

Cognitive Dissonance, Business Longevity, and Spiritual Values of Business in Bali Post-Pandemic

Ni Made Cantika Putri Aristya Sandy, Auditia Setiobudi*, Teofilus

Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra Surabaya, CitraLand CBD

Boulevard, Made, Kec. Sambikerep Surabaya, Indonesia

*auditia.setiobudi@ciputra.ac.id

Abstract

This study refers to a phenomenon among Balinese business practices that is faced with new situations so that a conflict arises between beliefs and something that must be lived but is considered contrary to attitudes. The new situation is the impact of the pandemic that can affect business continuity. The purpose of this study was to examine the effect of Cognitive Dissonance on Business Longevity and the effect of Cognitive Dissonance on Business Longevity moderated by Spiritual Values. The research method used is quantitative method and purposive sampling as sampling. The data obtained were then processed with SPSS. This study has a sample of 120 respondents who are business practices in Badung, Bali. The results showed that Cognitive Dissonance had a significant effect on Business Longevity. Moreover, there is no moderating effect exerted by Spiritual Value in the relationship between Cognitive Dissonance and Business Longevity. However, this study found that Spiritual Values can have a partial effect on Business Longevity.

Keywords: Business Longevity, Cognitive Dissonance, Spiritual Values

PENDAHULUAN

Perubahan ekonomi dan penurunan kegiatan yang terjadi pada bisnis di Bali yang diakibatkan oleh terjadinya pandemi Covid-19 Keadaan ini dapat berdampak pada keberlangsungan usaha dan berujung pada suatu keraguan apakah usaha dapat berlangsung dengan umur yang panjang atau tidak. Di samping itu, Bali memiliki nilai spiritualitas tinggi yang terlihat melalui kegiatan keagamaan yang kental dan diidentifikasi dapat menjadi salah satu dasar dalam berperilaku maupun bertindak.

Bali merupakan salah satu pulau yang ada di Indonesia yang menjadi destinasi wisata mancanegara dan dikenal dengan sebutan pulau seribu pura. Bali sebagai salah satu tujuan pariwisata nasional bahkan internasional sampai pada tahun 2019 mengalami perkembangan yang pesat. Namun di masa pandemi seperti saat ini, Bali menjadi salah satu provinsi yang terkena dampak cukup parah. Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2020) mengenai pertumbuhan perekonomian Provinsi Bali terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2021. Pertumbuhan ekonomi Bali pada kuartal satu tahun

2020 tumbuh secara negatif sebesar 1,14% yang diduga akibat dari dampak Covid-19 Data yang diterbitkan melalui *website* resmi Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2021) tercatat terjadi jumlah penurunan kunjungan wisatawan mencapai 99,99% dari yang awalnya sebesar 55.403 pengunjung menjadi hanya 22 pengunjung pada bulan Agustus 2020.

Keadaan inilah yang menyebabkan beberapa pelaku usaha di Bali mengalami kekhawatiran terhadap usaha yang dijalani. Laporan lain dari Badan Pusat Statistik menjelaskan bahwa Badung adalah kabupaten di Bali yang paling terkena dampak ekonomi dari pandemi Covid-19 Hal ini dipicu oleh lumpuhnya sektor pariwisata di pulau Dewata akibat sepi pengunjung. Sepinya pengunjung akibat dari Covid-19 inilah yang dapat menyebabkan *Cognitive Dissonance* pada para pelaku usaha. Beberapa pelaku usaha tetap membuka usaha di tengah pandemi Covid-19 meskipun menyadari adanya kemungkinan mengalami kerugian akibat sepi pengunjung. Ketika pelaku usaha menghadapi keadaan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan harus menerima keadaan

serta situasi baru, untuk tetap membuka usaha atau menutup sementara usaha merupakan keputusan yang penting. Hal tersebut menyebabkan adanya konflik antara keyakinan dan suatu hal yang harus dijalani menyebabkan perasaan tidak nyaman oleh para pelaku usaha. *Cognitive Dissonance* menggambarkan bahwa individu berusaha keras untuk menuju konsistensi dengan mencoba merasionalisasikan keadaan demi mengurangi ketidaknyamanan psikologis yang dialami (Metin & Camgoz, 2011).

