

PETATAH PETITIH KEARIFAN LOKAL EKONOMI DAN BISNIS MASYARAKAT MINANG PEDAGANG RANTAU DI JAKARTA

*Erni Hastuti*¹
*Teddy Oswari*²
*Defi Julianti*³

^{1,3}*Fakultas Sastra dan Bahasa, Universitas Gunadarma*

²*Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma*

^{1,2,3}*(erni,toswari,defi_julianti)@staff.gunadarma.ac.id*

ABSTRAK

Masyarakat Minang merupakan masyarakat penganut matrilineal terbesar di dunia. Selain itu, etnik ini juga telah menerapkan sistem proto-demokrasi sejak masa pra-Hindu dengan adanya kerapatan adat untuk menentukan hal-hal penting dan permasalahan hukum. Kuatnya kearifan lokal masyarakat Minang dalam menyelesaikan permasalahan pada sistem kemasyarakatan dan isu-isu global, sangat berpengaruh pada penguatan masyarakat local dimanapun berada. Tujuan penelitian ini mengkaji dimensi ekonomi dan bisnis kearifan lokal masyarakat Minang pedagang rantau di DKI Jakarta, memahami nilai ekonomi dan bisnis yang dapat dipertahankan dan faktor-faktor yang menggeser atau meningkatkan kearifan lokal dalam sisi bisnis dan ekonomi pada masyarakat Minang pedagang rantau. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif, dengan melakukan survey dan focussed group discussion (FGD) guna mendokumentasikan, merekam dan mencatat untuk dianalisis dan menghasilkan produk e-book petatah petitih masyarakat Minang yang masih digunakan oleh banyak pedagang rantau. Hasil penelitian ini adalah nilai-nilai ekonomi dan bisnis masih banyak digunakan dalam berbisnis dan kehidupan masyarakat minang pedagang rantau di DKI Jakarta. Faktor-faktor yang menggeser nilai ekonomi dan bisnis masyarakat Minang adalah banyaknya pengaruh sosial budaya dari luar lingkungan yang merubah pemikiran perantau yang mengakibatkan berkurangnya kemandirian mereka dalam mempertahankan perilaku ekonomi dan bisnis yang telah diamanahkan dan ditanamkan oleh adat Minang.

Kata kunci: kearifan lokal, ekonomi, bisnis, minang, rantau

PENDAHULUAN

Perubahan sosial dan ekonomi mempengaruhi sistem di masyarakat termasuk perubahan pada sistem nilai, adat, sikap dan pola perilaku kelompok dalam masyarakat yang bersangkutan. Perubahan dalam masyarakat menurut Soekanto (1993), dapat berupa norma-norma sosial, susunan

kelembagaan masyarakat, lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial, ekonomi dan lain-lain. Selanjutnya, jika unsur-unsur pembentuk kebudayaan berubah akan terjadi perubahan pada persepsi, sikap dan perilaku sosial. Terdapat empat unsur yang membentuk kebudayaan yaitu alat-alat

teknologi, sistem ekonomi, keluarga dan kekuasaan politik.

Pemerintah, LSM dan Pelaku usaha telah meluangkan waktu dan energi terkait kebijakan, strategi dan program pengentasan kemiskinan walau kemiskinan di masyarakat asli masih banyak terjadi. Perberdayaan kearifan ekonomi secara mikro dapat dijadikan salah satu upaya pengentasan kemiskinan, termasuk pada penduduk di daerah perantauan.

Di Indonesia memiliki banyak suku etnis, salah satunya adalah Minangkabau. Minangkabau yang memiliki nilai-nilai moral baik secara ekonomi dan bisnis terkandung dalam berbagai wujud kebudayaan secara luas. Terbentuknya nilai moral secara ekonomi dan bisnis merupakan jati diri yang terbentuk dari suku Minangkabau bersumber pada azas kepercayaan, nilai-nilai luhur dan prinsip-prinsip berdagang atau ekonomi yang dijadikan acuan dalam bertindak pada kehidupan sehari-hari.

Pentingnya mempertahankan etika bisnis dan moral di lingkungan masyarakat Minangkabau dalam menghadapi perilaku bisnis pada kondisi global sangat diharapkan oleh pendahulu-pendahulu budaya Minang. Nilai-nilai yang sudah ada pada masyarakat Minangkabau merupakan wujud perilaku yang terpola dan memuat norma sebagai bentuk tanggung jawab yang terus dijalankan pada bisnis dan ekonomi yang saling berkaitan pada lingkungan masyarakat, agama, bangsa dan negara.

