

BAB I

PENDAHULUAN

I. I. Latar belakang

Pendekatan yang digunakan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi mengalami perkembangan. Beberapa dekade belakangan ini, perilaku ekonomi tidak hanya dikaji dengan pendekatan ilmu ekonomi tapi juga pendekatan sosiologi, antropologi dan agama. Hasil dari masing-masing pendekatan tersebut menginformasikan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi dan menjadikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi lebih komprehensif. Para Sosiolog dan Antropolog menyebutkan bahwa budaya kerjasama mempengaruhi produktivitas tenaga kerja dan menciptakan usaha maksimum (Casson, 1993; Duffy, 1998; Gray, 1996; Mahroef, 2010). Ahli agama menjelaskan bahwa nilai-nilai agama memiliki pengaruh pada preferensi konsumen dalam memilih barang dan jasa (Omer, 1992; Okumus, 2005).

Model Principal-Agent (selanjutnya disebut PA) dalam Teori Keagenan (*Agency*) merupakan satu model yang digunakan untuk menganalisis perilaku dalam konteks hubungan kontraktual. Model PA awalnya digunakan dalam organisasi bisnis dan kemudian meluas ke berbagai lapangan seiring dengan perkembangan keilmuan (Feltham, 1978., Stelin, 1985., Islahi, 2008., Hlavacek, 2006., Eisenhardt, 1989., Byman, 2010; Keech, 1994., Polinsky, 2000., Meckling, 1976).

Perkembangan penggunaan model PA dalam berbagai bidang keilmuan membuktikan bahwa model PA bukan monopoli model dalam organisasi bisnis, seperti yang umum dikenal di kalangan ekonom. Namun dengan memperhatikan substansi model PA yaitu adanya pendelegasian, tanggungjawab, perbedaan kepentingan diantara pihak dan *asymmetric information* maka berbagai bentuk hubungan PA dalam kehidupan ini dapat terjadi (Kholmi,2012., Hornby, 1996., Mitnick, 2006; Ross, 1973., Eisenhardt, 1989., Meckling, 1976).

Model Keagenan (*Agency*) dapat dikembangkan dengan mengembangkan bentuk hubungan PA. Dengan menggunakan asumsi yang berbeda pada model PA umumnya, hubungan manusia dengan Tuhan dalam perspektif Islam dapat dianalogikan dengan hubungan PA. Tuhan sebagai pemberi amanah dapat dianalogikan sebagai *Principal* dan manusia adalah penerima amanah sebagai *Agent*. Sebagai *Agent* manusia harus melakukan atau memenuhi sesuatu sesuai dengan apa yang dituntut oleh *Principal* (Mirakhor, 2009 dan 2011; Kholmi, 2012). Namun karena *principal* tidak melakukan pengawasan secara fisik dan adanya perbedaan waktu antara mematuhi perintah dan larangan Tuhan dengan balasan yang diterima serta imbal-jasa berbentuk *non-monetary payment* menyebabkan munculnya masalah komitmen. Masalah komitmen menjadi masalah keagenan (*agency problem*) dalam hubungan PA, manusia dengan Tuhan.

Pertanyaan kemudian adalah apa instrumen yang dapat digunakan sebagai solusi atas masalah keagenan (*agency problem*) agar manusia, *agent*, berperilaku loyal atau taat pada perintah Tuhan?, sebagai *principal*. Banyak

peneliti yang telah menawarkan model solusi untuk mengatasi masalah keagenan (*agency problem*). Diantara model solusi itu adalah, kompensasi (Parks, 1988), strategi akuisisi dan diversifikasi (Amihud, 1981), *board relationship* (Jensen, 1983), struktur kepemilikan dan keuangan (Mandelker, 1987), integrasi vertikal (Anderson, 1985), insentif (Eisenhardt, 1989), serta pelacakan terhadap *track record* atau pengalihan keterangan-keterangan dari *agent* tentang dirinya (Kiser, 1999; Nelson, 2009). Model-model tersebut telah diuji dan ditemukan hasil yang cukup efektif mengatasi masalah keagenan (*agency problem*) (Bergen, 1992; Ismail, 2013).

Pendekatan budaya dan agama juga digunakan sebagai solusi. Budaya dan agama ditempatkan sebagai *informal enforcement* yang dapat mendorong *agent* konsisten bekerja dan berperilaku sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh *principal* (Tabellini, 2009; Greif, 1994; Lesson, 2000; Clemente, 2013a). Secara metodologi semua penelitian dengan pendekatan budaya dan agama tersebut memakai *game theory* dan pendekatan sejarah (Greif, 1994; Gabre, 1999; Greif, 1993; Okazaki, 2004). Sebagai sebuah metode, *game theory* dan *historical approach* mengandung kelemahan. Kelemahan itu diantaranya tidak dapat mengetahui besaran kontribusi variabel yang dipakai dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi *agent* patuh pada kontrak dan beberapa faktor lain yang berada di luar model.

Penelitian-penelitian dengan pendekatan ekonomi, budaya dan agama yang dilakukan oleh para ahli telah menginformasikan dan memberi manfaat dan arti penting untuk mengatasi *agency problem*. Namun demikian, tidak berarti

bahwa penelitian tentang tema *principal-agent* telah terkuras dan tidak ada ruang bagi peneliti-peneliti berikutnya. Peneliti melihat masih ada peluang untuk melakukan penelitian dengan menggunakan Model PA, yaitu penelitian tentang perilaku ekonomi yang dikaitkan dengan agama dan budaya dimana keduanya dalam suatu masyarakat memiliki hubungan yang kuat, tidak dapat dipisahkan satu dengan lain dan menjadi bagian *inhern* dalam kehidupan mereka. Adapun masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat Minangkabau di Sumatera Barat.