Selain *Cognitive Dissonance* ada aspek lain yang dapat menjadi pertimbangan para pelaku usaha khususnya di Bali dalam menjalankan usahanya. Aspek tersebut adalah *Spiritual Values* yang dimiliki oleh masing-masing pelaku usaha. Berdasarkan data hasil Sensus Penduduk 2020, dengan jumlah total penduduk sebanyak 4,32 Juta Jiwa, mayoritas atau sebanyak 3,71 juta jiwa (86,8%) penduduk di Pulau Dewata beragama Hindu. Ajaran agama Hindu di Bali memiliki tiga kerangka dasar yang menjadi pondasi dalam menjalani kehidupan. Tiga kerangka tersebut yaitu *tattwa*, tata susila dan upacara (Adwitya Sanjaya, 2018). Para pelaku usaha di Bali memiliki kepercayaan dan nilai spiritual yang sampai saat ini dipercaya dapat membawa bisnis memiliki umur yang panjang.

Prinsip menjalankan sebuah usaha dalam agama Hindu dapat dikaitkan dengan konsep Tri Hita Karana (Hutasoit & Wau, 2017). Prinsip tersebut dapat dideskripsikan sebagai kesadaran diri yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Tuhan yang disebut Parahyangan meliputi perbuatan baik sebagai wujud bakti. Berdasarkan kesadaran tersebut seorang pelaku usaha dapat meningkatkan kapabilitasnya untuk mengatur suatu usaha (Pancawati, 2020). *Spiritual Values* yang dimiliki pelaku usaha mampu meminimalkan tingkat *Cognitive Dissonance* yang dirasakan karena dapat menguatkan komitmen para pelaku usaha untuk mengembangkan usaha yang dimiliki dan digunakan untuk memotivasi, menggerakkan, dan mempengaruhi keputusan. Hal tersebut juga berguna untuk meningkatkan produktivitas, kreativitas dan fleksibilitas dalam menjalankan usaha sehingga perencanaan usaha dapat diimplementasikan (Muafi, 2020; Rezapouraghdam *et al.*, 2019). Perencanaan usaha yang diimplementasikan dapat membawa usaha memiliki umur yang panjang dengan dapat beradaptasi secara agresif dengan perubahan lingkungan yang cepat melalui eksplorasi peluang (K. Sharma & Dixit, 2017).

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan dari penelitian ini adalah terjadi penurunan pendapatan pada usaha di Bali yang diakibatkan oleh Covid-19. Keadaan ini menimbulkan *Cognitive Dissonance* yang dapat berdampak pada keberlangsungan usaha dan keraguan apakah usaha dapat berlangsung dengan umur yang panjang (*Business Longevity*) atau tidak.

Selain itu berdasarkan ulasan pada latar belakang di atas, *Spiritual Values* para pelaku usaha juga dapat menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan dalam keberlangsungan suatu usaha yang dijalani. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini akan berfokus pada pembahasan *Cognitive Dissonance*, *Spiritual Values* dan *Business Longevity* sebagai variabel penelitian.

Cognitive Dissonance

Cognitive Dissonance menjelaskan bagaimana perilaku manusia ketika dihadapkan dengan situasi atau informasi yang dianggap bertentangan atau kontra terhadap sikap (Festinger, 1957). Menurut Aronson (1969) *dissonance* disebabkan saat seorang individu bertindak dengan cara yang bertentangan dengan perasaan pada dirinya agar orang lain menganggap dirinya sebagai seorang yang kompeten dan konsisten. Menurut Harmon *et al.*, (2009) *Cognitive Dissonance* berbasis aksi yang mewakili kecenderungan pada tindakan dimana individu termotivasi untuk mengurangi disonansi agar tindakan yang bertentangan tidak mengganggu tindakan yang efektif. Menurut Sweeney *et al.* (2000), *Cognitive Dissonance* dibentuk oleh tiga indikator yaitu: *Emotional*, *Wisdom of Decision Making*, dan *Concern Over The Decision Making*.

