruhan, pola temuan pada level sektoral ini menggambarkan bahwa ketiga dimensi Tri Hita Karana bekerja secara sinergis, saling memperkuat, dan sulit dipisahkan secara tegas dalam praktik nyata di lapangan, meskipun secara analitis dapat diuraikan sebagai tiga dimensi yang berbeda.

8. E. Analisis Komparatif: Tri Hita

Karana dan Kerangka CSR Global

Perbandingan lebih lanjut antara model Tri Hita Karana dengan kerangka piramida CSR Carroll (1991) menghasilkan temuan yang menarik. Sebuah kajian yang secara khusus merumuskan model CSR berbasis filosofi Tri Hita Karana menemukan bahwa apabila piramida Carroll menempatkan tanggung jawab ekonomi sebagai lapisan dasar dan tanggung jawab filantropis sebagai lapisan puncak yang bersifat opsional, model CSR berbasis Tri Hita Karana justru menempatkan tanggung jawab filantropis pada lapisan dasar, diikuti tanggung jawab etis, legal, dan ekonomi pada lapisan-lapisan berikutnya. Struktur terbalik ini secara filosofis konsisten dengan cara pandang Tri Hita Karana yang menempatkan hubungan spiritual dan sosial

sebagai prasyarat, bukan hasil akhir, dari keberhasilan ekonomi.

Perbedaan struktural ini memiliki implikasi penting bagi wacana literatur CSR global, yang selama ini didominasi oleh studi empiris berbasis konteks Barat dan cenderung kurang memperhatikan dimensi budaya masyarakat setempat. Model berbasis Tri Hita Karana menawarkan alternatif kerangka CSR yang lebih adaptif terhadap kepentingan dan budaya komunitas lokal, sekaligus memperkaya diskursus akademik mengenai keragaman model tanggung jawab sosial perusahaan di berbagai belahan dunia. Pada saat yang sama, kesamaan mendasar antara Tri Hita Karana dan Triple Bottom Line, yakni sama-sama menekankan tiga pilar keseimbangan, memperlihatkan bahwa kearifan lokal Bali sesungguhnya telah lama mengantisipasi prinsip keberlanjutan yang baru dirumuskan secara formal dalam wacana manajemen global pada akhir abad ke-20.

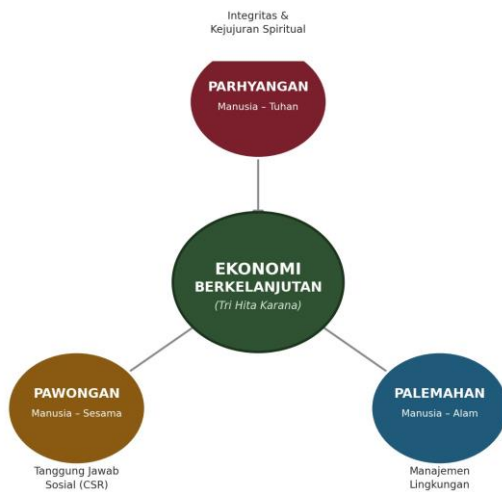
Tabel 1. Integrasi Dimensi Tri Hita Karana dalam Manajemen Ekonomi Berkelanjutan

Dimensi	Nilai Pendidikan Agama	Implementasi dalam Manajemen
Parhyangan	Ketakwaan,	Integritas & transparans

	kejujuran, keikhlasan	i keputusan bisnis; independensi profesional (audit, pelaporan keuangan)
Pawongan	Keharmonisan hubungan antarmanusia	Tanggung jawab sosial (CSR) & relasi adil dengan karyawan, mitra, konsumen, dan masyarakat adat
Palemahan	Kepedulian terhadap kelestarian alam	Manajemen lingkungan , akuntansi hijau, efisiensi sumber daya & praktik bisnis berkelanjutan

Sumber: Diolah dari Adhiputra (2014); Reditiasari et al. (2023); Paramita (2025); Kusumawati et al. (2023)

Gambar 1. Model Integrasi Tri Hita Karana dalam Manajemen Ekonomi Berkelanjutan



Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Tabel 2. Perbandingan Model Tri Hita Karana dengan Kerangka Global

