

## WIRUSAHAWAN DAN *ÜBERMENSCH*: BERGURU PADA NIETZSCHE

Urbanus Ura Weruin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Surel: [urbs.weruin@gmail.com](mailto:urbs.weruin@gmail.com)

### ABSTRACT

*This article from the library research using the content analysis method explores the image of entrepreneurs in general and the description of the 'superman' or 'übermensch' according to the German philosopher Friedrich Nietzsche. The results of this literary research show that the characteristics of 'superhuman' according to Nietzsche match the picture of the image of businessmen and entrepreneurs in the economy. An entrepreneur is a person who has the ability and desire to explore, establish, and manage resources for profit. What is needed for an entrepreneur is an innovative, creative, visionary, autonomous, free attitude, a passion to excel, dare to overcome 'his own self', be pro-active, and look for new ways of doing business, new products, and new services. This kind of character fits the image of 'superman' according to Nietzsche's view, namely humans who have the will to power, are brave, creative, active, confident, never satisfied with themselves, overcome themselves and the world, are free, and are creators of their own values. So from Nietzsche's thinking about 'superman', entrepreneurs can learn about creative-destruction, self-autonomy, courage to overcome challenges, consciousness of success and failure in business as a school of life, creative, and innovative. The entrepreneur's business innovation is only possible if he dares to attack "idols", convenience, and all that is established. Like a philosopher today, entrepreneurs are people who open the veil and whip up economic growth. Therefore, Nietzsche's contribution to superman image is not only necessary but also important and relevant for understanding entrepreneurship. In line with Nietzsche's thinking, business and entrepreneurship are not only dealing with economic problems but must be seen as a part of the struggle for life; a field of 'war' that must be won. Übermensch is a hero who won the struggle to be human. Business is a way of 'being' as a human being..*

**Keywords:** *entrepreneur, übermensch, the will to power*

### ABSTRAK

Artikel hasil penelitian kepustakaan dengan menggunakan metode analisis isi ini mengeksplorasi citra wirausahawan pada umumnya dan gambaran tentang 'manusia super' atau '*übermensch*' menurut filsuf Jerman Friedrich Nietzsche. Hasil penelitian literer ini memperlihatkan bahwa karakteristik 'manusia super' menurut Nietzsche cocok dengan gambaran tentang citra para pebisnis dan wirausahawan dalam ekonomi. Wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk mengeksplorasi, mendirikan, mengelola sumber daya untuk meraih keuntungan. Yang diperlukan bagi seorang wirausahawan adalah sikap inovatif, kreatif, visioner, otonom, bebas, hasrat untuk berprestasi, berani mengatasi 'diri sendiri', pro-aktif, dan mencari cara baru dalam menjalankan bisnis, produk baru, dan jasa baru. Karakter semacam ini cocok dengan citra 'manusia super' menurut pandangan Nietzsche yakni manusia yang memiliki kehendak untuk berkuasa, berani, kreatif, aktif, percaya diri, tidak pernah puas dengan diri sendiri, mengatasi diri sendiri dan dunia, bebas, serta pencipta nilainya sendiri. Maka dari pemikiran Nietzsche tentang 'manusia super', wirausahaan bisa belajar tentang destruksi-kreatif, otonomi diri, berani mengatasi tantangan, kesadaran bahwa sukses dan gagal dalam bisnis sebagai sekolah kehidupan, kreatif, serta inovatif. Inovasi bisnis para wirausahawan hanya mungkin bila ia berani menyerang "berhala", kenyamanan, dan segala hal yang mapan. Laksana seorang filsuf zaman ini wirausahawan adalah orang yang menyibak tabir dan melecut pertumbuhan ekonomi. Maka sumbangan pemikiran Nietzsche tentang *übermensch* tidak hanya perlu melainkan juga penting dan relevan untuk memahami kewirausahaan. Sejalan dengan pemikiran Nietzsche, bisnis dan wirausaha bukan hanya berurusan dengan persoalan ekonomi melainkan harus dilihat sebagai bagian dari perjuangan hidup; ladang 'peperangan' yang harus dimenangkan. *Übermensch* adalah pahlawan yang memenangkan perjuangan menjadi diri manusia sendiri. Bisnis harus dilihat sebagai cara manusia 'mengada'.

**Kata kunci:** wirausahawan; *übermensch*; kehendak untuk berkuasa

## 1. PENDAHULUAN

Sebagai orang dengan latar belakang studi filsafati yang ‘tersesat’ dalam rimba ekonomi, saya sering ditanyai oleh sebagian orang tentang relevansi studi filsafat bagi ekonomi. Makalah yang merupakan luaran lain dari penelitian Membaca Kepentingan-Diri dalam Ekonomi Menurut Nietzsche ini, untuk sebagian, menggambarkan jawaban atas pertanyaan tersebut. Teori kepentingan-diri Nietzsche tidak hanya relevan untuk menjelaskan perilaku moral-etis dalam kehidupan sehari-hari melainkan juga terutama dalam praktik ekonomi dan bisnis. Dalam persepektif yang lebih luas, filsafat tidak hanya penting dan relevan untuk memahami ekonomi, melainkan juga memperkaya pemahaman ekonomi.

Salah satu bidang kajian ekonomi yang semakin spesifik tetapi membutuhkan pendekatan multidisiplin adalah kewirausahaan atau *entrepreneurship*. Bidang ini, tidak hanya ditelaah dari perspektif ekonomi *per se*, melainkan juga diperkaya dari sudut pandang sosiologi, politik, budaya, psikologi, bahkan juga filsafat. Bernard Reginster dalam *The Entrepreneurial Philosophy* (2015) menyatakan bahwa nilai-nilai non-ekonomi (*non-economic value*) turut menggerakkan kewirausahaan berabad-abad lamanya sampai hari ini.