Lingkungan masyarakat yang beragam menjadi sumber yang cukup menantang dalam menerapkan nilai-nilai kearifan lokal ekonomi yang ada. Nilai kearifan lokal pada bidang ekonomi yang ada di Minangkabau dapat mendorong tumbuh dan berkembangnya pada kehidupan

masyarakat Minangkabau di daerah rantau. Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah menjadi pegangan masyarakat Minang sehingga akan terbawa dan metimbul efek lain yang positif terhadap kehidupan lingkungan yang dibentuknya. Penerapan nilai kearifan lokal ekonomi masyarakat Minangkabau sangat memberikan pengayaan budaya pada pedagang rantau dalam berjualan, bertransaksi, mengenalkan produk lokal pada pelanggan dalam berkontribusi pada pemertahaan bahasa dalam berdagang, yang tidak meninggalkan nilai adat istiadat secara turun temurun.

Penelitian ini mengkaji nilai ekonomi dan bisnis yang diterapkan oleh masyarakat Minang pedagang rantau di DKI Jakarta, sebagai bentuk pemertahaan bahasa dan budaya, serta jenis kearifan lokal ekonomi dan bisnis yang dapat dipertahankan dan faktor-faktor apa saja yang mampu menggesernya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan daftar pertanyaan. Penelitian ini menggabungkan bidang ilmu sastra, ekonomi dan bersinergi dengan disiplin ilmu komputer/teknologi informasi sesuai hasil yang akan dicapai. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 50 orang yang tersebar di beberapa wilayah Srengseng Sawah, Blok M, Cibubur, Pasar Rebo dan Kelender. Langkah-langkah pada penelitian secara keseluruhan adalah (1) mengembangkan/ merevisi instrumen daftar pertanyaan penelitian, (2) melakukan studi lapangan tahap awal dengan metode survei di beberapa daerah di DKI Jakarta untuk memperoleh data primer.

Kegiatan penelitian secara umum terdiri dari : (1) Pengumpulan

data primer kearifan lokal petatah-petitih ekonomi dan bisnis masyarakat minang di DKI Jakarta. (2) Menyusun basis data untuk daerah penelitian komunitas pedagang rantau di DKI Jakarta. (3) Pembuatan E-book kearifan lokal petatah-petitih ekonomi dan bisnis masyarakat minang rantau di DKI Jakarta.

Perolehan data primer dilakukan untuk menggali kebiasaan-kebiasaan pedagang rantau menggunakan petatah (papatah) dalam berkomunikasi. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai sumber data tambahan terhadap kelengkapan data. Pengambilan data dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan. Alat analisis yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif terhadap keseluruhan data yang diperoleh.

PEMBAHASAN

Petatah-petitih Ekonomi dan Bisnis Masyarakat Minang Pedagang Rantau

Berdasarkan data di lapangan yang didapatkan dari hasil wawancara dengan para informan, keberadaan pedagang-pedagang etnis Minang di Kota Jakarta dimulai sejak masa sejarah dan berkembangnya aktivitas perekonomian, sekitar awal tahun 1960an. Para pedagang etnis Minang yang datang ini berasal dari berbagai kota dan kabupaten di Sumatera Barat.

Awalnya para pedagang etnis Minang yang datang ke kota membuka usaha dagangnya, dengan membuka toko ataupun berjualan di emperan-emperan jalan kota. Kedatangan pedagang etnis Minang ke kota Jakarta tidak terlepas dari sikap dasar orang Minang yang ingin merantau ke daerah lain untuk mencari peluang usaha yang lebih baik dari daerah asal. Baik disadari atau tanpa disadari oleh

pedagang Minang yang merantau ke luar daerah asalnya, mereka memiliki sikap berani serta pandai mencari peluang usaha di tempat lain.

Hal ini juga tidak terlepas dari sikap komunal masyarakat Minang itu sendiri yang akan saling menguatkan sesama masyarakat Minang sehingga mereka akan mengajak sanak saudaranya untuk datang dan ikut memulai usaha bersama sehingga semakin lama jumlah masyarakat Minang yang datang dan menetap di kota Jakarta semakin besar.

