BUSINESS MYSTICISM

Antara Akal, Logika, Spiritual dan Intuisi



Dr. Iendy Zelviean Adhari, M.M., M.E.
Frida Zakiyya Harasuna, M.Psi., Psikolog.

BUSINESS MYSTICISM

Antara Akal, Logika, Spiritual dan Intuisi

Dr. Iendy Zelviean Adhari, M.M., M.E.
Frida Zakiyya Harasuna, M.Psi., Psikolog.

Penerbit Widina

BUSINESS MYSTICISM

Antara Akal, Logika, Spiritual dan Intuisi

Penulis:
Dr. Iendy Zelviean Adhari, M.M., M.E.
Frida Zakiyya Harasuna, M.Psi., Psikolog.

Desain Cover:
Dr. Iendy Zelviean Adhari, M.M., M.E.

Sumber Ilustrasi:
www.claude.ai

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Frida Zakiyya Harasuna, M.Psi., Psikolog.

ISBN:
978-634-317-306-9

Cetakan Pertama:
Oktober, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Buku referensi ini lahir dari sebuah pengamatan atas paradoks yang mengakar dalam lanskap bisnis kontemporer, khususnya di Indonesia. Di satu sisi, dunia usaha mengagungkan rasionalitas, analisis data, dan strategi terukur sebagai pilar utama kesuksesan. Metrik, *key performance indicator*, dan proyeksi finansial menjadi bahasa universal di ruang rapat. Namun di sisi lain, pada saat yang bersamaan, tersembunyi sebuah realitas yang tak terucapkan namun jamak dipraktikkan, yaitu pelibatan intuisi, spiritualitas, bahkan mistisisme dalam pengambilan keputusan-keputusan krusial. Fenomena ini, yang sering kali dianggap tabu dalam diskursus akademik formal, merupakan sebuah realitas sosio-kultural yang membentuk cara para pelaku bisnis menavigasi ketidakpastian.

Urgensi penulisan buku ini didorong oleh kekosongan literatur yang menjembatani kedua dunia tersebut secara seimbang dan kritis. Selama ini, pembahasan mengenai mistik dalam bisnis lebih sering terperosok ke dalam dua ekstrem, antara penolakan mentah-mentah yang menganggapnya sebagai irasionalitas murni, atau penerimaan tanpa kritik yang cenderung bersifat dogmatis. Buku ini berupaya mengisi celah tersebut dengan memosisikan "*Business Mysticism*" sebagai sebuah fenomena multidisipliner yang layak dikaji secara ilmiah. Tujuannya bukan untuk memvalidasi atau menyangkal praktik-praktik tersebut, melainkan untuk membongkar dan menganalisis mengapa fenomena ini bertahan, bagaimana ia bekerja dari perspektif psikologi kognitif, dan apa implikasinya terhadap perilaku ekonomi dan budaya organisasi.

Dengan demikian, buku ini dirancang sebagai sebuah perjalanan intelektual bagi anda, akademisi, dan praktisi bisnis. anda akan diajak untuk tidak hanya melihat mistik sebagai produk budaya masa lalu, tetapi sebagai respons psikologis yang kompleks terhadap batas-batas rasionalitas manusia dalam menghadapi masa depan yang tak pernah sepenuhnya bisa diprediksi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat **Allah Azza wa Jalla** atas terbitnya buku *Business Mysticism*, sebuah karya yang mengangkat fenomena pengambilan keputusan dalam bisnis dari perspektif yang lebih luas. Buku ini tidak hanya membahas rasionalitas, data, dan logika, tetapi juga mengajak anda memahami peran intuisi, pengalaman, budaya, spiritualitas, nilai, simbol, serta keyakinan yang dalam kehidupan masyarakat dapat hadir dalam bentuk primbon, ritual, jimat, pertanda, hingga praktik yang dikenal sebagai klenik atau mistisisme.

Dalam kenyataan, dunia bisnis tidak selalu berjalan semata-mata berdasarkan angka dan perhitungan rasional. Ketika menghadapi ketidakpastian, manusia sering mencari makna, rasa aman, dan keyakinan melalui berbagai cara. Fenomena tersebut menarik untuk dipahami karena memperlihatkan bahwa manusia dalam mengambil keputusan merupakan makhluk ekonomi sekaligus sosial, budaya, psikologis, dan spiritual.

Saya menyarankan agar buku ini dibaca dengan seksama dan pikiran yang terbuka. Banyak fenomena yang dibahas mungkin dekat dengan kehidupan kita, bahkan sering terjadi dan dianggap sebagai sesuatu yang biasa, tetapi jarang dikaji secara kritis. Buku ini mengajak anda melihat kembali realitas tersebut dengan membedakan antara keyakinan dan fakta, intuisi dan bukti, simbol dan sebab-akibat, serta pengalaman subjektif dan pengetahuan yang dapat diverifikasi.

Keterbukaan tersebut bukan berarti menerima setiap keyakinan sebagai kebenaran, dan sikap kritis bukan pula berarti menolak sesuatu hanya karena belum sepenuhnya dapat dijelaskan. Justru, melalui pendekatan yang terbuka dan reflektif, anda diajak untuk memahami, mempertanyakan, dan menempatkan setiap fenomena secara proporsional.

Sebagai buku referensi akademik, *Business Mysticism* diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara manusia, bisnis, budaya, spiritualitas, dan pengambilan keputusan. Lebih dari sekadar memberikan jawaban, buku ini diharapkan membuka ruang dialog dan refleksi mengenai bagaimana manusia menghadapi ketidakpastian serta menentukan pilihan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Akhirnya, saya menyampaikan apresiasi kepada penulis atas keberanian menghadirkan tema ini ke dalam ruang akademik. Semoga buku ini memberikan manfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, dan masyarakat luas serta turut memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan praktik bisnis yang berintegritas dan berkeadaban.

Bandung, 1 Oktober 2026

Prof. Dr. Deni Kamaludin Yusup, M.Ag., CIFA.
Guru Besar UIN Sunan Gunung Djati Bandung
Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Islam

DAFTAR ISI

PRAKATA ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vi**
PENDAHULUAN ..... **xii**

BAGIAN I: FONDASI KONSEPTUAL DAN PSIKOLOGI MISTIK DALAM BISNIS 1
BAB 1: MISTERI KESUKSESAN DAN LIMITASI RASIONALITAS **3**
Tujuan Penulisan Bab 1 3
Pendahuluan 3
A. Anatomi Pelaku Usaha: Perbedaan Cara Berpikir Pedagang (Transaksional) dan Pebisnis (Sistemik) 6
B. Batas Kendali Manusia: Mengapa Kerja Keras Tidak Selalu Berbanding Lurus dengan Hasil (Faktor Ketidakpastian Pasar dan Risiko Luar Kendali) 9
C. Ruang Kosong Logika: Bagaimana Intuisi, Firasat, Pertanda, dan Akhirnya Mistisisme Masuk Mengisi Celah Ketidakpastian Tersebut 11
Rangkuman Bab 14
Evaluasi Pemahaman Materi 15

BAB 2: LANDASAN TEORETIS: PSIKOLOGI DAN KOGNISI MISTIK **21**
Tujuan Penulisan Bab 2 21
Pendahuluan 22
A. Mekanisme Kognitif: Bagaimana Otak Manusia Mencari Pola di Tengah Kekacauan (*Patternicity*) 23
B. Bias Kognitif dalam Bisnis: Efek Placebo, Bias Konfirmasi (*Confirmation Bias*), dan Ilusi Kendali (*Illusion of Control*) 28
C. Harapan sebagai Bahan Bakar Mental: Fungsi Psikologis Mistisisme sebagai Peredam Kecemasan (*Anxiety Buffer*) Menghadapi Kegagalan 33
Rangkuman Bab 37
Evaluasi Pemahaman Materi 37

BAB 3: AKAR SEJARAH DAN AKULTURASI KOSMOLOGI NUSANTARA 45
Tujuan Penulisan Bab 3 45
Pendahuluan 46
A. Kosmologi Rezeki: Konsep "Rezeki" dalam Pandangan Dunia (*Worldview*) Nusantara 47
B. Sejarah Sinkretisme: Jejak Animisme-Dinamisme, Pengaruh Kosmologi Hindu-Buddha, Akulturasi Islam (Misal: Primbon), dan Pengaruh Tradisi Niaga Tionghoa 52
Rangkuman Bab 57
Evaluasi Pemahaman Materi 58

BAGIAN II: TAKSONOMI MISTIK BISNIS (8 KATEGORI AKADEMIK) 65
BAB 4: KATEGORI 1 – MISTIK BERBASIS WAKTU (*TEMPORAL MYSTICISM*) 67
Tujuan Penulisan Bab 4 67
Pendahuluan 68
A. Kosmologi Waktu: Konsep Waktu Siklikal vs Linear dalam Bisnis ... 70
B. Praktik Perhitungan: Weton, Hari Baik (Pethangan), Sistem Kalender Lunar (Tionghoa), dan Astrologi Bisnis 74
C. Momentum Usaha: Menentukan Waktu Peluncuran Produk, Penandatanganan Kontrak, atau Pembukaan Cabang Berdasarkan Perhitungan *Temporal* 78
Rangkuman Bab 83
Evaluasi Pemahaman Materi 83

BAB 5: KATEGORI 2 – MISTIK BERBASIS RUANG (*SPATIAL MYSTICISM*) 91
Tujuan Penulisan Bab 5 91
Pendahuluan 92
A. Filosofi Ruang dan Energi: Bagaimana Ruang Diyakini Memiliki Vibrasi atau Aliran Energi Rezeki 94
B. Sistem Tata Ruang Tradisional: Aplikasi Feng Shui dan Vastu Shastra dalam Arsitektur Bisnis Modern 98
C. Arah dan Lokasi: Menentukan Arah Hadap Bangunan, Letak Meja Kasir, Hingga Pemilihan Lokasi Usaha Berdasarkan Pemetaan Metafisik 102
D. Studi Kasus: Analisis Tata Ruang pada Bisnis Ritel atau Korporasi yang Sukses 107
Rangkuman Bab 110
Evaluasi Pemahaman Materi 111