Dari khazanah filsafat, pandangan Nietzsche, filsuf Jerman abad 19, tentang *übermensch* atau manusia super memiliki karakteristik serupa dengan banyak pandangan ekonom tentang wirausahawan (Ross, 2019). Miller (2017) menyatakan bahwa banyak wirausahawan sukses mengakui bahwa kesuksesan mereka berhubungan dengan filosofi yang mereka anut. Bahkan Miller tidak ragu menyebut wirausahawan sebagai para filsuf yang baik. Karena kualitas seorang wirausahawan yang baik (*good entrepreneur*) sama dengan kualitas para filsuf. Kedua bidang ini membutuhkan keutamaan-keutamaan seperti *clear communication, critical thinking and the ability to sell your ideas* (Miller, 2017). Di samping memiliki banyak keutamaan dan keterampilan yang sama, Miller menjelaskan 5 alasan mengapa keutamaan-keutamaan filsafati penting dimiliki oleh seorang wirausahawan. Lima keutamaan tersebut, adalah: 1) mencintai debat; 2) nyaman dengan hal-hal yang tak nyaman; 3) melihat gambaran besar dalam detail-detail terkecil; 4) mengendalikan emosi dengan logika dan akal sehat; serta 5) membedah masalah-masalah yang kompleks dan rumit demi solusi yang tepat (Miller, 2017).

Joseph Thomas Ekong dalam pengantar *Philosophy of Entrepreneurship* (2021), Reid Hoffman dalam *The Philosopher- Entrepreneur, Applying High-Level Thinking to Real-World Business* (2021), Patrick Caoile dalam *Entrepreneurship philosophy defined* (2016), dan Ian Brookes dalam *What the Greek Philosophers Can Teach Us about Entrepreneurship* (2020), semuanya menunjukkan peran besar filsafat bagi para wirausahawan. Filsuf dan wirausahawan memiliki ide besar mengubah dunia (Ekong, 2021). Pemikiran filsafat Nietzsche, misalnya, bukan sekadar menyulut disruptor kreatif dan memprovokasi ide-ide baru melainkan juga pelindung para wirausahawan (Hoffman, 2021). Individu menjadi kreatif dengan terlibat dalam destruksi kreatif. Ide lama, produk lama, cara berpikir lama, cara kerja lama, harus diganti dengan *passion* individu untuk ‘menguasai’ kehidupannya. Ide semacam ini yang menjadikan Nietzsche sebagai filsuf pelindung bagi wirausahawan (Hoffman, 2021). Inovasi bisnis para wirausahawan dalam menciptakan bisnis baru hanya mungkin bila ia berani menyerang "berhala" saat ini (ide, industri, pasar, produk) dengan menciptakan sesuatu yang baru, meskipun tak nyaman, bahkan tak pasti. Pemikiran Nietzsche dapat menginspirasi wirausahawan untuk menjadi pahlawan dengan mengatasi kesulitan dan ketakutan dalam perjalanan wirausaha. Hal yang sama dikatakan oleh Patrick Caoile (2016). Wirausahawan sejati bukan seorang replikator. Laksana seorang filsuf zaman ini wirausahawan adalah orang yang menyibak tabir dan melecut pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Sementara seorang replikator hanya ‘meneruskan’, ‘membuka cabang lain’, atau meniru usaha yang sama di tempat lain.

Sesungguhnya, tidak hanya pemikiran Nietzsche yang relevan bagi ekonomi pada umumnya dan wirausahawan pada khususnya. Ian Brookes dalam *What the Greek Philosophers Can Teach*

*Us about Entrepreneurship* (2020) menunjukkan bahwa pemikiran filsuf-fisuf Yunani kuno pun memberikan pelajaran berharga bagi para wirausahawan. Plato, misalnya, mengajarkan tentang keberanian memulai, mengotori tangan untuk melihat hasil. Socrates mengajarkan tentang komunikasi dan berdiskusi sebagai cara menemukan cara terbaik bagi praktik dan mengatasi problem. Pythagoras menunjukkan bagaimana berhadapan dengan revolusi big data (Brookes, 2020).

Maka, dalam konteks ini, dapat dipahami mengapa Henry Robinson dalam *Five Philosophy books every entrepreneur should read* (2015) menyatakan bahwa wirausahawan perlu membaca lima buku filsafat ini yakni *Apology* (Plato), *Self-Reliance* (Ralph Waldo Emerson), *Pragmatism* (William James), *Politics and the English Language* (George Orwell), dan *Twilight of the Idols* (Friedrich Nietzsche). Bagi saya, relevansi pemikiran Nietzsche dalam memahami karakter wirausahawan menarik untuk dikaji. Tidak saja karena pemikiran Nietzsche, dalam lingkup filsafat, sangat provokatif, paradoks, dan khas, melainkan tekanan pada otonomi individu, *spirit changeable, insecure, uncertainty*, kesadaran akan *contingency*, menarik untuk dipahami dalam era disruptif ini (Sedgwick, 2007).

Maka masalah yang ingin dijawab melalui makalah ini adalah apa hakikat pemikiran Nietzsche tentangn manusia super dan relevansinya dalam memahamai karakter wirausahawan? Tesis dasar yang ingin dibela melalui makalah ini adalah bahwa citra manusia super menurut Nietzsche, dalam era ini, tidak lain dari para wirausahawan itu sendiri. Wirausahawan perlu memahami pemikiran Nietzsche tentang manusia super atau *übermensch* ini. Karena citra wirausahawan sama dengan konsep *übermensch* dalam pemikiran Nietzsche.