Spiritual Values

Spiritualitas merupakan hubungan batin yang di dalamnya meliputi pencarian nilai universal yang dapat membawa individu untuk menemukan identitas, pemahaman akan keterhubungan serta empati yang berhubungan dengan sumber kehidupan (Raco *et al.*, 2019). Memiliki spiritualitas di tempat kerja merupakan konteks dari perilaku individu dalam usaha untuk dapat mencapai tujuan dari usaha di bangun yaitu mencapai kelanggengan usaha dalam jangka waktu lama (Fry, 2005; Heryjanto, 2019). Konsep spiritualitas dalam menjalankan sebuah usaha berdasarkan konsep agama Hindu didasari oleh pendekatan kultur lokal yang disebut Tri Hita Karana. Ajaran Tri Hita Karana merupakan simbol keyakinan agama Hindu dalam menjaga hubungan yang harmonis sebagai dasar dalam kehidupan (Wijaya, 2022). Dalam konsepnya, pelaku usaha yang menjalani suatu usaha memiliki tiga unsur hubungan, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan (Parahyangan). Hubungan manusia dengan manusia (Pawongan). Serta hubungan manusia dengan lingkungan (Palemanan) (Artana, 2016). Menurut Büssing (2019) *Spiritual Values* dibentuk dalam tiga indikator yaitu: *Perceptions of Religious Belief*, *Affective Responses Towards Religion* dan *Behavioral Responses Towards Religion*.

Business Longevity

Business Longevity dapat diartikan sebagai kelanggengan suatu usaha dalam jangka waktu lama yang merupakan tujuan dari usaha di bangun (Heryjanto, 2019). Sharma & Dixit (2018) menyatakan bahwa untuk dapat mencapai bisnis yang memiliki jangka panjang diperlukan sumber daya (RBV). Ahmad *et al.*, (2019) mengemukakan ada lima aspek yang dapat membawa perusahaan meningkatkan kemampuan untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama dan mencapai *Business Longevity*, lima aspek tersebut meliputi keuangan, perspektif strategis, orientasi pelanggan, pembelajaran dan pertumbuhan, serta produksi produk yang berkelanjutan. Selain itu, untuk mencapai *Business Longevity* dalam suatu usaha Ahmad *et al.* (2021) meyakini bahwa kemampuan dalam melakukan inovasi adalah kunci untuk keberlangsungan usaha jangka panjang.

Business Longevity atau kelanggengan usaha dapat diilustrasikan dalam lima tahapan yang disebut dengan 5S yaitu, *Start-Up, Struggle, Survival, Supremacy dan Sayonara* (Tjiptono, 2013). Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *Business Longevity* yang menurut (Ahmad *et al.*, 2019) adalah *Strategic Perspective, Customer Orientation, Financial Strength, Learning and Growth*, dan *Internal Capabilities*.

Pengaruh Cognitive Dissonance terhadap Business Longevity

Cognitive Dissonance di tempat kerja atau usaha umum terjadi dan secara signifikan disebabkan oleh perasaan yang bertentangan dengan sikap dan perilaku pelaku usaha (Ramachandran & Subramanian, 2017). Ketika dihadapkan oleh situasi yang bertentangan dengan keyakinan, pelaku usaha sering merasakan ketidakpuasan pribadi, kesulitan dan ketegangan yang dapat terjadi secara permanen sehingga mengakibatkan penurunan kinerja pada usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Pfeffer (1994) menemukan hasil bahwa dengan meningkatkan potensi sumber daya manusia pada usaha melalui penciptaan lingkungan yang positif dan memotivasi dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shah & Lacaze (2018) yang menyatakan bahwa *Cognitive Dissonance* memoderasi efek positif dari etika kerja pada kepuasan kerja dan kinerja pada suatu usaha. Etika kerja mengarah ke tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi untuk *Cognitive Dissonance* yang terendah. Mencapai kepuasan kerja pada usaha dapat membawa usaha mencapai keberlanjutan usaha jangka panjang Suriyankietkaew & Kantamara (2019). Berdasarkan paparan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ada pengaruh *Cognitive Dissonance* terhadap *Business Longevity*