BAB 6: KATEGORI 3 – MISTIK BERBASIS BENDA (*MATERIAL/ARTIFACT MYSTICISM*).....119
Tujuan Penulisan Bab 6 119
Pendahuluan..... 120
A. Benda sebagai Medium Energi: Jimat Penglaris, Pusaka Warisan (Keris/Tombak), Patung Simbolis (Kucing Hoki/Maneki-Neko, Rupang Dewa Bumi), dan Penggunaan Kristal Pembersih Energi . 122
B. Semiotika Benda Bertuah: Bagaimana Benda Fisik Berfungsi sebagai Jangkar Psikologis (*Psychological Anchor*) untuk Membangun Rasa Percaya Diri Pengusaha 126
Rangkuman Bab..... 130
Evaluasi Pemahaman Materi..... 131

BAB 7: KATEGORI 4 – MISTIK BERBASIS RITUAL (*RITUALISTIC MYSTICISM*) 137
Tujuan Penulisan Bab 7 137
Pendahuluan..... 138
A. Antropologi Ritual Bisnis: Ritual sebagai Penanda Transisi dan Permohonan Restu Alam Semesta 139
B. Praktik Ritual Lokal: Selamatan Pembukaan Usaha, Sesajen Pelaris, Puja Bakti, Ritual Pindah Tempat Usaha, dan Syukuran Pencapaian Target 142
C. Ritual Korporasi Modern: Doa Bersama Sebelum Bekerja, Tradisi "Potong Tumpeng" Proyek, dan Bagaimana Ritual Ini Membangun Kohesi Sosial Tim..... 145
Rangkuman Bab..... 148
Evaluasi Pemahaman Materi..... 148

BAB 8: KATEGORI 5 MISTIK BERBASIS ANGKA DAN SIMBOL (*SEMIOTIC* & *NUMERICAL MYSTICISM*) 155
Tujuan Penulisan Bab 8 155
Pendahuluan..... 156
A. Numerologi Bisnis: Angka Keberuntungan (Misalnya Angka 8 atau 9) dan Angka Pantangan (Seperti Angka 4 atau 13) pada Nomor Kantor, Lantai, atau Harga Produk 157
B. Psikologi Warna Metafisik: Pemilihan Warna Logo dan Interior Berdasarkan Kecocokan Elemen Pemilik Usaha..... 162

C. Onomastika Bisnis: Pembuatan Nama Usaha, Logo, Maskot, dan Ikon Merek Menggunakan Perhitungan Mistis/Spiritual untuk Membangun Nilai Merek (*Brand Value*) 164
Rangkuman Bab 167
Evaluasi Pemahaman Materi 167

BAB 9: KATEGORI 6 – MISTIK BERBASIS TOKOH SPIRITUAL (*AGENTIC MYSTICISM*) 175
Tujuan Penulisan Bab 9 175
Pendahuluan 176
A. Mediasi Pihak Ketiga: Mengapa Pengusaha Membutuhkan Perantara Spiritual (Dukun, Paranormal, Guru Spiritual, Biksu, Pendeta, Ulama, Hingga Tokoh Adat) 177
B. Dinamika Konsultasi: Peran Mereka sebagai "Konsultan Spiritual" atau Penasihat Bayangan (*Shadow Advisor*) dalam Pengambilan Keputusan Strategis 180
C. Dilema Etika dan Batas Kepercayaan: Ketergantungan Psikologis dan Risiko Manipulasi Oleh Oknum Spiritual 183
Rangkuman Bab 185
Evaluasi Pemahaman Materi 186

BAB 10: KATEGORI 7 MISTIK BERBASIS LELUHUR DAN TRADISI (*ANCESTRAL & HERITAGE MYSTICISM*) 195
Tujuan Penulisan Bab 10 195
Pendahuluan 196
A. Penghormatan Leluhur: Ritual Penghormatan Leluhur dalam Bisnis Keluarga (Khususnya Tradisi Tionghoa dan Adat Lokal Nusantara) 197
B. Warisan Mitos Pendiri: Bagaimana Kisah Sukses dan "Pantangan" dari Pendiri Terdahulu Bertransformasi Menjadi Mitos Perusahaan yang Sakral 200
C. Budaya Organisasi Berbasis Tradisi: Menjaga Loyalitas dan Etos Kerja Karyawan Melalui Pelestarian Nilai Budaya Leluhur 203
Rangkuman Bab 205
Evaluasi Pemahaman Materi 206

BAB 11: KATEGORI 8MISTIK BERBASIS PERLINDUNGAN (*APOTROPAIC*/*PROTECTIVE MYSTICISM*).....215
Tujuan Penulisan Bab 11 215
Pendahuluan..... 216
A. Menghalau "Energi Negatif": Doa-Doa Khusus Perlindungan Bisnis, Pemasangan Simbol/Rajah Penolak Bala, dan Ritual Penyucian Tempat Usaha (Ruwatan/*Cleansing*) 218
B. Pantangan Dagang (Taboo): Memahami Larangan-Larangan Mistis dalam Berdagang (Misalnya Pantangan Melayani Pembeli Pertama dengan Cara Tertentu) sebagai Bentuk Proteksi Preventif 221
Rangkuman Bab..... 223
Evaluasi Pemahaman Materi 224

BAGIAN III: SISI ABU-ABU DAN DISTORSI MISTIK BISNIS 233
BAB 12: PESUGIHAN DAN JALAN PINTAS ILUSI KEKAYAAN 235
Tujuan Penulisan Bab 12 235
Pendahuluan..... 236
A. Fenomena Pesugihan di Nusantara: Sejarah, Ragam Praktik (Tuyul, Babi Ngepet, Kandang Bubrah), dan Analisis Sosiologisnya 237
B. Perspektif Agama dan Moral: Kehancuran Spiritual Akibat Transaksi Gaib..... 242
C. Dampak Sosial: Stigmatisasi Tetangga, Keretakan Keluarga, dan Kecurigaan Sosial terhadap Pengusaha yang Sukses Cepat ... 245
Rangkuman Bab..... 249
Evaluasi Pemahaman Materi 250

BAB 13: DISTORSI ATRIBUSI: MENYALAHKAN GAIB ATAS KEGAGALAN BISNIS 259
Tujuan Penulisan Bab 13 259
Pendahuluan..... 260
A. Kambing Hitam Metafisik: Kecenderungan Menyalahkan "Kiriman Gaib" Kompetitor Saat Bisnis Sepi/Bangkrut..... 261
B. Dekonstruksi Kegagalan: Memisahkan Serangan Metafisik dari Kegagalan Riil (Manajemen Keuangan Buruk, Perubahan Pasar, atau Kalah Bersaing Sehat)..... 265
C. Resiliensi Mental: Cara Bangkit dari Kemunduran Tanpa Terjebak dalam Delusi Mistis..... 267

Rangkuman Bab 270
Evaluasi Pemahaman Materi 271

BAGIAN IV: PERSPEKTIF GLOBAL DAN TANTANGAN MASA DEPAN 281
BAB 14: PRAKTIK MISTIK BISNIS GLOBAL: SEBUAH KOMPARASI 283
Tujuan Penulisan Bab 14 283
Pendahuluan 284
A. Asia Timur (Jepang & Tiongkok): Dari Kuil Shinto di Perkantoran Tokyo Hingga Jimat Omamori dan Feng Shui di Hong Kong 285
B. India: Vastu Shastra dan Puja Bisnis dalam Korporasi Modern India 288
C. Barat (Eropa & Amerika): Kebangkitan Astrologi Keuangan (*Financial Astrology*), Tarot Bisnis di *Wall Street*, dan Tren Meditasi/Kristal di *Silicon Valley* 289
Rangkuman Bab 291
Evaluasi Pemahaman Materi 292

BAB 15: MASA DEPAN MISTIK DI ERA *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) 301
Tujuan Penulisan Bab 15 301
Pendahuluan 302
A. AI vs Intuisi: Bagaimana *Big Data* dan Algoritma Bersaing dengan "Firasat" dan Ramalan Spiritual 303
B. Bertahankah Mistik?: Mengapa di Era Teknologi Super Canggih, Manusia Tetap Membutuhkan Elemen Mistis/Spiritual 306
C. Rekonsiliasi Akhir: Integrasi yang Sehat antara Logika Bisnis, Kearifan Budaya (Mistik Normatif), dan Spiritualitas Demi Kesuksesan yang Utuh 308
Rangkuman Bab 310
Evaluasi Pemahaman Materi 311

REFERENSI 321
GLOSARIUM 345

BAGIAN I:
FONDASI KONSEPTUAL DAN PSIKOLOGI MISTIK DALAM BISNIS

"Rasionalitas adalah kompas yang kita gunakan untuk menggambar peta, namun intuisi dan keyakinan adalah angin yang seringkali menentukan arah layar kapal kita di lautan ketidakpastian."

BAB 1:

MISTERI KESUKSESAN DAN LIMITASI RASIONALITAS

Tujuan Penulisan Bab 1

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menganalisis perbedaan fundamental dalam kerangka berpikir antara pedagang transaksional dan pebisnis sistemik.
2. Menjelaskan konsep ketidakpastian pasar dan risiko di luar kendali (*external risks*) sebagai batas dari rasionalitas perencanaan bisnis.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kerja keras tidak selalu berkorelasi linier dengan hasil yang dicapai dalam dunia bisnis.
4. Mendeskripsikan bagaimana celah ketidakpastian dalam logika bisnis menjadi pintu masuk bagi intuisi, firasat, dan keyakinan mistis.
5. Mengevaluasi peran psikologis dari keyakinan non-rasional dalam memberikan rasa kendali kepada pelaku usaha.
6. Memberikan contoh konkret mengenai situasi bisnis di mana logika dan data tidak lagi memadai untuk pengambilan keputusan.
7. Merumuskan argumen kritis mengenai limitasi model pengambilan keputusan yang murni rasional dalam konteks bisnis modern.