Aspek Perbandingan	Tri Hita Karana	Triple Bottom Line / Piramida Carroll
Titik tolak nilai	Spiritual (relasi dengan Tuhan) sebagai fondasi utama	Kinerja ekonomi/finansial sebagai fondasi utama (Carroll, 1991)
Jumlah pilar	Tiga: parhyangan, pawongan, palemahan	Tiga: profit, people, planet (Elkington, 1997)
Sifat tanggung jawab filantropis	Fondasi dasar, bersifat wajib secara spiritual	Lapisan puncak, umumnya bersifat opsional (Carroll, 1991)
Sumber	Ajaran agama & kearifan	Standar industri, regulasi, dan

otoritas norma	lokal turun-temurun	tekanan pasar global
----------------	---------------------	----------------------

Sumber: Diolah dari Carroll (1991); Elkington (1997); Cahyaningtyas & Salleh (2024)

9. F. Implikasi terhadap Pengembangan Kurikulum Interdisipliner

Akumulasi bukti empiris di atas memperlihatkan bahwa nilai Tri Hita Karana bukan sekadar materi normatif dalam Pendidikan Agama Hindu, melainkan kerangka etis yang secara nyata membentuk perilaku manajerial pada berbagai jenis organisasi. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan kurikulum di perguruan tinggi, khususnya pada program studi ekonomi dan manajemen. Selama ini, mata kuliah etika bisnis pada banyak program studi cenderung mengajarkan kerangka etika normatif Barat, seperti utilitarianisme dan deontologi, tanpa memberikan ruang yang memadai bagi kearifan lokal sebagai sumber nilai etis yang setara relevansinya.

Pengembangan kurikulum interdisipliner yang memadukan Pendidikan Agama Hindu dengan mata kuliah manajemen strategis, etika bisnis, akuntansi keberlanjutan, dan kewirausahaan, dapat dirancang melalui beberapa pendekatan, antara lain penyusunan modul ajar bersama antara dosen agama dan dosen manajemen,

pengembangan studi kasus lokal berbasis temuan empiris seperti yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, serta pelibatan mahasiswa dalam proyek pengabdian masyarakat pada UMKM atau desa wisata yang telah menerapkan nilai Tri Hita Karana secara nyata. Pendekatan semacam ini diharapkan dapat mencetak lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis-manajerial, tetapi juga memiliki fondasi karakter yang kokoh dalam menghadapi dilema etis di dunia kerja.

10. G. Tantangan Implementasi dan Agenda Penelitian Mendatang

Meskipun bukti empiris yang telah diuraikan cukup meyakinkan, beberapa tantangan perlu dicermati dalam upaya integrasi nilai Tri Hita Karana ke dalam manajemen ekonomi secara lebih luas. Pertama, sebagian besar penelitian yang tersedia masih menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus tunggal, sehingga generalisasi temuannya perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian kuantitatif berskala lebih besar dengan desain survei lintas sektor dan lintas wilayah masih diperlukan untuk menguji secara lebih ketat hubungan kausal antara penerapan nilai Tri Hita Karana dengan indikator kinerja usaha yang terukur.

Kedua, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan pada UMKM pariwisata di Buleleng, kontribusi nilai budaya terhadap kinerja finansial cenderung bersifat tidak langsung, sehingga penelitian mendatang perlu mengeksplorasi variabel-variabel mediasi, seperti kepercayaan konsumen, loyalitas karyawan, dan reputasi usaha, yang menjembatani hubungan antara nilai spiritual dengan hasil ekonomi. Ketiga, karena Tri Hita Karana lahir dari konteks budaya Bali yang spesifik, diperlukan kehati-hatian ketika hendak mengadopsi model ini pada konteks budaya lain di Indonesia maupun di luar negeri, sehingga penelitian komparatif lintas budaya antara Tri Hita Karana dengan kearifan lokal daerah lain, seperti falsafah Jawa hamemayu hayuning bawana, akan memperkaya pemahaman mengenai bagaimana nilai spiritual lokal dapat menjadi fondasi etika bisnis yang bersifat lebih universal tanpa kehilangan akar kontekstualnya.