## 2. METODE PENELITIAN

Riset eksplorasi kepustakaan khas filsafati ini menggunakan metode *content analysis* dan sistesis kritis. Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, pertama-tama dilakukan pembacaan mendalam terhadap buku-buku, jurnal-jurnal, artikel ilmiah, dan artikel populer yang berkaitan dengan topik ini dari berbagai sumber kepustakaan yang diperoleh. Catatan-catatan berupa pandangan-pandangan yang dibuat berdasarkan sumber-sumber kepustakaan tersebut kemudian dikomparasi, dianalisis, dan dibuat sintesis filsafati guna merumuskan dan mendeskripsikan suatu konsep yang lengkap dan utuh tentang pandangan Nietzsche tentang *übermensch* dan kesepadannya dengan gambaran tentang citra seorang wirausahawan.

Metode ini umumnya digunakan dalam penelitian filsafat. Dengan mengutip Ross (2011), Kani, Sa'ad, dan Ali (2015) mengatakan bahwa riset filsafati bukan sebuah eksperimen, survey, atau statistik empiris melainkan dilakukan dengan '*reasoning and arguing, detecting fallacies/nonsense, distinguishing the apriori from the aposteriori, conceptual analysis,...*' (Kani, et.all, 2015). Singkatnya, metode penelitian khas filsafat tidak lain dari *conceptual analysis and justification* (Kani et.all, 2011, Ross, 2011). Josh (2016) menyebut metode penelitian filsafat sebagai '*higher-order*' reading. Hasil pembacaan atau analisis konseptual secara filsafati adalah sebuah pemahaman yang memadai dan mendalam atas makna dan kebenaran '*a priori*' dengan terpenuhinya kondisi-kondisi mutlak sebuah teori ilmiah (Eder, Lawler, van Riel, 2020). Smith dan Small (2017) menyatakan bahwa metode filsafati itu tidak lain dari "*the analysis, clarification, and criticism of the language, concepts, and logic of the ends and means of human experience*". Dengan mengutip Sheffield (2004) Smith dan Small (2017) menerangkan bahwa istilah *analyse, clarify* dan *criticize* menunjukkan perangkat atau alat metodologi filsafati. Melalui analisis, ide-ide atau konsep-konsep yang kompleks dapat dipilah, dilihat hubungan logis antar ide, dapat dipahami dan diungkapkan makna terdalam yang terkandung di dalamnya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Wirausahawan

Wirausahawan atau “*entrepreneur*” memiliki beragam pengertian. Istilah yang diterapkan dalam bisnis oleh ekonom Prancis, Cantillon, tersebut menunjuk pada orang atau agen yang membeli sarana-sarana produksi dan menggabungkannya untuk menghasilkan produk untuk dipasarkan. Jean Baptiste Say merumuskan wirausahawan sebagai pelaku ekonomi yang menyatukan semua sarana produksi: tenaga kerja, modal, dan tanah untuk memperoleh keuntungan. Schumpeter merumuskan wirausahawan sebagai individu yang memperkenalkan sesuatu yang baru dalam ekonomi (metode, produk, sumber daya, pasar, dan sebagainya). *The New Encyclopedia Britannica* (2021) mengartikan wirausahawan sebagai “*an individual who bears the risk of operating a business in the face of uncertainty about the future conditions*”. Secara umum, wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk mengeksplorasi, mendirikan, mengelola, dan berhasil menjalankan perusahaan beserta risikonya guna menghasilkan keuntungan. Mereka adalah seorang inovator dengan ide-ide dan produk baru.

Mathews (2018) menyatakan bahwa wirausahawan memiliki karakter kepribadian yang khas dan menonjol, yakni inovatif, *value-creation, recognition, evaluation and pursuit of an opportunity in different contexts unique, distinctive and consistent in different situations of interaction need for achievement, internal locus of control, persistence, determination, risk-taking, and independence*. Di samping itu, wirausahawan juga memiliki pemikiran, motivasi, hasrat untuk berprestasi, otonom, pro-aktif, dan mencari cara baru dalam menjalankan bisnis, produk baru, dan jasa baru (Mathews, 2018; Kerr et.al.; 2017; Rojas, 2021). Karakter ini bukan kemampuan bawaan melainkan diciptakan dengan mengasah kebiasaan (Rojas, 2021). Kebiasaan yang perlu dikembangkan adalah memelihara motivasi, hasrat, visi, kepercayaan pada diri-sendiri, dan kebenaran untuk mengatasi tantangan dengan mengambil keputusan secara tepat.

Jika kita secara cermat membaca filsafat Nietzsche tentang kepentingan-diri dan obsesi Nietzsche untuk mewujudkan ‘manusia super’, jelas bahwa ‘manusia super’ atau ‘*übermensch*’ yang diidolakan Nietzsche tidak lain dari para wirausahawan bisnis. Tetapi dalam arti tertentu, pandangan Nietzsche tentang manusia super jauh lebih mendalam dan menyeluruh ketimbang pemahaman kita tentang wirausahawan. Keutamaan-keutamaan wirausahawan bisnis seperti *ability to take a risk, innovation, visionary and leadership quality, open-minded, flexible, dan know your product*, harus dilihat sebagai bagian dari keutamaan hidup secara umum. Pemikiran Nietzsche menunjukkan bagaimana setiap orang menjadi ‘wirausahawan kehidupan’. Dengan demikian banyak hal dapat dipelajari para wirausahawan dari pemikiran Nietzsche tentang manusia super.