Pengaruh Cognitive Dissonance terhadap Business Longevity dimoderasi oleh Spiritual Values

Dalam suatu usaha, pekerja yang lebih berorientasi spiritual cenderung menunjukkan nilai yang lebih tinggi dalam melakukan pekerjaan dan tugasnya (Vasconcelos, 2021). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Khatimah (2021), ditemukan hasil bahwa persepsi keyakinan para pelaku usaha tentang *Spiritual Values* mempengaruhi keberhasilan usaha yang dijalani. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mahdani (2017) juga memperoleh hasil bahwa spiritualitas individu berpengaruh secara positif terhadap sikap kerja positif.

Pemenuhan nilai spiritual para pelaku usaha dipercaya dapat meningkatkan energi positif dan sikap yang lebih positif sehingga memberikan keuntungan pada usaha. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Muafi, 2020) menemukan hasil bahwa *Spiritual Values* berpengaruh positif dan signifikan terhadap umur panjang suatu bisnis atau *Business Longevity*. Penemuan lain mengatakan bahwa ada persepsi yang relatif negatif terhadap bagaimana spiritualitas dapat dikaitkan dengan pekerjaan dalam usaha sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut (Foster & Foster, 2019). Berdasarkan paparan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

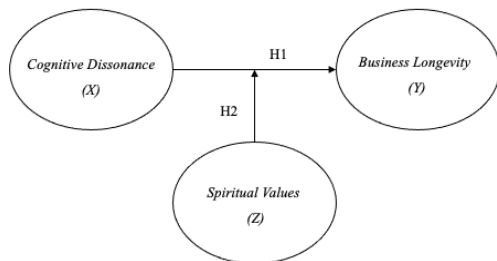
H₂: Ada pengaruh *Cognitive Dissonance* terhadap *Business Longevity* yang dimoderasi *Spiritual Values*.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan jenis data subjek (*Self-Report Data*) karena data dihasilkan dari opini, sikap dan pengalaman responden. sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan model *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah (1) Responden memiliki usaha, (2) Usaha yang dimiliki responden minimal telah berdiri selama satu tahun, (3) Usaha terletak di Kabupaten Badung (4) Responden yang beragama Hindu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi terbatas, yaitu para pelaku usaha di kabupaten Badung, Bali. Berdasarkan tabel perhitungan jumlah sampel Issac dan Michael diperoleh sampel berjumlah 120 responden.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, *Cognitive Dissonance* sebagai variabel independen (X), variabel dependen (Y) yaitu *Business Longevity*

dan variabel moderasi (Z), yaitu *Spiritual Values*. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert*. Skala yang diberikan menggunakan skor 1 (STS) sampai dengan 5 (SS) untuk mengukur pendapat, sikap maupun persepsi individu pemilik bisnis.



Gambar 1. Kerangka Konsep Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

Penelitian ini memiliki total 69 item pernyataan yang kemudian disaring melalui tahapan pretest kepada 50 responden sehingga menghasilkan item pernyataan valid sebanyak 49 item. Pengujian instrumen dilakukan dengan melakukan uji Validitas yang meliputi *Exploratory Factor Analysis* (EFA)-*Confirmatory Factor Analysis* (CFA), uji Reliabilitas dan uji *Common Method Biases* (CMB) guna menghindari terjadinya eror saat melakukan pengujian data (Bagozzi et al., 1991).