Masyarakat Minang telah banyak melahirkan orang-orang bertipologi wirausaha tangguh. Modal kearifan lokal yang masih melekat pada pendahulu masyarakat Minang mampu ditunjukkan pada perantau yang masih seringnya menggunakan logat dan istilah Minang dalam berbicara, berdiskusi dan berdagang dimana saja. Petatah petitih yang digunakan semakin bisa disesuaikan dan beradaptasi dan bervariasi sesuai peruntukannya serta masih banyak pedagang rantau yang membawa kebiasaan dalam hidup seperti pada seni tari, menyanyi, berendang, bersilat dan berkumpul bersama dalam berbagai acara adat dan budaya Minang di perantauan.

Pada daerah perantauan, tradisi nilai ekonomi yang melekat pada masyarakat Minang dahulu perlu terus dilestarikan dan dipertahankan, tradisi itu masih dilakukan dengan sedikit modernisasi seperti mengikuti perkembangan bisnis dan teknologi dan improvisasi seperti mengaitkan dengan nilai-nilai lain dalam bismis, walau banyak yang sulit dipertahankan dan sudah banyak pergeseran.

H.D. Evers dalam Damsar (2000: 90-92) mengemukakan bahwa moral ekonomi pedagang timbul ketika mereka menghadapi permasalahan

dalam aktivitas jual beli. Para pedagang seringkali mengalami dilema. Moral ekonomi pedagang, timbul karena adanya pertentangan dalam diri pedagang sendiri. Apabila yang menjual dengan harga yang tinggi, maka dagangannya tidak akan laku atau laris. Apabila pedagang menjual dagangannya dengan harga murah, sedangkan modal sangat mahal, maka kerugian yang akan dialami.

Melihat dilema yang dialami oleh pedagang tersebut, terdapat lima solusi atau jalan keluar yang berbeda dengan apa yang dilakukan pedagang dalam menghadapi dilema tersebut, yaitu: 1) Imigrasi penduduk minoritas, 2) Pembentukan kelompok-kelompok etnis atau religious, 3) Akumulasi status kehormatan/budaya, 4) Munculnya pedagang kecil yang bercirikan “ada uang ada barang” dan 5) Depersonalisasi (ketidakterlekatan) hubungan-hubungan ekonomi.

Dalam hal ini, konsep aspek moral ekonomi pedagang terlihat bahwa pedagang mengalami dilema ketika harus menjual barang dengan harga yang tidak terlalu tinggi kepada pembelinya, sedangkan disatu sisi pedagang tersebut harus mengambil keuntungan maka aspek moral ekonomi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan ekonomi yang dilakukan para pedagang etnis Minang yang sesuai dengan etika atau tata tertib tingkah laku dalam bertindak dan berpikir yang dianggap baik dan benar dalam aktivitas ekonomi.

Keterlekatan menurut Granovetter, dalam Damsar (2002) merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat (*embedded*) dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung diantara mereka. Unsur perekat keterlekatan hubungan sesama pedagang etnis Minang di Jakarta

antara lain dapat dilihat dari tiga aspek yaitu: secara ekonomi, secara nilai sosial dan kemasyarakatan serta adanya figur pemersatu yang kharismatik. Dalam aspek ekonomi, perekat keterlekatan hubungan antara sesama pedagang etnis Minang di Jakarta adalah adanya kesamaan identitas masyarakat Minang yang merantau sebagai pedagang. Kesamaan identitas ini mengakibatkan timbulnya kesadaran pada masyarakat Minang yang berprofesi sebagai pedagang untuk solid dan sama-sama berusaha agar dapat mencapai tingkat kehidupan yang lebih baik.

Komunitas pedagang etnis Minang yang tinggal di Jakarta merupakan pertumbuhan anggota komunitas pedagang yang terus bertambah karena para pedagang yang telah terlebih dahulu datang akan mengajak keluarga, saudara dan teman-temannya untuk ikut berjualan. Sekarang jumlah pedagang yang tergabung di komunitas ini jumlahnya lebih dari seratus ribu orang.

Pola jaringan yang terbentuk antara sesama pedagang etnis Minang di Jakarta adalah jaringan dari banyak kampung, hal ini terjadi karena tidak semua pedagang berasal dari kampung yang sama yaitu berasal dari Pariaman, Maninjau, Bukit Tinggi, Sawah Lunto dan sebagainya. Ketidaksamaan asal daerah mengakibatkan para pedagang yang merupakan para perantau membentuk pola jaringan baik berupa kekerabatan maupun pertemanan sehingga terbentuk jaringan yang luas yang tergabung dalam satu komunitas pedagang etnis Minang. Jaringan ini mempermudah para pedagang untuk menjalani aktifitas baik yang berhubungan dengan aktifitas ekonomi maupun dalam pergaulan sehari-hari.