#### *Übermensch*

Cybulska (2021) menunjukkan bahwa istilah *Übermensch* yang untuk pertama kali muncul dalam tulisan Nietzsche *Thus Spoke Zarathustra* dan sering diterjemahkan sebagai *Superman, Overman*, atau bahkan *beyond-man* merupakan sebuah visi moral kehidupan. Seorang manusia super adalah orang yang hidup dengan kekuatan individualitasnya; orang dengan jiwa yang tertata; memiliki kekuatan *passion*; manusia ideal dengan roh bebas untuk menciptakan nilainya sendiri dan menghancurkan nilai lama; seorang individu dengan jiwa heroik; tidak mengasingkan diri melainkan kembali ke dirinya sendiri; seorang pengembara dan pahlawan bagi dirinya. Seorang *übermensch* adalah ‘penyair hidupnya’ sendiri; menguasai nasibnya sendiri (Cybulska, 2021). Secara singkat, Nanuru (2021), Sunardi (1996), dan Hardiman (2007) menyebut ciri utama *Übermensch* yakni orang yang memiliki kehendak untuk berkuasa (*the will to power*). Karena hanya dengan kehendak semacam ini manusia dapat merealisasikan tujuan hidupnya sendiri. Kemelaratan, penderitaan, tantangan, dan konflik menjadi dasar tidak hanya sekedar menguasainya melainkan merealisasikan potensinya (Nanuru, 2021). Manusia unggul adalah



manusia yang berhasrat untuk melampaui dan mengatasi dirinya sendiri sebagai perwujudan dari kehendak untuk berkuasa (Sunardi, 1996). Manusia yang hidup dengan kebebasan dan keinginan untuk berkuasa (menguasai diri dan dunia).

Randall Firestone (2017) menunjukkan 10 ciri utama manusia super menurut Nietzsche. Bagi Nietzsche, "*übermensch*", "*overman*", atau "*superman*" adalah manusia yang menghidupi kehidupannya sendiri dengan melampaui batas-batas alamiah kemanusiaannya. Firestone menyebut: *self-determination* (penentuan-diri sendiri), *creativity* (kreatif), *becoming* (aktif), *overcoming* (mengatasi tantangan), *discontent* (tidak pernah puas diri), *flexibility* (fleksibel), *self-mastery* (penguasaan diri), *self-confidence* (percaya diri), *cheerfulness* (gembira), dan *courage* (berani). Secara umum, bagi Nietzsche hidup yang baik adalah hidup yang sadar diri, dinamis, penuh semangat, dan unik dalam mengupayakan pengembangan diri, kreativitas, pengalaman baru, *insight-insight* baru, serta petualangan-petualangan baru. Ini adalah "manusia ideal", manusia dengan mental 'tuan' bagi dirinya sendiri (bukan 'budak'), manusia yang menjadikan diri dan hidupnya sebagai pusat makna, tujuan, dan moralitas.

Citra manusia ideal ini dibahasakan secara berbeda dalam karya-karya Nietzsche, seperti "master" (tuan) dalam *Beyond Good and Evil*; individu yang berdaulat dalam *On the Genealogy of Morals*, kepribadian Zarathustra dalam *Thus Spoke Zarathustra*; Dionysian-Apollinian dalam *The Birth of Tragedy*, jiwa yang bebas dalam *All Too Human* (Firestone, 2017). Kebajikan atau keutamaan hidup tertinggi yang diidolakan Nietzsche adalah:

1. Penentuan diri (*self-determination*). Yang dimaksud dengan penentuan diri sendiri adalah mengupayakan 'otentisitas', lepas dari tradisi, dan arus utama pemikiran masyarakat. Orang yang sungguh-sungguh memiliki pandangan, ide, perspektif, penilaian, pendapat, dan nilai mereka sendiri berdasarkan alasan dan pertimbangan pribadi bukan sekedar mengikuti pandangan mainstream, komunitas, masyarakat, negara, bahkan agama (Kierkegaard menyebutnya sebagai mentalitas 'kawan'). Orang yang menentukan nasib sendiri menurut Nietzsche adalah orang yang otonom, berdaulat, berpikiran bebas, selalu mempertanyakan, mandiri, nonkonformis, bahkan dengan guru mereka.
2. Kreatif (*creativity*): sebagai seorang nihilistik Nietzsche menempatkan manusia sebagai subjek yang tidak memiliki makna dan tujuan tunggal dan universal bagi semua orang. Semua orang harus menciptakan makna, tujuan, nilai, atau moralitas baru bagi hidupnya sendiri. Dengan begitu hidup orang menjadi otentik, unik, dan kreatif. Ini merupakan karakter manusia mulia. Manusia mulia adalah pencipta nilai. Allah, tradisi, dan sejarah telah mati. Anda harus menciptakannya sendiri. Menurut Walter Kaufmann, filsafat Nietzsche merayakan kreativitas tanpa henti untuk menunjukkan orisinalitas, kebaruan, dinamis, dan kebangkitkan untuk memelihara naluri kehidupan. Yang perlu dikagumi adalah individu kreatif, bukan individu yang sekedar 'meneruskan' sejarah, 'mengidolakan' tradisi, atau 'menghamba' pada kebiasaan lama. *Übermensch* adalah orang yang melihat dan menginterpretasikan dunia setiap hari dengan cara baru; menciptakan keindahan hidupnya sendiri. Nietzsche menegaskan, satu-satunya hal yang perlu diusahakan adalah "telinga baru untuk musik baru. mata baru untuk hal-hal terjauh. hati nurani baru untuk kebenaran yang sampai sekarang tetap bodoh. Tetapi untuk itu anda perlu berjuang. Dengan berjuang anda menjadi pencipta" (Firestone, 2017).
3. Menjadi (*becoming*). Hidup bagi Nietzsche tidak lain dari mengembangkan diri terus-menerus. Hidup itu selalu 'menjadi' (*becoming*) yakni melangkah lebih jauh dari masa lampau, 'memberontak' melawan rutinas yang mandek masa kini, dan 'meninggalkan kepastian yang sudah ada' kini dan di sini untuk 'petualangan' yang tak terbatas dan tak pasti di masa depan. Ya, manusia hidup dengan selalu 'menjadi'. Orang yang takut melakukannya, memelihara kehidupan yang nyaman dan monoton, mereka hanya 'ada' (*be*) tetapi telah