Profil Responden

Karakteristik responden dalam *gender* didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 54,2%. Seluruh responden pada penelitian ini memiliki keyakinan atau beragama Hindu dan memiliki usaha di Kabupaten Badung. Responden yang terlibat dalam penelitian ini memiliki jenis usaha didominasi oleh usaha yang bergerak di industri penyediaan akomodasi sebesar 43%. Usaha yang dimiliki responden didominasi oleh usaha yang telah berdiri selama lebih dari 5 tahun dengan persentase 55%. Sebanyak 85% usaha responden tetap buka di tengah pandemi dan sisanya sebesar 15% memutuskan untuk tutup. Secara garis besar, alasan responden menutup usahanya adalah karena dampak dari pandemi.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan beberapa uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, dan uji heterokedastitas. Pada Uji Normalitas, peneliti menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji menemukan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0.200. Selanjutnya pada uji Heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan metode Glejser untuk melihat hasil pada uji model yang memiliki efek moderasi. nilai signifikansi pada seluruh variabel dalam model penelitian memiliki

nilai signifikansi > 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa pada model penelitian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi

Pengujian regresi yang dihasilkan pada penelitian ini menunjukan hasil uji F, Uji t dan Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R Square).

Tabel 1. Hasil Uji Regresi dengan Variabel Moderator

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3,748	,333	
CD	-,229	,050	-,382
SV	,191	,068	,234
2 (Constant)	4,006	,744	
CD	-,354	,326	-,590
SV	,132	,168	,161
MOD_1	,029	,076	,205

Penelitian ini melihat efek moderasi dengan membandingkan hasil uji regresi dengan metode MMR (Moderated Multiple Regression). Pengujian ini membandingkan hasil nilai beta pada model tanpa efek moderasi dan model dengan efek moderasi. Ditemukan hasil bahwa nilai koefisien beta mengalami penurunan yang berarti variabel *Spiritual Values* sebagai moderator memberikan efek yang melemahkan signifikan.

Nilai signifikansi pada kedua model yaitu $0,000 < 0,05$ (Tabel 2), maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen pada kedua model diatas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	19,053	,000 ^b
2 Regression	12,660	,000 ^c

a. Dependent Variable: BL
 b. Predictors: (Constant), SV, CD
 c. Predictors: (Constant), SV, CD, MOD_1

Hasil uji t (Tabel 3) pada model pertama menunjukkan nilai t hitung variabel *Cognitive Dissonance* sebesar -4,594 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti dapat dinyatakan bahwa secara parsial *Cognitive Dissonance* berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel *Business Longevity*. Kemudian pada model kedua yaitu model dengan efek moderasi menunjukkan hasil yang berbeda dimana nilai t hitung pada variabel *Cognitive Dissonance* sebesar -1,085 dengan signifikansi $0,280 > 0,05$. Pada variabel *Spiritual Values* sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara *Cognitive Dissonance* dan *Business Longevity* memiliki nilai t hitung sebesar 0,388 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,699 > 0,05$. Berdasarkan pada

hasil uji t pada model kedua (model dengan efek moderasi) dapat dinyatakan bahwa *Spiritual Values* sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara *Cognitive Dissonance* dan *Business Longevity* tidak memberikan pengaruh yang signifikan karena nilai signifikansi $> 0,05$

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	11,240	,000
CD	-4,594	,000
SV	2,813	,006
2 (Constant)	5,382	,000
CD	-1,085	,280
SV	,786	,434
MOD_1	,388	,699

Namun, dapat dilihat kembali pada model pertama yaitu model tanpa efek moderasi, Variabel *Spiritual Values* memiliki nilai t hitung sebesar 2,813 dengan signifikansi $0,006 < 0,05$ yang berarti dapat dinyatakan bahwa secara parsial *Spiritual Values* berpengaruh terhadap *Business Longevity* sebagai variabel independen bukan sebagai variabel moderator.