Pendahuluan

Setiap kisah sukses bisnis yang melegenda selalu menyisakan sebuah pertanyaan mendasar, apakah pencapaian luar biasa tersebut murni hasil dari strategi brilian, eksekusi tanpa cela, dan kerja keras tanpa henti? Atau, adakah faktor "X" yang tak terlihat, sebuah elemen keberuntungan, waktu

BAB 2:

LANDASAN TEORETIS: PSIKOLOGI DAN KOGNISI MISTIK

Tujuan Penulisan Bab 2

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep *patternicity* dan bagaimana mekanisme kognitif ini mendorong pencarian makna dalam peristiwa bisnis yang acak.
2. Menganalisis tiga bias kognitif utama (Efek Placebo, Bias Konfirmasi, Ilusi Kendali) dan perannya dalam memperkuat keyakinan mistis di dunia bisnis.
3. Mengidentifikasi fungsi psikologis mistisisme sebagai peredam kecemasan (*anxiety buffer*) dalam menghadapi ketidakpastian dan potensi kegagalan.
4. Mendiferensiasikan antara penjelasan evolusioner, kognitif, dan psikologis mengenai kecenderungan manusia pada keyakinan non-rasional.
5. Mengevaluasi bagaimana pemahaman terhadap bias kognitif dapat membantu pemimpin bisnis membuat keputusan yang lebih objektif.
6. Memberikan contoh konkret bagaimana Ilusi Kendali dapat memengaruhi perilaku pengambilan risiko seorang pengusaha.
7. Merumuskan argumen mengenai peran harapan dan narasi eksternal dalam membangun resiliensi mental pelaku usaha.

BAB 3:

AKAR SEJARAH DAN AKULTURASI KOSMOLOGI NUSANTARA

Tujuan Penulisan Bab 3

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep "rezeki" dalam pandangan dunia Nusantara dan membedakannya dari konsep profit atau pendapatan dalam ekonomi Barat.
2. Mengidentifikasi lapisan-lapisan historis utama yang membentuk sistem kepercayaan sinkretis di Nusantara, mulai dari animisme-dinamisme hingga pengaruh Tionghoa.
3. Menganalisis bagaimana jejak animisme dan dinamisme masih termanifestasi dalam praktik-praktik bisnis kontemporer.
4. Menjelaskan pengaruh kosmologi Hindu-Buddha, seperti konsep karma, terhadap etika dan strategi bisnis lokal.
5. Mendeskripsikan proses akulturasi antara ajaran Islam dengan mistisisme Jawa yang melahirkan sistem seperti Primbon.
6. Mengevaluasi kontribusi tradisi niaga Tionghoa, khususnya Feng Shui dan numerologi, dalam lanskap mistik bisnis di Indonesia.
7. Merumuskan argumen mengenai bagaimana pemahaman terhadap akar sejarah ini penting untuk menganalisis perilaku ekonomi masyarakat Indonesia secara lebih komprehensif.

BAGIAN II:
TAKSONOMI MISTIK BISNIS
(8 KATEGORI AKADEMIK)

"Logika dan data adalah mesin sebuah usaha, namun keyakinan, ritual, dan tradisi seringkali adalah minyak pelumas yang membuatnya berjalan mulus melewati medan ketidakpastian."

BAB 4:

KATEGORI 1 – MISTIK BERBASIS WAKTU (*TEMPORAL MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 4

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Membedakan secara konseptual antara pandangan waktu linear dan waktu siklikal serta implikasinya terhadap strategi bisnis.
2. Mengidentifikasi berbagai sistem perhitungan waktu mistis yang digunakan dalam bisnis di Nusantara, seperti Weton, kalender lunar, dan pethangan.
3. Menjelaskan logika internal di balik praktik penentuan hari baik untuk aktivitas bisnis krusial.
4. Menganalisis bagaimana kosmologi waktu memengaruhi persepsi seorang pengusaha terhadap konsep momentum dan peluang.
5. Mengevaluasi potensi konflik dan sinergi antara penentuan waktu berbasis data pasar (*market timing*) dan penentuan waktu berbasis perhitungan mistis (*mystical timing*).
6. Memberikan contoh konkret penerapan mistisisme *temporal* dalam keputusan bisnis seperti peluncuran produk atau ekspansi.
7. Merumuskan argumen kritis tentang fungsi psikologis dari praktik-praktik ini dalam mengelola ketidakpastian yang berkaitan dengan masa depan.

BAB 5:

KATEGORI 2 – MISTIK BERBASIS RUANG (*SPATIAL MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 5

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan filosofi dasar yang memandang ruang bukan sebagai wadah kosong, melainkan sebagai medium yang dialiri energi.
2. Mengidentifikasi prinsip-prinsip utama dari sistem tata ruang tradisional seperti Feng Shui dan Vastu Shastra.
3. Menganalisis bagaimana pemilihan lokasi dan arah bangunan diyakini memengaruhi keberhasilan sebuah usaha.
4. Memberikan contoh konkret penerapan mistisisme spasial dalam penataan interior bisnis, seperti letak pintu, meja kasir, dan ruang kerja direktur.
5. Mengevaluasi studi kasus tentang penerapan tata ruang mistis dan menginterpretasikannya dari perspektif psikologis maupun metafisik.
6. Merumuskan argumen mengenai bagaimana penataan ruang yang "harmonis" dapat berfungsi sebagai plasebo organisasi yang meningkatkan moral dan produktivitas.
7. Mengembangkan kerangka berpikir kritis untuk membedakan antara prinsip desain ergonomis yang terbukti secara ilmiah dengan klaim-klaim metafisik murni.

BAB 6:

KATEGORI 3 – MISTIK BERBASIS BENDA (*MATERIAL/ARTIFACT MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 6

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep teoretis bagaimana benda-benda mati diyakini dapat menjadi medium atau wadah bagi energi supranatural.
2. Mengidentifikasi dan membedakan berbagai kategori benda mistis dalam bisnis, mulai dari jimat lokal, pusaka warisan, hingga ikon-ikon global.
3. Menganalisis fenomena penggunaan kristal dan objek *New Age* dalam konteks bisnis kontemporer.
4. Menjelaskan konsep semiotika dan bagaimana benda bertuah berfungsi sebagai simbol atau penanda makna.
5. Menerapkan teori jangkar psikologis (*psychological anchor*) untuk menganalisis fungsi benda-benda mistis dalam membangun kepercayaan diri.
6. Mengevaluasi bagaimana sebuah objek dapat menjadi perpanjangan dari identitas dan narasi kesuksesan seorang pengusaha.
7. Merumuskan argumen kritis tentang hubungan antara keyakinan pada benda bertuah dengan bias kognitif seperti Efek Placebo.

BAB 7:

KATEGORI 4 – MISTIK BERBASIS RITUAL (*RITUALISTIC MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 7

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan fungsi ritual dari perspektif antropologi sebagai penanda transisi dan mekanisme untuk mengelola ketidakpastian.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis berbagai praktik ritual bisnis lokal di Nusantara, seperti selamatan, sesajen, dan syukuran.
3. Membedakan antara tujuan instrumental (teknis) dan tujuan simbolis (ekspresif) dari sebuah tindakan dalam konteks bisnis.
4. Menganalisis bagaimana ritual-ritual tradisional seperti potong tumpeng diadaptasi dan tetap relevan dalam lingkungan korporasi modern.
5. Menerapkan konsep kohesi sosial untuk menjelaskan bagaimana ritual bersama dapat memperkuat ikatan dan identitas tim.
6. Mengevaluasi bagaimana ritual berfungsi sebagai sarana untuk membingkai aktivitas bisnis dalam narasi makna yang lebih besar.
7. Merumuskan argumen kritis mengenai peran ritual sebagai alat manajemen budaya organisasi.

BAB 8:

KATEGORI 5
MISTIK BERBASIS ANGKA DAN SIMBOL
(*SEMIOTIC & NUMERICAL MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 8

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep dasar numerologi dan mengapa angka-angka tertentu dianggap memiliki kualitas keberuntungan atau kesialan.
2. Menganalisis penerapan numerologi dalam keputusan bisnis, seperti penentuan harga produk, nomor kantor, dan plat nomor kendaraan.
3. Menjelaskan bagaimana psikologi warna dan asosiasi metafisiknya digunakan dalam perancangan logo dan interior bisnis.
4. Memahami konsep onomastika dan bagaimana nama usaha dapat dipilih atau dirancang berdasarkan perhitungan mistis.
5. Mengevaluasi peran simbol, ikon, dan maskot dalam membangun nilai merek (*brand value*) dari perspektif semiotika dan mistis.
6. Merumuskan argumen tentang bagaimana angka dan simbol dapat berfungsi sebagai heuristik (jalan pintas mental) dalam persepsi konsumen.
7. Mengembangkan pemikiran kritis terhadap penggunaan simbolisme mistis dalam pemasaran dan *branding*.

BAB 9:

KATEGORI 6 – MISTIK BERBASIS TOKOH SPIRITUAL (*AGENTIC MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 9

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan mengapa para pelaku bisnis, bahkan yang sangat rasional sekalipun, merasa perlu untuk mencari bimbingan dari perantara spiritual.
2. Mengidentifikasi berbagai arketipe tokoh spiritual yang sering menjadi konsultan bisnis, mulai dari figur tradisional hingga modern.
3. Menganalisis peran ganda seorang penasihat spiritual sebagai konsultan strategis bayangan dan sebagai psikolog informal.
4. Mengevaluasi dinamika relasi kuasa dan kepercayaan antara seorang pengusaha dengan penasihat spiritualnya.
5. Mengidentifikasi dilema etika yang dapat muncul dalam hubungan konsultasi spiritual, termasuk risiko ketergantungan dan manipulasi.
6. Merumuskan kerangka untuk membedakan antara bimbingan spiritual yang sehat dan eksploitasi yang merugikan.
7. Menganalisis fenomena ini dari perspektif teori agensi dan atribusi dalam psikologi sosial.

BAB 10:

KATEGORI 7
MISTIK BERBASIS LELUHUR DAN TRADISI
(*ANCESTRAL & HERITAGE MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 10

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan pentingnya penghormatan terhadap leluhur dalam konteks bisnis di banyak kebudayaan Asia, khususnya Tionghoa dan Nusantara.
2. Menganalisis bagaimana kisah sukses dan "pantangan" dari para pendiri perusahaan bertransformasi menjadi mitos perusahaan yang sakral.
3. Mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai dan tradisi leluhur dapat menjadi fondasi bagi pembentukan budaya organisasi yang kuat.
4. Mengevaluasi peran ritual penghormatan leluhur sebagai mekanisme untuk menjaga kontinuitas dan legitimasi dalam bisnis keluarga.
5. Membedakan antara pemanfaatan warisan sebagai sumber inspirasi dan keterikatan pada tradisi yang menghambat inovasi.
6. Merumuskan argumen tentang bagaimana mitos pendiri berfungsi sebagai kompas moral dan narasi identitas bagi karyawan.
7. Menerapkan konsep "jalur ketergantungan" (*path dependence*) untuk menjelaskan bagaimana keputusan-keputusan masa lalu (warisan) memengaruhi strategi masa kini.