berhenti ‘menjadi’ (*becoming*). Mereka telah kehilangan kegembiraan dalam pertumbuhan diri, kegembiraan melepaskan masa lalu untuk menciptakan masa depan baru dan diri baru, kegembiraan menjadi dengan "mengatasi diri sendiri". Nietzsche menulis, “Apa itu hidup? —Hidup — itu terus menerus menyiram sesuatu yang akan mati” (Firestone, 2017). Hukum tertinggi kehidupan bagi Nietzsche tidak lain dari "mengatasi diri sendiri" .

4. Mengatasi (*overcoming*). Ketika beberapa agama dan filsafat mengajarkan agar manusia mencari kehidupan yang bahagia, damai, penuh ketenangan jiwa, puas, dan menghindari persaingan, perselisihan, kesulitan, sakit hati, dan rintangan, Nietzsche justru menyatakan bahwa manusia membutuhkan tantangan untuk hidup. Karena hanya dengan mengatasi tantangan-tantangan itulah jiwa, hasrat, dan energi kehidupan manusia menyembur keluar. Mengatasi tantangan merupakan cara manusia tumbuh menjadi lebih besar dan kuat. Ciri pertama *ubermensch* adalah terus-menerus mengatasi diri sendiri. Tantangan tidak hanya membuat manusia mengatasi dunia luar melainkan juga mengalahkan ketakutan, keraguan, keterbatasan, resiko, kecelakaan, kelemahan bahkan juga ‘takdir’ diri sendiri .
5. Ketidakpuasan (*discontent*). Kebijakan klasik dalam Taoisme dan Budhisme mengajarkan agar manusia berbaur dan menyatu dengan alam; menerima diri dan orang lain apa adanya; berdamai dengan diri dan memadamkan keinginan; atau kebajikan kristiani mengajarkan sikap syukur, berpuas diri, dan ‘menyerah’ pada penyelenggaraan Ilahi. Tetapi Nietzsche membuat pembalikan radikal dengan menekankan sikap tak pernah merasa puas; terus berusaha untuk lebih; merangkul dan mengejar keinginan; berani mengambil resiko, berusaha untuk memenangkan situasi disruptif dan orang yang menghalangi kita mencapai tujuan kita kita. Singkatnya, sebuah model hidup yang ‘tak pernah puas’. Karena dari sinilah dunia baru bisa diciptakan, menggapai apa yang umumnya dianggap tidak mungkin. Dengan demikian hidup kita ditinggikan. Nietzsche menulis, "Yang hebat dalam diri manusia adalah bahwa dia adalah jembatan dan bukan tujuan" (Firestone, 2017).
6. Fleksibilitas (*flexibility*). Bagi Nietzsche aturan, nilai, standar, moral, situasi, bahkan juga iman, bukanlah sesuatu yang perlu diturunkan, baku, mutlak, dan berlaku universal. Sebagai makhluk yang bebas dan otonom dalam menentukan nasibnya sendiri, manusia harus menciptakan ide, standar, nilai, tujuan, bahkan ‘iman’ mereka sendiri untuk menjalani dan membimbing hidup mereka. Semua acuan itu bersifat sementara, berubah, dan fleksibel. Sikap tidak fleksibel menghambat kreativitas, Bagi Nietzsche, standar moral yang berlaku sama bagi semua orang merupakan sesuatu yang kontraproduktif. Karena kenyataannya ada banyak orang, masyarakat, standar moralitas, dengan demikian juga perspektif yang berbeda-beda. Seperti halnya ada banyak jenis orang dan masyarakat, demikian juga harus ada banyak moralitas yang dapat diterima.
7. Penguasaan diri (*self-mastery*). Meskipun ‘manusia super’ adalah orang yang berjiwa bebas dan tidak dibatasi oleh pandangan konvensional, pada saat yang sama adalah orang yang tahu diri, disiplin diri, menguasai diri sendiri. Konsep Nietzsche tentang *the will to power* (kehendak untuk berkuasa), dimaksudkan bukan terutama dalam pengertian menguasai orang atau dunia di luar individu (apalagi dengan jalan kekerasan) melainkan menguasai, mendisiplinkan, dan mengatasi diri sendiri. Penguasaan atas diri sendiri memungkinkan orang menguasai keadaan, alam, makhluk lain, bahkan juga atas ‘takdir’. Manusia yang mulia menghormati dirinya sendiri sebagai orang yang kuat, tahu kapan berbicara dan kapan diam; orang yang keras terhadap dirinya sendiri.
8. Percaya diri (*self-confidence*). Salah satu penolakan Nietzsche terhadap kekristenan adalah tekanan kristianitas pada kelemahan manusia, kesalahan, dosa, merasa malu, dan belas kasihani. Belas kasihan itu merendahkan orang lain, menganggap dan membuat orang lain merasa gagal; membuat orang malu dengan diri sendiri, merasa tidak layak untuk sukses, merasa tidak layak untuk bahagia dan puas; dan menguras rasa percaya diri pada diri sendiri.