Berdasarkan hasil observasi serta wawancara yang dilakukan

terhadap informan, jaringan yang terbentuk antara pedagang etnis Minang dan pedagang etnis lainnya dapat dilihat dari keeratatan hubungan antara pedagang. Dapat diukur intensitas keeratannya berdasarkan hubungannya dengan pedagang etnis Jawa dan pedagang etnis Batak di lokasi. Di lapangan ditemukan data bahwa hubungan yang terjalin antara pedagang etnis Minang dan pedagang etnis Jawa lebih dekat daripada hubungan antara pedagang etnis Minang dengan pedagang etnis Batak sehingga jaringan yang terbentuk lebih kuat jaringan antara pedagang etnis Minang dan pedagang etnis Jawa dibandingkan antara pedagang etnis Minang dengan pedagang etnis Batak.

Salah satu bentuk modal sosial yang ada pada pedagang etnis Minang di beberapa wilayah di Jakarta yaitu sistem pinjam meminjam uang yang berlangsung diantara sesama para pedagang. Bagi para pedagang salah satu hambatan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya adalah ketersediaan modal yang cukup namun dengan adanya sistem pinjam meminjam tersebut, maka permasalahan permodalan ini dapat mereka atasi dan ini terbukti dengan usaha mereka masih tetap bertahan dan eksis sampai sekarang. Dalam bahasa para pedagang, sistem pinjam meminjam ini biasa mereka sebut *salang* (Dalam bahasa Minang yang artinya pinjam terlebih dahulu). Ketika para pedagang akan berbelanja barang pada hari rabu atau hari jumat atau sesudah pulang berjualan maka para pedagang akan mendatangi pedagang lain yang merupakan teman *salangnya* untuk meminjam uang sebagai tambahan modal membeli barang jualan. Pinjaman ini akan dikembalikan ketika pedagang yang

meminjamkan uang tadi berbelanja barang pada minggu depannya.

Selain meminjamkan uang sebagai tambahan modal untuk membeli barang jualan, para pedagang juga ada yang meminjamkan dalam bentuk barang jualan kepada pedagang lain. Biasanya para pedagang akan mengambil barang jualan kepada pedagang yang meminjamkan barang, ketika barang jualan tersebut telah habis atau laku maka akan dikembalikan atau dibayarkan sebesar harga modal kepada pedagang yang meminjamkan tersebut.

Membangun dan Manfaat Adanya Rasa Saling Percaya (*Trust*)

Dari hasil wawancara serta observasi yang telah dilakukan terhadap para pedagang etnis Minang di Jakarta, terbentuknya rasa saling percaya antara sesama pedagang etnis Minang maka terdapat kemudahan-kemudahan atau manfaat yang mereka rasakan antara lain yaitu para pedagang mendapatkan kemudahan dalam meminjam uang baik untuk keperluan belanja maupun keperluan lainnya, hubungan pertemanan serta keakraban menjadi lebih erat, sesama pedagang Minang menjadi lebih solid, silaturahmi persaudaraan tetap langgeng, gotong royong sesama pedagang semakin kuat dan sesama pedagang akan saling tolong menolong dalam memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi. Bagi para pedagang etnis Minang manfaat-manfaat tersebut merupakan modal berharga untuk mempertahankan usaha dagang yang mereka rintis bersama.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap pedagang, diketahui bahwa dengan terbentuknya rasa saling percaya antar pedagang etnis Minang di Jakarta terdapat kemudahan-kemudahan atau manfaat

yang dirasakan para pedagang antara lain kemudahan dalam mendapatkan barang, para pedagang akan terbantu karena mendapat bon barang dari pedagang grosir, ketika hari-hari besar tertentu para pedagang mudah mendapatkan stok barang karena biasanya barang sulit dicari pada hari-hari besar, selain itu hubungan dagang antara kedua belah pihak akan berjalan lancar sehingga usaha yang mereka jalankan dapat besar bersama-sama. Bagi para pedagang etnis Minang, manfaat-manfaat tersebut merupakan modal yang berharga untuk mempertahankan usaha dagang yang mereka rintis.