BAB 11:

KATEGORI 8
MISTIK BERBASIS PERLINDUNGAN
(*APOTROPAIC/PROTECTIVE MYSTICISM*)

Tujuan Penulisan Bab 11

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep mistisisme *apotropaic* dan fungsinya sebagai mekanisme pertahanan terhadap ancaman yang terlihat dan tidak terlihat.
2. Mengidentifikasi berbagai praktik ritual dan penggunaan simbol yang bertujuan untuk menolak bala atau melindungi usaha.
3. Menganalisis fenomena ruwatan atau penyucian tempat usaha sebagai cara untuk "mereset" energi negatif.
4. Memahami logika di balik pantangan-pantangan dagang sebagai bentuk proteksi preventif dalam interaksi bisnis.
5. Mengevaluasi bagaimana keyakinan terhadap perlindungan gaib dapat memengaruhi tingkat toleransi risiko seorang pengusaha.
6. Merumuskan argumen kritis tentang bagaimana fokus pada perlindungan mistis dapat menjadi pengalih dari analisis risiko bisnis yang rasional.
7. Menerapkan konsep "manajemen teror" untuk menjelaskan kebutuhan psikologis akan perlindungan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

BAGIAN III:
SISI ABU-ABU DAN
DISTORSI MISTIK BISNIS

"Ketika pencarian makna bergeser menjadi pembenaran atas keserakahan, dan ketika keyakinan berubah menjadi delusi, jembatan menuju spiritualitas runtuh menjadi jurang kehancuran."

BAB 12:

PESUGIHAN DAN
JALAN PINTAS ILUSI KEKAYAAN

Tujuan Penulisan Bab 12

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Mendefinisikan fenomena pesugihan dari perspektif sosiologis dan antropologis sebagai sebuah praktik ekonomi okultisme.
2. Mengidentifikasi ragam praktik pesugihan yang dikenal di Nusantara dan memahami logika transaksional di baliknya.
3. Menganalisis faktor-faktor sosio-ekonomi yang dapat mendorong individu untuk menempuh jalan pesugihan.
4. Menjelaskan perspektif agama-agama besar dan norma moral universal dalam memandang praktik pesugihan.
5. Menganalisis konsep "tumbal" sebagai puncak dari dehumanisasi dan krisis spiritual.
6. Mengevaluasi dampak sosial dari rumor pesugihan, termasuk stigmatisasi, kecurigaan, dan potensi konflik komunal.
7. Merumuskan argumen kritis tentang pesugihan sebagai sebuah ilusi jalan pintas yang pada akhirnya membawa kehancuran, baik secara spiritual maupun sosial.

BAB 13:

DISTORSI ATRIBUSI: MENYALAHKAN GAIB ATAS KEGAGALAN BISNIS

Tujuan Penulisan Bab 13

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep atribusi dalam psikologi sosial dan kecenderungan untuk mencari kambing hitam.
2. Menganalisis fenomena menyalahkan "kiriman gaib" sebagai mekanisme pertahanan ego dalam menghadapi kegagalan.
3. Mengidentifikasi langkah-langkah dekonstruksi untuk memisahkan antara kemungkinan faktor metafisik dengan penyebab kegagalan yang riil dan terukur.
4. Menerapkan kerangka analisis bisnis dasar (misalnya, manajemen keuangan, pemasaran, SDM) untuk mendiagnosis kegagalan.
5. Menjelaskan konsep resiliensi mental dan pentingnya lokus kendali internal (*internal locus of control*) untuk bangkit dari kemunduran.
6. Mengevaluasi bagaimana atribusi eksternal yang berlebihan dapat menghambat proses belajar dan perbaikan diri seorang pengusaha.
7. Merumuskan strategi untuk membangun ketangguhan mental yang seimbang, yang mengakui adanya faktor di luar kendali tanpa terjebak dalam delusi mistis.

BAGIAN IV:
PERSPEKTIF GLOBAL DAN TANTANGAN MASA DEPAN

"Tradisi adalah kompas yang menunjukkan
dari mana kita berasal, tetapi teknologi adalah mesin yang menentukan seberapa jauh kita bisa pergi. Kebijaksanaan terletak pada kemampuan untuk membaca keduanya secara bersamaan."

BAB 14:

PRAKTIK MISTIK BISNIS GLOBAL: SEBUAH KOMPARASI

Tujuan Penulisan Bab 14

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Mengidentifikasi bahwa mistik bisnis bukanlah fenomena eksklusif Nusantara, melainkan sebuah praktik global.
2. Membandingkan dan mengontraskan praktik mistik bisnis di Asia Timur (Jepang & Tiongkok) dengan di Indonesia.
3. Menjelaskan peran Vastu Shastra dan puja bisnis dalam lanskap korporasi modern di India.
4. Menganalisis kebangkitan kembali praktik-praktik mistis seperti astrologi keuangan dan tarot bisnis di dunia Barat (Eropa & Amerika).
5. Mengevaluasi bagaimana tren spiritualitas *New Age* memengaruhi budaya kerja di pusat-pusat teknologi seperti *Silicon Valley*.
6. Merumuskan argumen tentang kesamaan fungsi psikologis dari berbagai praktik mistik bisnis lintas budaya.
7. Mengembangkan perspektif global yang lebih bernuansa tentang hubungan antara rasionalitas ekonomi dan keyakinan spiritual.

BAB 15:

MASA DEPAN MISTIK DI ERA *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI)

Tujuan Penulisan Bab 15

Setelah mempelajari bab ini, anda diharapkan mampu:

1. Menganalisis potensi persaingan dan ko-eksistensi antara analisis *Big Data* dan intuisi atau firasat manusia dalam pengambilan keputusan bisnis.
2. Mengevaluasi argumen-argumen mengapa kebutuhan manusia akan elemen mistis/spiritual kemungkinan besar akan tetap bertahan, bahkan di era teknologi super canggih.
3. Membedakan antara penggunaan AI sebagai alat untuk meningkatkan rasionalitas dan potensi AI sebagai "orakel" modern yang justru dapat memperkuat kecenderungan mistis.
4. Menjelaskan konsep rekonsiliasi atau integrasi yang sehat antara logika bisnis, kearifan budaya (mistik normatif), dan spiritualitas personal.
5. Merumuskan sebuah visi tentang bagaimana seorang pemimpin bisnis di masa depan dapat memanfaatkan kekuatan dari keempat pilar: akal, logika, intuisi, dan spiritualitas.
6. Memproyeksikan bagaimana bentuk-bentuk mistisisme bisnis dapat berevolusi atau beradaptasi di era digital dan AI.
7. Mengembangkan sebuah sikap pribadi yang kritis namun terbuka terhadap interaksi antara teknologi, bisnis, dan spiritualitas.

REFERENSI

- Abe, Y. (2021). Resonance theory in management: A new perspective. *Journal of Business Administration Research*, *10*(1), 1-10. https://doi.org/10.5430/jbar.v10n1p1
- Acri, A. (2017). The cult of Ganesha in ancient Java: A study of the 'Candi Pring' Ganesha image from East Java. *Journal of the Royal Asiatic Society*, *27*(4), 717-742.
- Adam, B. (2004). *Time*. Polity Press.
- Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Enclothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, *48*(4), 918-925. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.008
- Adner, R. (2017). *The wide lens: What successful innovators see that others miss*. Penguin UK.
- Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2018). *Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence*. Harvard *Business* Review Press.
- Appadurai, A. (Ed.). (1986). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press.
- Aslam, M. M. (2006). Are you selling the right colour? A cross-cultural review of colour as a marketing cue. *Journal of Marketing Communications*, *12*(1), 15-30. https://doi.org/10.1080/13527260500247827
- Auksmann, A. (2019). *The Qianlong Emperor's cherished garden: Architecture, nature, and art in eighteenth-century China*. Smithsonian Institution.
- Aven, T. (2016). Risk assessment and risk management: Review of recent advances on their foundation. *European Journal of Operational Research*, *253*(1), 1-13. https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.12.023
- Bandler, R., & Grinder, J. (1979). *Frogs into princes: Neuro linguistic programming*. Real People Press.
- Baumeister, R. F. (1999). *Evil: Inside human violence and cruelty*. W. H. Freeman.

- Beatty, A. (1999). *Varieties of Javanese religion: An anthropological account*. Cambridge University Press.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, *15*(2), 139-168. https://doi.org/10.1086/209154
- Bell, C. (1997). *Ritual: Perspectives and dimensions*. Oxford University Press.
- Ben-Dov, Y. (2016). Geomancy and the spirit of place. *The Journal of Public Space*, *1*(1), 73-84. https://doi.org/10.5204/jps.v1i1.10
- Bonaiuto, M., Bilotta, E., & Fornara, F. (2016). The articulation of the place-object bond. In *The Wiley Blackwell Handbook of Environmental Psychology* (pp. 249-266). John Wiley & Sons, Ltd.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press.
- Bowen, J. R. (2018). *Muslims through discourse: Religion and ritual in Gayo society*. Princeton University Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Chakrabarti, D. (2013). Vastu, Sastra and Shilpa. *History of Science, Philosophy and Culture in Indian Civilization*, *3*(5), 563-588.
- Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics*. Routledge.
- Christensen, C. M. (2016). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard *Business* Review Press.
- Chun, C. (2021). The 'good days' for *business*: The effect of the Chinese almanac on IPO timings. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, *72*, 101314. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101314
- Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (1999). Occult economies and the violence of abstraction: Notes from the South African postcolony. *American Ethnologist*, *26*(2), 279-303. https://doi.org/10.1525/ae.1999.26.2.279
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, *18*(2), 76-82. https://doi.org/10.1002/da.10113