Dan disisi lain, belaskasihani menutup pintu orang yang dikasihani untuk maju dan sukses. Pada hal orang akan produktif, sukses, dan maju ketika ia tak nyaman dengan dirinya sendiri; ingin berguna bagi orang lain; ketika ia bangga dengan kemenangan, pencapaian, kreasi, dan kemenangan dalam situasi konkret kehidupan. Nietzsche mengatakan, "Jiwa yang mulia memiliki penghormatan untuk dirinya sendiri" (Firestone, 2017). Kita tidak perlu merasa bersalah karena nafsu, balas dendam, marah, ingin memimpin, atau mendominasi orang lain. Karena atribut semacam ini merupakan ciri manusia normal. Sukses itu dimulai dengan membangun kepercayaan pada diri sendiri untuk menjadi diri sendiri.

9. Kegembiraan (*cheerfulness*). Manusia mulia bagi Nietzsche adalah manusia gembira dengan kehidupan; yang menerima tantangan hidup dengan tangan terbuka; yang menghargai tragedi dan peluang; yang menghargai kesulitan sekaligus keceriaan. Seperti anak kecil, orang yang mulia harus menjelajahi kehidupan dengan rasa kagum dan takjub, dengan penderitaan dan kegembiraan, dengan sukses dan gagal, dengan sakit dan sehat, dengan senyum dan air mata, yang tidak terhalang oleh penilaian masyarakat. Manusia mulia itu adalah orang yang menjadikan kehidupan realnya sebagai 'surga' atau 'nirwana'.
10. Berani (*courage*). *Übermensch* adalah orang yang kuat dan berani menjadi pemimpin, menghadapi tantangan, mendominasi situasi dan orang lain, serta melakukan perubahan. Keberanian dan kekuatan itu diperoleh dengan melatih dan menghidupi keinginan untuk berkuasa. Pemimpin yang sukses tahu bagaimana menggunakan keinginan untuk berkuasa tanpa takut untuk menaklukkan, mencapai, mengatasi, mendominasi, dan menjadi pemenang dari setiap tantangan yang ada. Manusia super adalah mereka berani bermimpi ketika orang lain telah meninggalkan harapan, mereka yang berani maju ketika orang lain telah mundur, mereka berani mengatasi ketika orang lain telah menyerah, dan mereka berani untuk berhasil ketika orang lain merasa gagal. Keberanian yang dimaksud Nietzsche bukan terutama keberanian fisik melainkan keberanian spiritual: berpikir, ide, semangat, dan energi baru yang 'menghidupkan' untuk mewujudkan tujuan hidup pribadi.

### **Wirausahawan: *Übermensch***

Wirausahawan adalah orang yang mampu menentukan dan menguasai diri sendiri; kreatif; becoming; menantang dan mengatasi resiko; tak pernah puas; menghidupi *the will to power*; *flexible*; disiplin; terus belajar; dan berani berubah.

Ray Hennessey (2013), menyatakan bahwa pemikiran Nietzsche memberikan 5 inspirasi penting bagi para wirausahawan saat ini dalam berbisnis, yakni:

1. Keberanian mengatasi tantangan (*challenge*) dalam bentuk berhala-berhala yang harus disingkirkan. Dalam bisnis, berhala itu tampak pada orang, bidang, situasi status quo yang diyakini sebagian besar pasar tidak dapat diubah. Pada hal Nietzsche mengajarkan bahwa tidak ada yang sempurna, tidak ada yang kekal, tidak ada yang absolut, tidak ada yang kebal dari perubahan. Berhala itu adalah peluang yang harus diatasi.
2. *Creative chaos*. Ekonom, pebisnis, atau wirausahaan harus menjadi "*übermensch*", "*superman*", "*overman*", manusia super, atau manusia mulia. Manusia yang selalu haus, tak terpuaskan, dan berhasrat untuk maju. Dalam Spoke Zarathustra, Nietzsche menulis, "Saya katakan: seseorang harus tetap memiliki ketidakpuasan dalam dirinya sendiri, untuk melahirkan seorang bintang yang menari". Maka selalu ada korelasi antara kreativitas, dorongan, dan sedikit kegilaan, terutama bagi wirausahawan. Berhenti dari pekerjaan yang sekarang bisa merupakan sebuah kegilaan tetapi dengan itu anda bisa mengubah hidup anda dengan menyerahkan diri pada bisnis. Kekacauan atau ketidakpuasan melahirkan kreativitas. Bisnis selalu mulai dari kegilaan.