Moral ekonomi adalah suatu tindakan ekonomi yang dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi sesuai dengan etika atau tata tertib tingkah laku dalam bertindak dan berpikir yang dianggap baik dan benar di dalam aktivitas ekonomi. Moral ekonomi pedagang muncul ketika pedagang mengalami dilema yaitu memilih antara memenuhi kewajiban moral kepada kerabat-kerabat dan tetangga-tetangga untuk menikmati bersama pendapatan yang diperolehnya sendiri sedangkan disatu pihak adalah untuk mengakumulasi modal dalam wujud barang dan uang, dengan kata lain adanya pemenuhan kepentingan ekonomi. Maka dalam penelitian ini, moral ekonomi yang dimaksud adalah perilaku ekonomi yang timbul dari aktivitas perdagangan yang dilakukan pedagang etnis Minang di Jakarta yang menunjukkan sikap berorientasi kolektif dibandingkan dengan sikap berorientasi diri, maksudnya para pedagang lebih mengutamakan kepentingan kelompok dalam hal ini sesama pedagang etnis Minang dibandingkan kepentingan individu.

Hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap pedagang etnis

Minang di Jakarta diketahui bahwa prinsip *samo-samo tagak* yang dipegang teguh para pedagang didasarkan atas kesadaran bahwa sebagai sesama orang *awak* atau Minang yang merantau harus solid dan saling membantu agar mereka dapat sama-sama berhasil di daerah perantauan, selain identitas satu kampung dan sesama orang *awak* prinsip juga didukung karena adanya pertalian saudara antara sesama pedagang sehingga sudah menjadi kewajiban bagi satu pedagang untuk membantu pedagang lain yang membutuhkan bantuan.

Motivasi penetapan harga jual barang yang ditetapkan para pedagang adalah motivasi ekonomi dan motivasi non-ekonomi. Pada penetapan harga jual barang berdasarkan motivasi ekonomi maka para pedagang akan membanderol harga dengan mengambil keuntungan yang cukup tinggi, hal ini berdasarkan perhitungan modal barang ditambah ongkos belanja serta biaya operasional dan target keuntungan yang ingin dicapai. Sedangkan dalam penetapan harga jual barang berdasarkan motivasi non-ekonomi, maka para pedagang akan memperhatikan daya beli para pembeli yang merupakan pekerja dan buruh-buruh perkebunan. Para pedagang akan mensiasati daya beli masyarakat perkebunan yang tidak terlalu tinggi dengan mencari barang dengan harga modal barang yang murah namun dengan modal serta kualitas barang yang cukup baik sesuai permintaan para pembeli.

SIMPULAN

Mahalnya nilai kearifan lokal pada bisnis dan ekonomi yang telah dibangun dalam kehidupan masyarakat minang selalu dibawa oleh pedagang minang rantau di DKI Jakarta, tidak

dapat dilepaskan dari dialektika sejarah yang masih melekat pada masyarakat pedagang rantau. Jenis-jenis kearifan lokal dan faktor yang menggeser nilai ekonomi dan bisnis masyarakat Minang pedagang rantau terletak pada banyaknya pengaruh sosial dan budaya dari luar yang mendorong merubah pemikiran generasi dan pemuda minang rantau yang mengakibatkan berkurangnya kemandirian mereka dalam mempertahankan perilaku berdagang dan ekonomi yang telah diamanahkan dan ditanamkan oleh adat Minang.

Kedatangan para pedagang ke Jakarta telah mengakibatkan munculnya dampak ekonomis dan sosial di sekitar daerah Jakarta, dampak ekonomisnya adalah Bergeraknya roda perekonomian di sekitar daerah tertentu dengan munculnya pedagang-pedagang makanan dan lain-lain yang merupakan masyarakat di daerah sekitar itu sendiri, sehingga dapat menjadi pemasukan tambahan bagi sebagian pekerja yang berada disana

DAFTAR PUSTAKA

- Damsar. 2000. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- . 2002. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Evers, Hans-Dieter, Korff, Rüdiger, 2000, *Southeast Asian Urbanism*, LIT Verlag Münster, Ed.2nd , hlm.188, ISBN 3-8258-4021-2
- Navis, A.A., 1984, *Alam Berkembang Jadi Guru: Adat dan Kebudayaan Minangkabau*, Jakarta: PT. Grafiti Pers.
- Reid, Anthony 2001, "Understanding Melayu (Malay) as a Source of Diverse Modern Identities".

Journal of Southeast Asian Studies 32 (3): 295–313. doi:10.1017/S0022463401000157.

Roger S. Pressman, 1997, "Rekayasa Perangkat Lunak", Pendekatan Praktisi (Buku Satu), ANDI Yogyakarta.