V. Penutup

Kajian ini menyimpulkan bahwa nilai Tri Hita Karana yang bersumber dari Pendidikan Agama Hindu memiliki relevansi kuat sebagai landasan etika dalam manajemen ekonomi yang berkelanjutan. Ketiga dimensinya, yaitu parhyangan,

pawongan, dan palemahan, secara berurutan dapat diterjemahkan ke dalam nilai integritas spiritual, tanggung jawab sosial, dan kepedulian lingkungan dalam praktik pengelolaan usaha. Tinjauan atas berbagai bukti empiris dari sektor perhotelan, pariwisata, UMKM, lembaga keuangan mikro, hingga sektor publik di Bali secara konsisten menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut bukan sekadar konsep normatif, melainkan telah teruji membentuk pola perilaku manajerial dan kinerja organisasi pada berbagai skala usaha. Perbandingan dengan kerangka global seperti Triple Bottom Line dan piramida CSR Carroll juga memperlihatkan bahwa model Tri Hita Karana menawarkan perspektif alternatif yang menempatkan dimensi spiritual dan filantropis sebagai fondasi, bukan sekadar hasil akhir dari keberhasilan ekonomi, sehingga memperkaya khazanah teori manajemen keberlanjutan yang selama ini didominasi perspektif Barat.

Integrasi kedua rumpun ilmu, pendidikan agama dan ekonomi manajemen, berpotensi melahirkan pelaku ekonomi yang tidak hanya kompeten secara profesional, tetapi juga berkarakter dan berorientasi pada keberlanjutan. Oleh karena itu, disarankan agar perguruan

tinggi, khususnya program studi ekonomi dan manajemen serta pendidikan agama, dapat mengembangkan kurikulum interdisipliner yang memadukan nilai-nilai kearifan lokal keagamaan dengan teori dan praktik manajemen ekonomi modern. Penelitian lanjutan secara empiris, khususnya dengan desain kuantitatif berskala besar dan model mediasi yang lebih kompleks, juga diperlukan untuk mengukur dampak penerapan nilai ini terhadap kinerja usaha secara lebih terukur, sekaligus menguji sejauh mana model ini dapat diadaptasi pada konteks budaya di luar Bali tanpa kehilangan kekuatan filosofisnya.

Daftar Pustaka

Adhiputra, M. W. (2014). Prinsip Etika Dalam Bisnis Hindu (Fenomena Praktik Bisnis Di Era Globalisasi). Seminar Nasional UT.

Adnyani, N. K. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Tri Hita Karana and Tourism Village Management Models for Wellbeing. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 157–166.

Ariasih, M., Suarmanayasa, I., Dewanti, M., & Yulianthini, N. (2024). Penerapan Etika Bisnis Berlandaskan Tri Hita Karana Melalui Digital Marketing (Studi Kasus Pada IKM Sate Lilit Khas

Bali). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 33–41.

Cahyaningtyas, F., & Salleh, S. C. (2024). Dive in the "Soul" of Corporate Social Responsibility Through the Philosophy of Tri Hita Karana. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 19(1), 32–48. <https://doi.org/10.24843/JIAB.2024.v19.i01.p03>

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.

Darsika, A. A. M. P., & Mahyuni, L. P. (2020). Corporate Social Responsibility: Eksplorasi Persepsi, Motivasi dan Praktik (Studi Kasus Sangeh Monkey Forest). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(2).

Dianti, G. P., & Mahyuni, L. P. (2018). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Interkontinental Bali Resort Hotel: Eksplorasi Berbasis Tri Hita Karana. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 3(1), 12–22.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Stoney Creek, CT: New Society Publishers.

Kusumawati, N. P. A., Pramuki, N. M. W. A., & Pratiwi, N. P. T. W. (2023). Tri

Hita Karana Philosophy in Revealing the Concept of Green Accounting (Phenomenological Study). *International Journal of Trends in Accounting Research*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.54951/ijtar.v4i1.413>

Oktaviana, D., & Sanjaya, P. (2025). Implementasi Prinsip Tri Hita Karana Dalam Pendidikan Budi Pekerti Hindu Sebagai Landasan Etika Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi (JME)*, 3(1), 1–10.

Paramita, I. B. G. (2025). Integrasi Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan: Studi Kasus Desa Penglipuran, Bali. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 6(1), 63–74.

Pertiwi, N. K. Y., & Ludigdo, U. (2013). Implementasi Corporate Social Responsibility Berlandaskan Budaya Tri Hita Karana. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4(1).

Reditiasari, N., Wijaya, I. G. B., Aryawati, N. P. A., Sukendri, N., & Suardana, I. K. P. (2023). Tri Hita Karana Sebagai Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Perekonomian. *Guna Sewaka: Jurnal Manajemen*, 1(2), 11–24.

Riana, I. G. (2011). Dampak Penerapan Kultur Lokal Tri Hita Karana

terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 37–44.

Rosilawati, Y. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6).

World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.