3. Sukses dalam bisnis adalah hasil dari latihan, ‘perang’ dan belajar. Belajar dari yang lain dan sekaligus menjadi kreatif dan ‘mengatasi’ yang lain. “Ayah” yang baik dianggap memberi jalan dan berpengaruh bagi hidup Nietzsche. Di sini Nietzsche menghadapi paradoks. Ia membutuhkan yang lain (ayah) untuk mengatasi yang lain (ayah). Bisnis membutuhkan mentor tetapi sekaligus melampaui mentor.
4. Tahu diri dan kuasai diri dalam masa depan, sekarang, dan masa lalu. Nietzsche percaya bahwa masa depan mempengaruhi masa kini seperti halnya masa lalu. Menoleh ke masa lalu untuk menemukan masalah bisnis yang dapat diselesaikan adalah satu hal. Mengembangkan rencana untuk memperbaiki masalah tersebut adalah hal lain. Memahami dan mampu mengartikulasikan rencana dan tujuan pribadi dan bisnis sering dianggap sebagai kunci sukses. Visibilitas yang objektif tentang pasar, pelanggan, dan kemampuan diri sangat penting. Memahami di mana anda ingin berada membantu anda membuat keputusan yang tepat sekarang.
5. *Getting stongger*. Dalam *Twilight of the Idols*, Nietzsche mengatakan, "keluar dari sekolah perang kehidupan: Apa yang tidak membunuhku membuatku lebih kuat". Pemimpin bisnis belajar dari kesalahan. Sering, semakin besar kesalahannya, semakin banyak pengalaman yang didapat. Dihancurkan oleh pesaing, terlibat dalam pertempuran dengan mitra bisnis, atau memfokuskan pikiran pada balas dendam yang konstruktif membuat pebisnis lebih kuat. Kegagalan dan kekalahan menjadi jembatan pencarian jiwa, hasrat, dan kemenangan berharga di masa depan.

### **Bisnis: Cara manusia “mengada”**

Keutamaan-keutamaan manusia super seperti diuraikan di atas sejatinya merupakan keutamaan wirausahawan. Dari perspektif ekonomi, wirausahawan adalah manusia-manusia super. Para pebisnis dan wirausahawan pertama-tama bukan sekedar menangkap peluang usaha, mengelola sarana-sarana produksi secara efektif dan efisien, mengkalkulasi untung-rugi secara tepat, melainkan orang yang terus ‘menghidupi’ roh, hasrat, passion, energi, spirit untuk “mengada” sebagai pribadi melalui bisnis. Wirausahawan itu menunjuk pada karakter, kepribadian, atau cara manusia “mengada”.

Peter Sedgwick (2007) menunjukkan bahwa pandangan Nietzsche tentang ekonomi bertolak dari pemahaman Nietzsche tentang manusia. Seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis, bermula dan berakhir pada aktivasi semangat, energi, hasrat memuliahkan manusia itu sendiri (Sedgewick, 2007). Manusia menjadi ukuran bagi seluruh aktivitas ekonomi. Meminjam istilah Heidegger, ekonomi dan bisnis merupakan cara manusia ‘mengada’ dengan ‘mengatasi’ diri sendiri. Pandangan Ekonomi Nietzsche merupakan sebuah perspektif ‘ekonomi eksistensial’. Hakikat manusia dalam perspektif Nietzsche purely economic (Sedgewick, 2007).

Perlu pula ditegaskan bahwa bagi Nietzsche, terutama dalam bidang ekonomi, tidak ada ukuran yang pasti tentang nilai dan moralitas dalam relasi ekonomi dan bisnis. Karena bagi Nietzsche, nilai dan moralitas itu plural, tidak mutlak, berubah-ubah. Anda yang mestinya menciptakan secara baru nilai-nilai tersebut. Sejarah, narasi, dan tradisi adalah bagian dari masyarakat. Jangan percaya pada tradisi, sejarah, narasi, komunitas, masyarakat, atau praktik-praktik konvensional. Semuanya harus diatasi. Dengan demikian orang menjadi dirinya sendiri. Bisnis dan wirausahaan hanya mungkin ketika orang merawat dan mengembangkan karakteristik manusia super ala Nietzsche.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Filsafat pada umumnya dan teori tentang karakteristik ‘manusia super’ menurut Nietzsche cocok dengan gambaran tentang citra para pebisnis dan wirausahawan dalam ekonomi. Wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk mengeksplorasi, mendirikan,



mengelola sumber daya untuk meraih keuntungan. Yang diperlukan bagi seorang wirausahawan adalah sikap inovatif, kreatif, visioner, otonom, bebas, hasrat untuk berprestasi, berani mengatasi 'diri sendiri', pro-aktif, dan mencari cara baru dalam menjalankan bisnis, produk baru, dan jasa baru. Karakter semacam ini cocok dengan citra 'manusia super' menurut pandangan Nietzsche yakni yang memiliki kehendak untuk berkuasa, berani, kreatif, aktif, percaya diri, tidak pernah puas dengan diri sendiri, mengatasi diri sendiri dan dunia, bebas, serta pencipta nilainya sendiri. Maka dari pemikiran Nietzsche tentang 'manusia super', wirausahaan bisa belajar tentang otonomi diri, berani mengatasi tantangan, kesadaran bahwa sukses dan gagal dalam bisnis merupakan sekolah kehidupan, selalu kreatif serta inovatif.

### Ucapan Terima Kasih

Kami ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Direktur Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumangara atas kesempatan dan dukungan dana operasional yang diberikan kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini.