Pembahasan

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini erat dengan kegiatan wirausaha, yakni keberlangsungan suatu usaha. Pandemi Covid-19 membuat para pelaku usaha menghadapi keadaan yang sebelumnya belum pernah terjadi. Hal tersebut merupakan pengalaman yang baru dan terjadi secara tiba-tiba. Para pelaku usaha tidak sempat untuk membuat langkah antisipasi dan harus menerima keadaan dan situasi yang baru. Keputusan untuk tetap bertahan membuka usaha atau menutup sementara usaha yang sedang dijalankan menjadi suatu keputusan yang penting. Di tengah ketidakpastian ini, pemenuhan nilai spiritual para pelaku usaha dipercaya dapat meningkatkan energi positif dan sikap yang lebih positif. Penelitian ini menguji pengaruh variable tersebut.

Sebelum terjadi Pandemi Covid-19, jumlah wisatawan Bali selalu meningkat. Bali merupakan salah satu tujuan wisata nasional dan internasional. Bali memiliki daya tarik tersendiri mulai dari alam, budaya, religi, kuliner, wisata, akomodasi dan masih banyak lagi. Aktivitas dan kegiatan di Bali selalu ramai. Jumlah bisnis juga berkembang seiring dengan tingginya peminat atau permintaan pasar domestik maupun asing. Berbagai bisnis yang berkembang di Bali mendukung kegiatan pariwisata yang ada, seperti dibangunnya vila baru yang lebih lengkap dan menarik, restoran baru dengan tampilan dan menu yang lebih lengkap, jasa perjalanan maupun wisata yang lebih bervariasi.

Saat pandemi Covid-19 terjadi, banyak bisnis yang terkena dampaknya bahkan sampai harus menutup usahanya. Beberapa bisnis juga harus

memotong biaya operasional bisnis dan memberhentikan karyawan. Pemerintah telah melakukan beberapa upaya dan memberlakukan beberapa kebijakan. Di tengah keterbatasan ini, beberapa usaha baru juga mulai bermunculan. Hal yang menarik adalah adanya beberapa bisnis yang masih mencoba bertahan walaupun sudah mulai sepi pengunjung karena adanya pembatasan perjalanan bahkan jam operasional usaha.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa secara parsial *Cognitive Dissonance* memberikan pengaruh negatif signifikan terhadap *Business Longevity*. Terjadi fenomena *Cognitive Dissonance* yang dirasakan oleh para pelaku usaha dan berdampak pada kelangsungan usaha. *Cognitive Dissonance* sebagai variabel independen belum pernah diteliti untuk memberikan pengaruh secara langsung terhadap *Business Longevity*. Namun ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shah & Lacaze (2018) bahwa *Cognitive Dissonance* memberikan efek moderasi dari etika kerja pada kepuasan kerja dan kinerja pada suatu usaha. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suriyankietkaew & Kantamara (2019) yang menyatakan bahwa etika kerja mengarah pada tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi dengan tingkat *Cognitive Dissonance* terendah.

Pada variabel *Spiritual Values* sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara *Cognitive Dissonance* dan *Business Longevity* tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Namun, dapat dilihat kembali pada model satu bahwa Variabel *Spiritual Values* secara parsial berpengaruh terhadap *Business Longevity* sebagai variabel independen bukan sebagai variabel moderator. Hasil yang menunjukan *Spiritual Values* memberikan pengaruh signifikan terhadap *Business Longevity* didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Khatimah (2021) yang menemukan hasil bahwa persepsi keyakinan para pelaku usaha tentang *Spiritual Values* mempengaruhi keberhasilan usaha yang dijalani. Penelitian yang dilakukan oleh Vasconcelos (2021) juga menemukan bahwa beberapa pelaku usaha meyakini dengan memiliki nilai spiritual dalam menjalankan usaha dapat membantu pengusaha dalam menjalankan usaha hingga mencapai kesuksesan.

Pandemi Covid-19 belum sepenuhnya dilalui, tapi situasi mulai membaik. Pembatasan pada perjalanan mulai dilonggarkan sehingga wisatawan mulai berdatangan. Usaha baru juga mulai bermunculan. Kegiatan keagamaan juga mulai dapat dilakukan bersama-sama. Keberlangsungan bisnis dapat terjadi jika pelaku usaha secara konsisten melakukan inovasi.