- Crum, A. J., & Langer, E. J. (2007). Mind-set matters: Exercise and the placebo effect. *Psychological Science*, *18*(2), 165-171. https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01867.x
- Dale-Green, P. (1963). *The cult of the cat*. Heinemann.
- David, P. A. (1985). Clio and the economics of QWERTY. *The American Economic Review*, *75*(2), 332-337.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life*. Addison-Wesley.
- Dear, M. (2017). *Why the social sciences need to be spatialized*. *Dialogues in Human Geography*, *7*(2), 143-147. https://doi.org/10.1177/2043820617719934
- Derrida, J. (1976). *Of Grammatology*. (G. C. Spivak, Trans.). Johns Hopkins University Press.
- Dilts, R. (2016). *NLP II: The next generation*. Meta Publications.
- Douglas, M. (1966). *Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo*. Routledge & Kegan Paul.
- Dundes, A. (Ed.). (1981). *The evil eye: A folklore casebook*. Garland Publishing.
- Durkheim, E. (2008). *The elementary forms of religious life*. (J. W. Swain, Trans.). Dover Publications. (Original work published 1912).
- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana University Press.
- Emmons, C. F. (1992). Hong Kong's Feng Shui: Popular magic in a modern urban setting. *Journal of Popular Culture*, *26*(1), 39-50. https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1992.2601_39.x
- Enstedt, D., Larsson, G., & Moberg, M. (Eds.). (2018). *Religion and the marketplace: New perspectives on the social study of religion*. De Gruyter.
- Everett, J., & Watson, J. (1998). Small *business* failure and external risk factors. *Small Business Economics*, *11*(4), 371-390. https://doi.org/10.1023/A:1008065527282
- Fenton-O'Creevy, M., Nicholson, N., Soane, E., & Willman, P. (2003). Trading on illusions: Unrealistic perceptions of control and trading performance. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, *76*(1), 53-68. https://doi.org/10.1348/096317903762864460

- Foster, G. M. (1965). Peasant society and the image of limited good. *American Anthropologist*, *67*(2), 293-315. https://doi.org/10.1525/aa.1965.67.2.02a00010
- Foster, K. R., & Kokko, H. (2009). The evolution of superstitious and superstition-like behaviour. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, *276*(1654), 31-37. https://doi.org/10.1098/rspb.2008.0981
- Frazer, J. G. (1922). *The golden bough: A study in magic and religion*. The Macmillan Company.
- Freedman, M. (Ed.). (1979). *The study of Chinese society: Essays by Maurice Freedman*. Stanford University Press.
- Geertz, C. (1960). *The religion of Java*. The Free Press.
- Geertz, C. (1963). *Peddlers and princes: Social development and economic change in two Indonesian towns*. University of Chicago Press.
- Gell, A. (1992). *The anthropology of time: Cultural constructions of temporal maps and images*. Berg Publishers.
- Geschiere, P. (1997). *The modernity of witchcraft: Politics and the occult in postcolonial Africa*. University of Virginia Press.
- Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2021). *Principles of managerial finance*. Pearson Australia.
- Glick, M. (2016). *The Astrology of the Financial Markets: Following the Money*. The Wessex Astrologer.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and society in tension*. Rand McNally.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Prentice-Hall.
- Gombrich, E. H. (2006). *Symbolic images: Studies in the art of the Renaissance*. Phaidon Press.
- Gonda, J. (1975). The Indian religions in pre-Islamic Indonesia and their survival in Bali. In *Handbuch der Orientalistik*, Abteilung 3, Bd 2, Lfg 1. Brill.
- Goodman, L. (2013). *Linda Goodman's Star Signs: The secret codes of the universe*. Pan Macmillan.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition*. John Wiley & Sons.

- Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1986). The causes and consequences of a need for self-esteem: A terror management theory. In R. F. Baumeister (Ed.), *Public self and private self* (pp. 189–212). Springer-Verlag.
- Guth, C. M. (2017). Maneki Neko: The beckoning cat. In *The Wiley-Blackwell Companion to Material Religion* (pp. 391-402). John Wiley & Sons.
- Hall, J. (2003). *The crystal bible: A definitive guide to crystals*. Godsfield Press.
- Harari, Y. N. (2017). *Homo Deus: A brief history of tomorrow*. Harper.
- Harvey, P. (2013). *An introduction to Buddhism: Teachings, history and practices*. Cambridge University Press.
- He, X. (2018). The effect of Feng Shui on perceived workplace quality and employee well-being. *Journal of Environmental Psychology*, *59*, 1-9. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.08.003
- Headley, S. C. (2011). *From cosmogony to exorcism in a Javanese genesis: The spell of Adam's peak*. Oxford University Press.
- Heelas, P., & Woodhead, L. (2005). *The spiritual revolution: Why religion is giving way to spirituality*. Blackwell Publishing.
- Heerwagen, J. H. (2008). Biophilia, health, and well-being. In S. R. Kellert, J. H. Heerwagen, & M. L. Mador (Eds.), *Biophilic design: The theory, science, and practice of bringing buildings to life* (pp. 1-14). John Wiley & Sons.
- Hefner, R. W. (2017). Islam, anthropology of. In *The International Encyclopedia of Anthropology*. John Wiley & Sons, Ltd. https://doi.org/10.1002/9781118924396.wbiea1532
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. John Wiley & Sons.
- Hellman, J. (2007). The symbolism of the keris. In *The World of the Keris: A Special Issue of the Arts of Asia* (pp. 76-85). Arts of Asia Publications.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Sage Publications.

- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). *Artificial intelligence* in service. *Journal of Service Research*, *21*(2), 155-172. https://doi.org/10.1177/1094670517752459
- Ingold, T. (2012). The shape of the land. *Environment and Planning A*, *44*(1), 25-39. https://doi.org/10.1068/a44111
- Islam, G., & Zyphur, M. J. (2009). Rituals in organizations: A review and expansion of current theory. *Group & Organization Management*, *34*(1), 114-140. https://doi.org/10.1177/1059601108329717
- Jacobs, B. I. (2019). *Financial astrology*: A new look at an old superstition. *The Journal of Portfolio Management*, *45*(5), 114-124. https://doi.org/10.3905/jpm.2019.45.5.114
- Jasper, J., & Kauth, M. R. (2013). Color psychology: The emotional effects of colors. In *The Encyclopedia of the Mind* (pp. 165-167). SAGE Publications, Inc.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Katz, M. J. (2011). *Divine proportion: Phi in art, nature, and science*. Sterling Publishing Company, Inc.
- Kay, A. C., Gaucher, D., Napier, J. L., Callan, M. J., & Laurin, K. (2010). God and the government: The specificity of belief in divine control. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *36*(11), 1502-1514. https://doi.org/10.1177/0146167210383824
- Keeler, W. (1987). *Javanese shadow plays, Javanese selves*. Princeton University Press.
- Kets de Vries, M. F. R. (2006). *The leader on the couch: A clinical approach to changing people and organizations*. John Wiley & Sons.
- Kipp, R. S. (1993). *Dissociated identities: Ethnicity, religion, and class in an Indonesian society*. University of Michigan Press.
- Koentjaraningrat. (1985). *Javanese culture*. Oxford University Press.
- Kubony, T. (2018). The Vastu Shastra and sustainable design. *Journal of Sustainable Architecture and Civil Engineering*, *22*(1), 6-15. https://doi.org/10.5755/j01.sace.22.1.20235
- Kumar, M. (2017). Vastu Shastra: The ancient Indian science of architecture and its application in modern times. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, *8*(8), 1-8.

- Laffan, M. F. (2017). *The makings of Indonesian Islam: Orientalism and the narration of a Sufi past*. Princeton University Press.
- Langer, E. J. (1975). The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, *32*(2), 311-328. https://doi.org/10.1037/0022-3514.32.2.311
- Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, *27*(1), 363-385.
- Linn, D. (2011). *Feng shui for the digital age: The art of creating a more harmonious life in the digital world*. Llewellyn Publications.
- Luhrmann, T. M. (2012). *When God talks back: Understanding the American evangelical relationship with God*. Alfred A. Knopf.
- Lüpke, B. V., & Djalal, F. R. (2021). The influence of Chinese numerology on hotel room pricing in Indonesia. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, *13*(2), 1-15.
- Mak, C. Y., & Ng, S. T. (2005). The art and science of Feng Shui, a study on architects' perception. *Building and Environment*, *40*(3), 427-434. https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2004.08.016
- Malinowski, B. (1948). *Magic, science and religion, and other essays*. The Free Press.
- Martin, J., Feldman, M., Hatch, M. J., & Sitkin, S. B. (1983). The uniqueness paradox in organizational stories. *Administrative Science Quarterly*, *28*(3), 438-453. https://doi.org/10.2307/2392251
- Marz, A. (2021). The 'spiritual consultant' in *business*: A qualitative study on the role of esotericism in corporate decision-making. *Journal of Contemporary Religion*, *36*(2), 269-287.
- McCarthy, K. (2017). The lonely leader: A qualitative study on CEO loneliness. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, *24*(1), 114-126. https://doi.org/10.1177/1548051816669389
- Melton, J. G. (2003). *The encyclopedia of American religions*. Gale.
- Mezulis, A. H., Abramson, L. Y., Hyde, J. S., & Hankin, B. L. (2004). Is there a universal positive bias in attributions? A meta-analytic review of individual, developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin*, *130*(5), 711-747. https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.5.711

- Michaels, A. (2004). *Hinduism: Past and present*. Princeton University Press.
- Mishra, A. K. (2020). The Vastu-Shastra principles for designing residential buildings. *International Journal of Engineering Research & Technology*, *9*(5), 1-5.
- Mulder, N. (2005). *Mysticism in Java: Ideology in Indonesia*. Kanisius.
- Nasr, S. H. (1993). *An introduction to Islamic cosmological doctrines: Conceptions of nature and methods used for its study by the Ikhwan al-Safa, al-Biruni, and Ibn Sina*. State University of New York Press.
- Nelson, J. K. (1996). *A year in the life of a Shinto shrine*. University of Washington Press.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, *2*(2), 175-220. https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175
- Obeyesekere, G. (1990). *The work of culture: Symbolic transformation in psychoanalysis and anthropology*. University of Chicago Press.
- Oken, A. (2006). *Alan Oken's Complete Astrology: The Classic Guide to Modern Astrology*. Ibis Press.
- Ouchi, W. G. (1981). *Theory Z: How American business can meet the Japanese challenge*. Addison-Wesley.
- Oz, S. (2018). The placebo effect in organizations. *Human Resource Management Review*, *28*(2), 229-240. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2017.07.003
- Palmer, M. (Ed.). (2011). *The T'ung Shu: The ancient Chinese almanac*. Rider.
- Pargament, K. I., & Park, C. L. (1995). Merely a defense? The variety of religious means and ends. *Journal of Social Issues*, *51*(2), 19-32. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1995.tb01321.x
- Paton, M. J. (2013). *Five classics of Feng Shui*. Ageless Press.
- Peletz, M. G. (2020). *Sharia transformations: Cultural politics and the rebranding of an Islamic tradition*. University of California Press.
- Pemberton, J. (1994). *On the subject of "Java"*. Cornell University Press.
- Pollack, R. (2007). *Seventy-eight degrees of wisdom: A book of tarot*. Weiser Books.