### REFERENSI

- Eder, Anna-Maria A.; Lawler, Insa; van Riel, Raphael. (2020). "Philosophical methods under scrutiny: introduction", *Synthese* 197: pp. 915–923, publish online 30 Maret 2020 dari <https://doi.org/10.1007/s11229-018-02051-2>
- Firestone, R. (2017). "Nietzsche's Best Life: The Ten Greatest Attributes of the Übermensch, & a Comparison to Aristotle's Virtuous Person". *Open Journal of Philosophy*, Vol. 7, No. 03, pp. 377-407, diakses online 1 Agustus 2021 dari <https://doi.org/10.4236/ojpp.2017.73020>
- Hardiman, Budi. (2007). *Filsafat Modern : Dari Machiavelli sampai Nietzsche*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hennessey, Ray. (2013). "5 Lessons Entrepreneurs Can Learn From German Philosophers Friedrich Nietzsche". *Entrepreneur Asia Pacific*. Diakses online dari <https://www.entrepreneur.com/article/229673>
- Josh, Denver. (2016). "What is Philosophical Methodology?", *The Oxford Handbook of Philosophical Methodology*, Oxford University Press, Oxford, diakses online 30 Maret 2021 edisi 2018 dari [www.oxfordhandbooks.com](http://www.oxfordhandbooks.com)
- Kani, Umar Muahamad dan Sa'ad, Tata Ali. (2015). "Is There a Philosophical Research Method in Education?". *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, Volume 5, Issue 3 Ver. III (May - Jun. 2015), PP 21-23. Diakses online dari <http://www.iosrjournals.org/iosr-jrme/papers/Vol-5%20Issue-3/Version-3/D05332123.pdf>
- Ross, G. M. (2011). "Philosophical Research Method in Education. Manchester: Subject Centre for Philosophical and Religious Studies of the Higher Education Academy". Diakses online dari [www.philosophy.leeds.ac.uk](http://www.philosophy.leeds.ac.uk)
- Sheffield, E. (2004). "Beyond Abstraction: Philosophy as a Practical Qualitative Research Method". *The Qualitative Report*, 9(4), 760-769
- Sedgwick, Peter R. (2007). *Nietzsche's Economy: Modernity, Normativity and Futurity*. Palgrave MacMillan. New York.
- Smith, Juliana & Small, Rosalie. (2017). "Is It Necessary to Articulate a Research Methodology When Reporting on Theoretical Research?", *Current Business and Economics Driven Discourse and Education: Perspectives from Around the World BCES Conference Books*, Vol 15. Sofia: Bulgarian Comparative Education Society, diakses 5 Agustus 2020 dari [https://bces-conference-books.org/onewebmedia/2017.202-208.Juliana.Smith\\_Rosalie.Small.pdf](https://bces-conference-books.org/onewebmedia/2017.202-208.Juliana.Smith_Rosalie.Small.pdf)

- Sunardi St. (1996). *Nietzsche*. LKIS. Yogyakarta.
- Ross, Alex. (2019). "Nietzsche's Eternal Return Why thinkers of every political persuasion keep finding inspiration in the philosopher", *Annals of Philosophy* October 14 Issue, <https://www.newyorker.com/magazine/2019/10/14/nietzsches-eternal-return>
- Reginster, Bernard. (2015). "The Entrepreneurial Philosophy, diakses dari <https://www.brown.edu/initiatives/summer-b-lab/news/2015-06/entrepreneurial-philosophy-professor-bernard-reginster>
- Caoile, Patrick. (2016). "Entrepreneurship philosophy defined", *Inquirer.net*, diakses dari <https://business.inquirer.net/210324/entrepreneurship-philosophy-defined>
- Reinert, Hugo, & Reinert, Erik S. (2020). "Creative Destruction in Economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter", diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/226027214\\_Creative\\_Destruction\\_in\\_Economics\\_Nietzsche\\_Sombart\\_Schumpeter](https://www.researchgate.net/publication/226027214_Creative_Destruction_in_Economics_Nietzsche_Sombart_Schumpeter)
- Brookes, Ian. (2020). "What the Greek Philosophers Can Teach Us about Entrepreneurship", (30 November 2020, <https://thefactory.tech/what-the-greek-philosophers-can-teach-us-about-entrepreneurship/>
- Mathews, Jose. (2018). "Entrepreneurial Personality: A Configurational Approach", *Colombo Business Journal*, Vol. 09, No. 01, June, 2018, diakses Online 20 Agustus 2021 dari DOI: <http://doi.org/10.4038/cbj.v9i1.22>
- Nicholas Miller, Nicholas. (2017). "5 Reasons Why Philosophy Majors Make Great Entrepreneurs". Diakses dari <https://www.entrepreneur.com/article/295699>
- Reid Hoffman, Reid. (2021). "The Philosopher- Entrepreneur, Applying High-Level Thinking to Real-World Business", diakses online dari <https://greylock.com/greymatter/the-philosopher-entrepreneur/>
- Ekong, Joseph Thomas. (2021). "Philosophy of Entrepreneurship". Diakses dari <https://www.domuni.eu/en/learning/philosophy-entrepreneurship/>
- Miller, Nicholas. (2017). "5 Reasons Why Philosophy Majors Make Great Entrepreneurs". Diakses dari <https://www.entrepreneur.com/article/295699>
- Robinson, Henry. (2015). "Five Philosophy books every entrepreneur should read". Diakses dari <https://www.wework.com/ideas/professional-development/5-philosophy-books-every-entrepreneur-should-read>
- Kerr, Sari Pekkala, Kerr, William R. & Tina Xu. (2017). "Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature"; *Harvard Business School*, working paper 18-047, diakses online 20 Agustus 2021 dari [https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/18-047\\_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf](https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/18-047_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf)
- Nanuru, Ricardo F. (2020). "Übermensch: Konsep Manusia Super Menurut Nietzsche", diakses dari [https://www.academia.edu/1036281/The\\_Concept\\_of\\_Ubermensch\\_According\\_to\\_Friedrich\\_Nietzsche?auto=download](https://www.academia.edu/1036281/The_Concept_of_Ubermensch_According_to_Friedrich_Nietzsche?auto=download)
- Cybulska, Eva. (2015). "Nietzsche's Übermensch: A Hero of Our Time?", *Philosophy NOW* diakses online dari <https://philosophiablogdotnet.files.wordpress.com/2015/11/nietches-superman.pdf>