Simpulan

Berdasarkan hasil keseluruhan dari temuan pada penelitian ini, ditemukan bahwa Variabel

Cognitive Dissonance memberikan pengaruh yang negative terhadap *Business Longevity*. Terjadi fenomena *Cognitive Dissonance* yang dirasakan oleh para pelaku usaha khususnya di Kabupaten Badung, Bali sehingga berdampak pada keberlangsungan usaha. Hal ini berdampak pada keberlangsungan usaha sehingga mempengaruhi suatu usaha untuk dapat mencapai *Business Longevity*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *Spiritual Values* yang berperan sebagai moderasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap hubungan *Cognitive Dissonance* dan *Business Longevity*. Namun ditemukan hasil bahwa jika *Spiritual Values* diposisikan sebagai variabel independen maka *Spiritual Values* dapat memberikan pengaruh pada *Business Longevity*. *Spiritual Values* yang dimiliki pelaku usaha dapat meningkatkan kemungkinan suatu usaha untuk mencapai *Business Longevity*.

Penelitian ini dilakukan secara terbatas di salah satu wilayah tujuan wisata saja. Pengembangan penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan memperluas cakupan area/wilayah penelitian di daerah wisata lainnya karena Indonesia memiliki sangat banyak destinasi wisata dan keunikannya masing-masing. Sangat memungkinkan penelitian dilakukan di daerah lain dengan karakter yang berbeda. Dampak pandemi Covid-19 dapat juga beragam antara satu daerah dengan daerah lain karena keunggulan daerah yang berbeda. Bagi pelaku usaha di kabupaten Badung, Bali disarankan untuk dapat terus meningkatkan segala aspek pada usaha sehingga memiliki keunggulan kompetitif demi keberlangsungan bisnis jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adwitya Sanjaya, P. K. (2018). Etika Bisnis Dan Entrepreneurship Dalam Pembangunan Ekonomi Bali: Dalam Perspektif Hindu. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama Dan Kebudayaan*, 18(1), 93–101. <https://doi.org/10.32795/ds.v1i18.106>
- Ahmad, S., Omar, R., & Quoquab, F. (2019). Corporate Sustainable Longevity: Scale Development and Validation. *SAGE Open*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/2158244018822379>
- Ahmad, S., Omar, R., & Quoquab, F. (2021). Family firms' sustainable longevity: the role of family involvement in business and innovation capability. *Journal of Family Business Management*, 11(1), 86–106. <https://doi.org/10.1108/JFBM-12-2019-0081>
- Aronson, E. (1969). The theory of cognitive dissonance: A current perspective. *Advances in experimental social psychology*, 4, 1–34..
- Artana, I. W. (2016). Tri Hita Karana Meningkatkan Kualitas Modal Manusia Dari Perspektif Kesehatan. *Piramida*, 10(2), 100–105.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Ekonomi Bali Tumbuh Negatif 1, 14 % Imbas Covid-19*
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing Construct Validity in Organizational Research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421–458. <http://www.jstor.org/stable/2393203>
- Büssing, A. (2019). *Measures of spirituality/religiosity (2018)*. MDPI-Multidisciplinary Digital Publishing Institute.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance* (Vol. 2). Stanford university press.
- Foster, S., & Foster, A. (2019). The impact of workplace spirituality on work-based learners. *Journal of Work-Applied Management*, 11(1), 63–75. <https://doi.org/10.1108/jwam-06-2019-0015>
- Fry, L. W. (2005). *Introduction to the leadership quarterly special issue: Toward a paradigm of spiritual leadership*.
- Harmon, J. E., Amodio, D. M., & Harmon, J. C. (2009). Chapter 3 Action-Based Model of Dissonance. A Review, Integration, and Expansion of Conceptions of Cognitive Conflict. In *Advances in Experimental Social Psychology* (1st ed., Vol. 41, Issue 08). Elsevier Inc. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)00403-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)00403-6)
- Heryjanto, A. (2019). Peran Visi Bagi Kelanggungan Bisnis Keluarga. *Praxis*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24167/praxis.v2i1.2104>
- Hutasoit, H., & Wau, R. (2017). Menuju Sustainability Dengan Tri Hita Karana (Sebuah Studi Interpretif Pada Masyarakat Bali). *Business Management Journal*, 13(2), 151–168. <https://doi.org/10.30813/bmj.v13i2.917>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Bali Tetap Kuat di Tengah Pandemi*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/bali-tetap-kuat-di-tengah-pandemi/>
- Khatimah, H. K. (2021). Karakteristik Wirausaha dan Spiritualitas sebagai Penentu Keberhasilan Usaha UMKM di Jawa Barat. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan ...*, 88349033(83). <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/jrak/article/view/2408>
- Mahdani. (2017). Spiritual Tempat Kerja, Sikap Kerja Positif, dan Spiritualitas Individual Karyawan (Studi pada PT. Pupuk Iskandar Muda (Persero) Lhokseumawe). *Jurnal E-KOMBIS*, III(1), 17–31.
- Metin, I., & Camgoz, S. (2011). The advances in the history of cognitive dissonance theory. *International Journal of Humanities and Social*. 1(6), 131–136. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol._1_No._6;_June_2011/14.pdf