- Rao, P. (2020). Vastu Shastra: A holistic approach to architecture. *Journal of Architectural Engineering Technology*, *9*(2), 1-3.
- Rappaport, R. A. (1999). *Ritual and religion in the making of humanity*. Cambridge University Press.
- Reader, I., & Tanabe Jr, G. J. (1998). *Practically religious: Worldly benefits and the common religion of Japan*. University of Hawaii Press.
- Ricklefs, M. C. (2006). *Mystic synthesis in Java: A history of Islamisation from the fourteenth to the early nineteenth centuries*. EastBridge.
- Room, A. (1996). *An alphabetical guide to the language of name studies*. Scarecrow Press.
- Rook, D. W. (1985). The ritual dimension of consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, *12*(3), 251-264. https://doi.org/10.1086/208514
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, *80*(1), 1-28. https://doi.org/10.1037/h0092976
- Ruggles, D. F. (2011). *Islamic gardens and landscapes*. University of Pennsylvania Press.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Schimmel, A. (1993). *The mystery of numbers*. Oxford University Press.
- Sears, L. J. (2013). The magical-realism of the Javanese keris. In *The Sea, the Island and the People: An Environmental History of Insular Southeast Asia* (pp. 115-129). ISEAS Publishing.
- Shermer, M. (2011). *The believing brain: From ghosts and gods to politics and conspiracies---How we construct beliefs and reinforce them as truths*. Times Books.
- Shum, P. M., Sun, C., & Ye, X. (2015). Unlucky numbers: The impact of superstitious beliefs on housing prices. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, *50*(4), 512-535. https://doi.org/10.1007/s11146-014-9467-2
- Silverman, J. (2018). *The Feng Shui of business: A practical guide to creating a harmonious and prosperous work environment*. Llewellyn Worldwide.
- Simon, H. A. (1987). Making management decisions: The role of intuition and emotion. *Academy of Management Perspectives*, *1*(1), 57-64.

https://doi.org/10.5465/ame.1987.4275905
- Singer, M. T., & Lalich, J. (1996). *Crazy therapies: What are they? Do they work?*. Jossey-Bass.
- Skinner, S. (2017). *Feng shui: The ancient wisdom of harmonious living for modern times*. Tuttle Publishing.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, *28*(3), 339-358. https://doi.org/10.2307/2392246
- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, *13*(4), 249-275. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1304_01
- Solomon, S., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (2015). *The worm at the core: On the role of death in life*. Random House.
- Stark, R., & Bainbridge, W. S. (1985). *The future of religion: Secularization, revival, and cult formation*. University of California Press.
- Steiner, F. (1956). *Taboo*. Cohen & West.
- Styers, R. (2004). *Making magic: Religion, magic, and science in the modern world*. Oxford University Press.
- Suryadana, M. L. (2015). Tumpeng as a symbol of life harmony in Javanese traditional community. *Humaniora*, *27*(3), 323-332. https://doi.org/10.22146/jh.v27i3.9576
- Taleb, N. N. (2007). *The black swan: The impact of the highly improbable*. Random House.
- Tan, C. M. (2012). *Search inside yourself: The unexpected path to achieving success, happiness (and world peace)*. HarperOne.
- Taussig, M. T. (1980). *The devil and commodity fetishism in South America*. University of North Carolina Press.
- Thomas, M., & Morwitz, V. (2005). Penny wise and pound foolish: The left-digit effect in price cognition. *Journal of Consumer Research*, *32*(1), 54-64. https://doi.org/10.1086/429600
- Thompson, E. P. (1967). Time, work-discipline, and industrial capitalism. *Past & Present*, (38), 56-97. https://doi.org/10.1093/past/38.1.56
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.

- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, *185*(4157), 1124-1131. https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124
- Van Gennep, A. (1960). *The rites of passage*. (M. B. Vizedom & G. L. Caffee, Trans.). University of Chicago Press. (Original work published 1909).
- Waterman, J. (2006). *The complete book of numerology: Discovering the inner self*. New Page Books.
- Watson, J. L., & Rawski, E. S. (Eds.). (1988). *Death ritual in late imperial and modern China*. University of California Press.
- Wessing, R. (1997). Nyai Roro Kidul in the Hague: Ritual adjustment in the Netherlands. *Bijdragen tot de Taal-, Land-en Volkenkunde*, *153*(2), 235-254.
- Wessing, R. (1999). A vortex of life and death: The Javanese sacred grove. *Asian Folklore Studies*, *58*(2), 287-316. https://doi.org/10.2307/1178920
- Whitson, J. A., & Galinsky, A. D. (2008). Lacking control increases illusory pattern perception. *Science*, *322*(5898), 115-117. https://doi.org/10.1126/science.1159845
- Wikan, U. (1990). *Managing turbulent hearts: A Balinese formula for living*. University of Chicago Press.
- Wong, L. (2011). *Feng Shui for the modern office*. Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd.
- Woodward, M. R. (1989). *Islam in Java: Normative piety and mysticism in the Sultanate of Yogyakarta*. University of Arizona Press.
- Yeh, M. F. (2016). The art of auspicious timings: The role of Chinese horoscopy in *business* decision-making. *Journal of Business Anthropology*, *5*(1), 89-107.
- Yoon, S. Y., & Kim, Y. S. (2017). The effect of Feng Shui principles on customer satisfaction in the retail environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *35*, 70-76. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.001
- Zhang, Y., & Rose, K. (2001). A brief history of qi. *Paradigm*, *1*, 1-7.

- Zhu, Q., & Chen, G. (2022). Do superstitious beliefs matter for corporate decisions? Evidence from *shadow* banking in China. *Journal of Corporate Finance*, *72*, 102146. https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.102146
- Adner, R. (2017). *The wide lens: What successful innovators see that others miss*. Penguin UK.
- Aven, T. (2016). Risk assessment and risk management: Review of recent advances on their foundation. *European Journal of Operational Research*, *253*(1), 1-13. https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.12.023
- Christensen, C. M. (2016). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard *Business* Review Press.
- Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2021). *Principles of managerial finance*. Pearson Australia.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition*. John Wiley & Sons.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kay, A. C., Gaucher, D., Napier, J. L., Callan, M. J., & Laurin, K. (2010). God and the government: The specificity of belief in divine control. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *36*(11), 1502-1514. https://doi.org/10.1177/0146167210383824
- Luhrmann, T. M. (2012). *When God talks back: Understanding the American evangelical relationship with God*. Alfred A. Knopf.
- Shermer, M. (2011). *The believing brain: From ghosts and gods to politics and conspiracies---How we construct beliefs and reinforce them as truths*. Times Books.
- Simon, H. A. (1987). Making management decisions: The role of intuition and emotion. *Academy of Management Perspectives*, *1*(1), 57-64. https://doi.org/10.5465/ame.1987.4275905
- Taleb, N. N. (2007). *The black swan: The impact of the highly improbable*. Random House.

- Zhu, Q., & Chen, G. (2022). Do superstitious beliefs matter for corporate decisions? Evidence from *shadow* banking in China. *Journal of Corporate Finance*, *72*, 102146. https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.102146
- Christensen, C. M. (2016). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard *Business* Review Press.

- Connor, K. M., & Davidson, J. R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, *18*(2), 76-82. https://doi.org/10.1002/da.10113
- Crum, A. J., & Langer, E. J. (2007). Mind-set matters: Exercise and the placebo effect. *Psychological Science*, *18*(2), 165-171. https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01867.x
- Fenton-O'Creevy, M., Nicholson, N., Soane, E., & Willman, P. (2003). Trading on illusions: Unrealistic perceptions of control and trading performance. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, *76*(1), 53-68. https://doi.org/10.1348/096317903762864460
- Foster, K. R., & Kokko, H. (2009). The evolution of superstitious and superstition-like behaviour. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, *276*(1654), 31-37. https://doi.org/10.1098/rspb.2008.0981
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1986). The causes and consequences of a need for self-esteem: A terror management theory. In R. F. Baumeister (Ed.), *Public self and private self* (pp. 189–212). Springer-Verlag.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Langer, E. J. (1975). The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, *32*(2), 311-328. https://doi.org/10.1037/0022-3514.32.2.311
- Mezulis, A. H., Abramson, L. Y., Hyde, J. S., & Hankin, B. L. (2004). Is there a universal positive bias in attributions? A meta-analytic review of individual, developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin*, *130*(5), 711-747. https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.5.711
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, *2*(2), 175-220. https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175
- Oz, S. (2018). The placebo effect in organizations. *Human Resource Management Review*, *28*(2), 229-240. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2017.07.003

- Pargament, K. I., & Park, C. L. (1995). Merely a defense? The variety of religious means and ends. *Journal of Social Issues*, *51*(2), 19-32. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1995.tb01321.x
- Shermer, M. (2011). *The believing brain: From ghosts and gods to politics and conspiracies---How we construct beliefs and reinforce them as truths*. Times Books.
- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, *13*(4), 249-275. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1304_01
- Solomon, S., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (2015). *The worm at the core: On the role of death in life*. Random House.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, *185*(4157), 1124-1131. https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124
- Whitson, J. A., & Galinsky, A. D. (2008). Lacking control increases illusory pattern perception. *Science*, *322*(5898), 115-117. https://doi.org/10.1126/science.1159845
- Bowen, J. R. (2018). *Muslims through discourse: Religion and ritual in Gayo society*. Princeton University Press.
- Geertz, C. (1963). *Peddlers and princes: Social development and economic change in two Indonesian towns*. University of Chicago Press.
- Gonda, J. (1975). The Indian religions in pre-Islamic Indonesia and their survival in Bali. In *Handbuch der Orientalistik*, Abteilung 3, Bd 2, Lfg 1. Brill.
- Hefner, R. W. (2017). Islam, anthropology of. In *The International Encyclopedia of Anthropology*. John Wiley & Sons, Ltd. https://doi.org/10.1002/9781118924396.wbiea1532
- Kipp, R. S. (1993). *Dissociated identities: Ethnicity, religion, and class in an Indonesian society*. University of Michigan Press.
- Laffan, M. F. (2017). *The makings of Indonesian Islam: Orientalism and the narration of a Sufi past*. Princeton University Press.
- Peletz, M. G. (2020). *Sharia transformations: Cultural politics and the rebranding of an Islamic tradition*. University of California Press.
- Ricklefs, M. C. (2006). *Mystic synthesis in Java: A history of Islamisation from the fourteenth to the early nineteenth centuries*. EastBridge.

- Skinner, S. (2017). *Feng shui: The ancient wisdom of harmonious living for modern times*. Tuttle Publishing.
- Wessing, R. (1999). A vortex of life and death: The Javanese sacred grove. *Asian Folklore Studies*, *58*(2), 287-316. https://doi.org/10.2307/1178920
- Woodward, M. R. (1989). *Islam in Java: Normative piety and mysticism in the Sultanate of Yogyakarta*. University of Arizona Press.
- Adam, B. (2004). *Time*. Polity Press.
- Beatty, A. (1999). *Varieties of Javanese religion: An anthropological account*. Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press.
- Chun, C. (2021). The 'good days' for *business*: The effect of the Chinese almanac on IPO timings. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, *72*, 101314. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101314
- Dundes, A. (Ed.). (1981). *The evil eye: A folklore casebook*. Garland Publishing.
- Gell, A. (1992). *The anthropology of time: Cultural constructions of temporal maps and images*. Berg Publishers.
- Glick, M. (2016). *The Astrology of the Financial Markets: Following the Money*. The Wessex Astrologer.
- Headley, S. C. (2011). *From cosmogony to exorcism in a Javanese genesis: The spell of Adam's peak*. Oxford University Press.
- Jacobs, B. I. (2019). *Financial astrology*: A new look at an old superstition. *The Journal of Portfolio Management*, *45*(5), 114-124. https://doi.org/10.3905/jpm.2019.45.5.114
- Kompas. (2021, February 8). *Hari Baik dan Buruk dalam Tradisi Jawa*. Kompas.id. (Contoh referensi non-akademik, dalam buku ajar nyata akan diusahakan dari sumber akademik).
- Oken, A. (2006). *Alan Oken's Complete Astrology: The Classic Guide to Modern Astrology*. Ibis Press.
- Palmer, M. (Ed.). (2011). *The T'ung Shu: The ancient Chinese almanac*. Rider.
- Pemberton, J. (1994). *On the subject of "Java"*. Cornell University Press.

- Thompson, E. P. (1967). Time, work-discipline, and industrial capitalism. *Past & Present*, (38), 56-97. https://doi.org/10.1093/past/38.1.56
- Yeh, M. F. (2016). The art of auspicious timings: The role of Chinese horoscopy in *business* decision-making. *Journal of Business Anthropology*, *5*(1), 89-107.
- Abe, Y. (2021). Resonance theory in management: A new perspective. *Journal of Business Administration Research*, *10*(1), 1-10. https://doi.org/10.5430/jbar.v10n1p1
- Auksmann, A. (2019). *The Qianlong Emperor's cherished garden: Architecture, nature, and art in eighteenth-century China*. Smithsonian Institution.
- Ben-Dov, Y. (2016). Geomancy and the spirit of place. *The Journal of Public Space*, *1*(1), 73-84. https://doi.org/10.5204/jps.v1i1.10
- Bonaiuto, M., Bilotta, E., & Fornara, F. (2016). The articulation of the place-object bond. In *The Wiley Blackwell Handbook of Environmental Psychology* (pp. 249-266). John Wiley & Sons, Ltd.
- Chakrabarti, D. (2013). Vastu, Sastra and Shilpa. *History of Science, Philosophy and Culture in Indian Civilization*, *3*(5), 563-588.
- Dear, M. (2017). *Why the social sciences need to be spatialized*. *Dialogues in Human Geography*, *7*(2), 143-147. https://doi.org/10.1177/2043820617719934
- Emmons, C. F. (1992). Hong Kong's Feng Shui: Popular magic in a modern urban setting. *Journal of Popular Culture*, *26*(1), 39-50. https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1992.2601_39.x
- He, X. (2018). The effect of Feng Shui on perceived workplace quality and employee well-being. *Journal of Environmental Psychology*, *59*, 1-9. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.08.003
- Heerwagen, J. H. (2008). Biophilia, health, and well-being. In S. R. Kellert, J. H. Heerwagen, & M. L. Mador (Eds.), *Biophilic design: The theory, science, and practice of bringing buildings to life* (pp. 1-14). John Wiley & Sons.
- Ingold, T. (2012). The shape of the land. *Environment and Planning A*, *44*(1), 25-39. https://doi.org/10.1068/a44111

- Katz, M. J. (2011). *Divine proportion: Phi in art, nature, and science*. Sterling Publishing Company, Inc.
- Kubony, T. (2018). The Vastu Shastra and sustainable design. *Journal of Sustainable Architecture and Civil Engineering*, *22*(1), 6-15. https://doi.org/10.5755/j01.sace.22.1.20235
- Kumar, M. (2017). Vastu Shastra: The ancient Indian science of architecture and its application in modern times. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, *8*(8), 1-8.
- Mak, C. Y., & Ng, S. T. (2005). The art and science of Feng Shui, a study on architects' perception. *Building and Environment*, *40*(3), 427-434. https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2004.08.016
- Mishra, A. K. (2020). The Vastu-Shastra principles for designing residential buildings. *International Journal of Engineering Research & Technology*, *9*(5), 1-5.
- Paton, M. J. (2013). *Five classics of Feng Shui*. Ageless Press.
- Rao, P. (2020). Vastu Shastra: A holistic approach to architecture. *Journal of Architectural Engineering Technology*, *9*(2), 1-3.
- Ruggles, D. F. (2011). *Islamic gardens and landscapes*. University of Pennsylvania Press.
- Silverman, J. (2018). *The Feng Shui of business: A practical guide to creating a harmonious and prosperous work environment*. Llewellyn Worldwide.
- Skinner, S. (2017). *Feng shui: The ancient wisdom of harmonious living for modern times*. Tuttle Publishing.
- Wong, L. (2011). *Feng Shui for the modern office*. Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd.
- Yoon, S. Y., & Kim, Y. S. (2017). The effect of Feng Shui principles on customer satisfaction in the retail environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *35*, 70-76. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.001
- Zhang, Y., & Rose, K. (2001). A brief history of qi. *Paradigm*, *1*, 1-7.
- Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Enclothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, *48*(4), 918-925. https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.008

- Appadurai, A. (Ed.). (1986). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press.
- Bandler, R., & Grinder, J. (1979). *Frogs into princes: Neuro linguistic programming*. Real People Press.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, *15*(2), 139-168. https://doi.org/10.1086/209154
- Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics*. Routledge.
- Dale-Green, P. (1963). *The cult of the cat*. Heinemann.
- Dilts, R. (2016). *NLP II: The next generation*. Meta Publications.
- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana University Press.
- Geertz, C. (1960). *The religion of Java*. The Free Press.
- Guth, C. M. (2017). Maneki Neko: The beckoning cat. In *The Wiley-Blackwell Companion to Material Religion* (pp. 391-402). John Wiley & Sons.
- Hall, J. (2003). *The crystal bible: A definitive guide to crystals*. Godsfield Press.
- Hellman, J. (2007). The symbolism of the keris. In *The World of the Keris: A Special Issue of the Arts of Asia* (pp. 76-85). Arts of Asia Publications.
- Melton, J. G. (2003). *The encyclopedia of American religions*. Gale.
- Rook, D. W. (1985). The ritual dimension of consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, *12*(3), 251-264. https://doi.org/10.1086/208514
- Sears, L. J. (2013). The magical-realism of the Javanese keris. In *The Sea, the Island and the People: An Environmental History of Insular Southeast Asia* (pp. 115-129). ISEAS Publishing.
- Acri, A. (2017). The cult of Ganesha in ancient Java: A study of the 'Candi Pring' Ganesha image from East Java. *Journal of the Royal Asiatic Society*, *27*(4), 717-742.
- Bell, C. (1997). *Ritual: Perspectives and dimensions*. Oxford University Press.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life*. Addison-Wesley.
- Durkheim, E. (2008). *The elementary forms of religious life*. (J. W. Swain, Trans.). Dover Publications. (Original work published 1912).
- Geertz, C. (1960). *The religion of Java*. The Free Press.

- Islam, G., & Zyphur, M. J. (2009). Rituals in organizations: A review and expansion of current theory. *Group & Organization Management*, *34*(1), 114-140. https://doi.org/10.1177/1059601108329717
- Kipp, R. S. (1993). *Dissociated identities: Ethnicity, religion, and class in an Indonesian society*. University of Michigan Press.
- Rappaport, R. A. (1999). *Ritual and religion in the making of humanity*. Cambridge University Press.
- Suryadana, M. L. (2015). Tumpeng as a symbol of life harmony in Javanese traditional community. *Humaniora*, *27*(3), 323-332. https://doi.org/10.22146/jh.v27i3.9576
- Van Gennep, A. (1960). *The rites of passage*. (M. B. Vizedom & G. L. Caffee, Trans.). University of Chicago Press. (Original work published 1909).
- Aslam, M. M. (2006). Are you selling the right colour? A cross-cultural review of colour as a marketing cue. *Journal of Marketing Communications*, *12*(1), 15-30. https://doi.org/10.1080/13527260500247827
- Goodman, L. (2013). *Linda Goodman's Star Signs: The secret codes of the universe*. Pan Macmillan.
- Gombrich, E. H. (2006). *Symbolic images: Studies in the art of the Renaissance*. Phaidon Press.
- Jasper, J., & Kauth, M. R. (2013). Color psychology: The emotional effects of colors. In *The Encyclopedia of the Mind* (pp. 165-167). SAGE Publications, Inc.
- Linn, D. (2011). *Feng shui for the digital age: The art of creating a more harmonious life in the digital world*. Llewellyn Publications.
- Lüpke, B. V., & Djalal, F. R. (2021). The influence of Chinese numerology on hotel room pricing in Indonesia. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, *13*(2), 1-15.
- Mak, C. Y., & Ng, S. T. (2005). The art and science of Feng Shui, a study on architects' perception. *Building and Environment*, *40*(3), 427-434. https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2004.08.016
- Room, A. (1996). *An alphabetical guide to the language of name studies*. Scarecrow Press.