- Muafi, M. (2020). Nexus Between Islamic Spiritual Value, Cognitive Dissonance, Perceived Social Status, and Business Longevity. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i1.13714>
- Pancawati, N. (2020). Spiritual Entrepreneur: Konsep Kewirausahaan Dalam Perspektif Hindu. *Jayapangus Press Books, 1934*, 101–114. <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/JPB/article/download/528/522>
- Raco, J., Ohoitumur, J., & Sobon, K. (2019). Spirituality: The Power of Entrepreneurship. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 9(1), 28–35. <https://doi.org/10.5195/emaj.2019.161>
- Ramachandran, B. J., & Subramanian, R. (2017). *Cognitive Dissonance Impact of GST Implementation Perception of Strata Property Owners in Malaysia*. 4, 28–31.
- Rezapouraghdam, H., Alipour, H., & Arasli, H. (2019). Workplace spirituality and organization sustainability: a theoretical perspective on hospitality employees' sustainable behavior. *Environment, Development and Sustainability*, 21(4), 1583–1601. <https://doi.org/10.1007/s10668-018-0120-4>
- Shah, J., & Lacaze, D. (2018). Moderating role of cognitive dissonance in the relationship of islamic work ethics and job satisfaction, turnover intention & job performance. *29ème Congrès AGRH 2018*, 1–19. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01901056/>
- Sharma, K., & Dixit, M. R. (2017). Live long and prosper: the search for business longevity. *Strategic Direction*, 33(11), 1–3. <https://doi.org/10.1108/SD-06-2017-0088>
- Sharma, K. R., & Dixit, M. R. (2018). Longevity challenges and leadership interventions: Strategy journeys of two Indian banks. *Business History*, 60(2), 178–201. <https://doi.org/10.1080/00076791.2017.1363735>
- Suriyankietkaew, S., & Kantamara, P. (2019). Business ethics and spirituality for corporate sustainability: a Buddhism perspective. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(3), 264–289. <https://doi.org/10.1080/14766086.2019.1574598>
- Sweeney, J. C., Hausknecht, D., & Soutar, G. N. (2000). Cognitive Dissonance after Purchase: A Multidimensional Scale. *Psychology & Marketing*, 17(5), 369–385.
- Tjiptono, F. (2013). Kelanggengan Entrepreneurship dalam Bentuk Bisnis Keluarga: Apa yang Telah dan Masih Perlu Diungkap. *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 2(2), 1–12.
- Vasconcelos, A. F. (2021). Individual spiritual capital: meaning, a conceptual framework and implications. *Journal of Work-Applied Management*, 13(1), 117–141. <https://doi.org/10.1108/jwam-08-2020-0038>
- Wijaya, I. G. B. (2022). *Etika kewirausahaan berdasarkan ajaran weda*. 1(1), 44–51.