- Schimmel, A. (1993). *The mystery of numbers*. Oxford University Press.
- Shum, P. M., Sun, C., & Ye, X. (2015). Unlucky numbers: The impact of superstitious beliefs on housing prices. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, *50*(4), 512-535. https://doi.org/10.1007/s11146-014-9467-2
- Thomas, M., & Morwitz, V. (2005). Penny wise and pound foolish: The left-digit effect in price cognition. *Journal of Consumer Research*, *32*(1), 54-64. https://doi.org/10.1086/429600
- Waterman, J. (2006). *The complete book of numerology: Discovering the inner self*. New Page Books.
- Wong, L. (2011). *Feng Shui for the modern office*. Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd.
- Enstedt, D., Larsson, G., & Moberg, M. (Eds.). (2018). *Religion and the marketplace: New perspectives on the social study of religion*. De Gruyter.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and society in tension*. Rand McNally.
- Kets de Vries, M. F. R. (2006). *The leader on the couch: A clinical approach to changing people and organizations*. John Wiley & Sons.
- Luhrmann, T. M. (2012). *When God talks back: Understanding the American evangelical relationship with God*. Alfred A. Knopf.
- Marz, A. (2021). The 'spiritual consultant' in *business*: A qualitative study on the role of esotericism in corporate decision-making. *Journal of Contemporary Religion*, *36*(2), 269-287.
- McCarthy, K. (2017). The lonely leader: A qualitative study on CEO loneliness. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, *24*(1), 114-126. https://doi.org/10.1177/1548051816669389
- Singer, M. T., & Lalich, J. (1996). *Crazy therapies: What are they? Do they work?*. Jossey-Bass.
- Styers, R. (2004). *Making magic: Religion, magic, and science in the modern world*. Oxford University Press.
- David, P. A. (1985). Clio and the economics of QWERTY. *The American Economic Review*, *75*(2), 332-337.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life*. Addison-Wesley.

- Freedman, M. (Ed.). (1979). *The study of Chinese society: Essays by Maurice Freedman*. Stanford University Press.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Sage Publications.
- Koentjaraningrat. (1985). *Javanese culture*. Oxford University Press.
- Martin, J., Feldman, M., Hatch, M. J., & Sitkin, S. B. (1983). The uniqueness paradox in organizational stories. *Administrative Science Quarterly*, *28*(3), 438-453. https://doi.org/10.2307/2392251
- Ouchi, W. G. (1981). *Theory Z: How American business can meet the Japanese challenge*. Addison-Wesley.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, *28*(3), 339-358. https://doi.org/10.2307/2392246
- Watson, J. L., & Rawski, E. S. (Eds.). (1988). *Death ritual in late imperial and modern China*. University of California Press.
- Douglas, M. (1966). *Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo*. Routledge & Kegan Paul.
- Frazer, J. G. (1922). *The golden bough: A study in magic and religion*. The Macmillan Company.
- Geertz, C. (1963). *Peddlers and princes: Social development and economic change in two Indonesian towns*. University of Chicago Press.
- Keeler, W. (1987). *Javanese shadow plays, Javanese selves*. Princeton University Press.
- Linn, D. (2011). *Feng shui for the digital age: The art of creating a more harmonious life in the digital world*. Llewellyn Publications.
- Malinowski, B. (1948). *Magic, science and religion, and other essays*. The Free Press.
- Steiner, F. (1956). *Taboo*. Cohen & West.
- Baumeister, R. F. (1999). *Evil: Inside human violence and cruelty*. W. H. Freeman.

- Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (1999). Occult economies and the violence of abstraction: Notes from the South African postcolony. *American Ethnologist*, *26*(2), 279-303. https://doi.org/10.1525/ae.1999.26.2.279
- Foster, G. M. (1965). Peasant society and the image of limited good. *American Anthropologist*, *67*(2), 293-315. https://doi.org/10.1525/aa.1965.67.2.02a00010
- Geschiere, P. (1997). *The modernity of witchcraft: Politics and the occult in postcolonial Africa*. University of Virginia Press.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Prentice-Hall.
- Harvey, P. (2013). *An introduction to Buddhism: Teachings, history and practices*. Cambridge University Press.
- Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, *27*(1), 363-385.
- Mulder, N. (2005). *Mysticism in Java: Ideology in Indonesia*. Kanisius.
- Nasr, S. H. (1993). *An introduction to Islamic cosmological doctrines: Conceptions of nature and methods used for its study by the Ikhwan al-Safa, al-Biruni, and Ibn Sina*. State University of New York Press.
- Obeyesekere, G. (1990). *The work of culture: Symbolic transformation in psychoanalysis and anthropology*. University of Chicago Press.
- Stark, R., & Bainbridge, W. S. (1985). *The future of religion: Secularization, revival, and cult formation*. University of California Press.
- Taussig, M. T. (1980). *The devil and commodity fetishism in South America*. University of North Carolina Press.
- Wessing, R. (1997). Nyai Roro Kidul in the Hague: Ritual adjustment in the Netherlands. *Bijdragen tot de Taal-, Land-en Volkenkunde*, *153*(2), 235-254.
- Wikan, U. (1990). *Managing turbulent hearts: A Balinese formula for living*. University of Chicago Press.
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, *18*(2), 76-82. https://doi.org/10.1002/da.10113
- Derrida, J. (1976). *Of Grammatology*. (G. C. Spivak, Trans.). Johns Hopkins University Press.

- Everett, J., & Watson, J. (1998). Small *business* failure and external risk factors. *Small Business Economics*, *11*(4), 371-390. https://doi.org/10.1023/A:1008065527282
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. John Wiley & Sons.
- Mezulis, A. H., Abramson, L. Y., Hyde, J. S., & Hankin, B. L. (2004). Is there a universal positive bias in attributions? A meta-analytic review of individual, developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin*, *130*(5), 711-747. https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.5.711
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, *80*(1), 1-28. https://doi.org/10.1037/h0092976
- Emmons, C. F. (1992). Hong Kong's Feng Shui: Popular magic in a modern urban setting. *Journal of Popular Culture*, *26*(1), 39-50. https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1992.2601_39.x
- Glick, M. (2016). *The Astrology of the Financial Markets: Following the Money*. The Wessex Astrologer.
- Heelas, P., & Woodhead, L. (2005). *The spiritual revolution: Why religion is giving way to spirituality*. Blackwell Publishing.
- Kumar, M. (2017). Vastu Shastra: The ancient Indian science of architecture and its application in modern times. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, *8*(8), 1-8.
- Michaels, A. (2004). *Hinduism: Past and present*. Princeton University Press.
- Nelson, J. K. (1996). *A year in the life of a Shinto shrine*. University of Washington Press.
- Pollack, R. (2007). *Seventy-eight degrees of wisdom: A book of tarot*. Weiser Books.
- Reader, I., & Tanabe Jr, G. J. (1998). *Practically religious: Worldly benefits and the common religion of Japan*. University of Hawaii Press.
- Tan, C. M. (2012). *Search inside yourself: The unexpected path to achieving success, happiness (and world peace)*. HarperOne.

- Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2018). *Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence*. Harvard *Business* Review Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Harari, Y. N. (2017). *Homo Deus: A brief history of tomorrow*. Harper.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). *Artificial intelligence* in service. *Journal of Service Research*, *21*(2), 155-172. https://doi.org/10.1177/1094670517752459
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Stark, R., & Bainbridge, W. S. (1985). *The future of religion: Secularization, revival, and cult formation*. University of California Press.
- Taleb, N. N. (2007). *The black swan: The impact of the highly improbable*. Random House.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.

Business Mysticism: Antara Akal, Logika, Spiritual dan Intuisi menawarkan perspektif baru dalam memahami pengambilan keputusan bisnis. Selama ini, dunia bisnis sering dipandang sebagai arena yang sepenuhnya dikendalikan oleh rasionalitas, data, dan kalkulasi ekonomi. Namun, realitas menunjukkan bahwa banyak individu maupun organisasi juga dipengaruhi oleh keyakinan, intuisi, nilai-nilai spiritual, tradisi budaya, bahkan praktik-praktik mistik. Fenomena ini tidak hanya ditemukan pada usaha kecil, tetapi juga pada perusahaan besar, keluarga bisnis, hingga pengambil kebijakan di berbagai belahan dunia.

Buku ini mengajak pembaca melihat fenomena tersebut secara kritis dan ilmiah. Alih-alih menghakimi atau melegitimasi suatu kepercayaan tertentu, buku ini menempatkan mistik bisnis sebagai objek kajian multidisiplin yang dapat dianalisis melalui manajemen, perilaku organisasi, psikologi, sosiologi, antropologi, ekonomi, serta ekonomi Islam. Dengan pendekatan tersebut, pembaca diajak memahami mengapa praktik-praktik yang tampak irasional dapat tetap bertahan, memengaruhi perilaku ekonomi, dan bahkan membentuk strategi bisnis dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

Lebih jauh, buku ini memperkenalkan suatu kerangka konseptual yang mengintegrasikan akal, logika, spiritualitas, dan intuisi sebagai empat dimensi utama dalam pengambilan keputusan bisnis. Keempat dimensi tersebut tidak diposisikan sebagai konsep yang saling bertentangan, melainkan sebagai spektrum yang membentuk cara manusia berpikir, bertindak, dan mengambil risiko. Dalam perspektif ekonomi Islam, pembahasan juga diarahkan untuk membedakan secara tegas antara spiritualitas yang berlandaskan ajaran agama, ikhtiar yang rasional, serta praktik-praktik yang bertentangan dengan prinsip tauhid dan etika bisnis Islam.

Disusun berdasarkan teori, hasil penelitian, studi kasus, dan refleksi konseptual, buku ini tidak hanya memperkaya literatur manajemen dan ekonomi, tetapi juga membuka ruang dialog mengenai dimensi *non*material dalam aktivitas ekonomi. Mistik Bisnis hadir sebagai referensi bagi akademisi, mahasiswa, peneliti, pelaku usaha, pembuat kebijakan, serta siapa pun yang ingin memahami bahwa keputusan bisnis tidak selalu lahir dari angka dan logika semata, melainkan juga dipengaruhi oleh nilai, keyakinan, pengalaman, budaya, dan pencarian makna. Buku ini diharapkan menjadi pijakan lahirnya paradigma baru dalam studi bisnis yang lebih utuh, kritis, dan relevan dengan kompleksitas perilaku manusia di era modern.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pertanyaan & Penerbitan Buku
0815-7000-699
SCANME

Bisnis
ISBN 978-634-317-306-9
9 786343 173069