Alasan dipilih masyarakat Minangkabau adalah karena karakteristik orang Minang yang terkenal dan akrab dengan aktivitas ekonomi dan memiliki reputasi sebagai pedagang. Minangkabau dikenal sebagai etnis yang taat pada ajaran Islam dan kuat memegang adat. Dalam etnis Minangkabau terdapat ungkapan, *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah, syara' mangato adat mamakai*. Ungkapan ini mengandung pengertian bahwa ajaran Islam menjadi dasar setiap perilaku masyarakat Minangkabau dalam lapangan sosial, politik dan ekonomi (Navis, 1984; Abdullah, 1972; Ramayulis, 2010,).

Masyarakat Minangkabau telah lama dijadikan objek penelitian oleh banyak peneliti dalam maupun luar negeri. Dari berbagai penelitian yang ada, fokus penelitian dapat dikelompokkan pada tema; Merantau (Naim, 1975., Kato,1977., Pelly.,1980), Dinamika Struktur dan Kebudayaan Minangkabau (Schrike,1927., Bouman,1949., Graves,1972., Tanner, 1972), Islam dan Sistem Kekerabatan Matrilineal (Stark,2013., Louis,1974., Manan, 1984), Naskah-naskah Kuno di Minangkabau, (Akhimuddin,2007; Kathano, 2008), Pelaksanaan Kewarisan Islam di Lingkungan Masyarakat Minangkabau (Syarifuddin, 1984),

Manusia Minangkabau (Nusyirwan, 2010), Identitas Agama dan Budaya Etnis Minangkabau di Daerah Perbatasan (Rozy, 2013), Interaksi dan Integrasi Masyarakat Minangkabau di Daerah Perbatasan (Astuti, 1999; Maryetti, 1999). Hasil dari semua penelitian itu adalah keunikan budaya dan masyarakat Minangkabau sesuai dengan aspek yang menjadi fokus penelitian.

Penelitian dengan tema ekonomi Minangkabau telah pula dilakukan para ahli. Fokus penelitian mereka berkisar pada tema sejarah, institusi dan transformasi ekonomi serta potensi lembaga keuangan syariah di dalam masyarakat Minangkabau. Temuan penelitian tentang sejarah ekonomi masyarakat Minangkabau adalah ekonomi nagari merupakan ekonomi yang berjalan dengan ikatan kekeluargaan. Ikatan kekeluargaan ini menutup masuknya sistem baru dari luar. Namun setelah Indonesia berada di bawah kolonial Belanda ekonomi Minangkabau beroperasi dengan sistem baru yaitu sistem kapitalis (Oki, 1972).

Ekonomi nagari didominasi oleh ekonomi pertanian. Kopi menjadi primadona pasar dan diperebutkan oleh pedagang asing. Ekonomi petani menjadi bangkit. Kehidupan masyarakat petani berubah lebih bersifat material dan meninggalkan agama. Kondisi ini memunculkan Gerakan Paderi sebagai gerakan kebangkitan Islam. Dalam penelitian sejarah ekonomi Minangkabau ditemukan bahwa terdapat hubungan antara kebangkitan Islam dengan kebangkitan ekonomi petani di tahun 1784-1847 (Dobbin, 1983). Temuan Dobbin ini menjadi rujukan penting bagi dinamika Islam di Minangkabau akhir abad 18 dan awal abad 19. Karena penelitian Dobbin merupakan studi yang

mengkombinasikan sejarah, ekonomi, sosial, politik dan agama yang belum pernah dilakukan sebelumnya (Asnan, 2008).

Institusi ekonomi seperti badan usaha produksi Pandai Besi di Dataran Tinggi Sei Puar dan pasar menjadi fokus peneliti terdahulu. Badan usaha produksi Pandai Besi di Sei Puar adalah potret badan usaha yang tidak pernah maju. Usaha produksi Pandai Besi tidak berkembang. Produksi Pandai Besi tidak meningkat dalam skala operasional dan keuntungan. Penyebab utama adalah sistem usaha Pandai Besi yang bersifat kekeluargaan sementara usaha Pandai Besi berhadapan dan berinteraksi dengan sistem pasar yang kental dengan semangat kapitalis (Kahn, 1975).

Semangat kapitalis hadir dalam kehidupan masyarakat Minangkabau. Kehidupan masyarakat menjadi individualistik. Namun Pasar Tradisional di Masyarakat Minangkabau dapat mengorganisir dampak yang dimunculkan oleh semangat kapitalis tersebut. Pasar memiliki fungsi sebagai tempat jual-beli, mencari nafkah dan media sosial. Sebagai media sosial, pasar menjadi tempat bertemu bagi anggota masyarakat. Sehingga nilai kebersamaan dan ikatan kekeluargaan tetap terjaga dalam masyarakat dan dengan nilai-nilai itu pula masyarakat Minangkabau mengorganisir perubahan yang terjadi (Effendi 1999). Semangat kapitalis menyebabkan transformasi ekonomi pedesaan dari ekonomi pertanian yang bersifat tradisional, berskala kecil dan semangat kerjasama ke pertanian modern yang berskala besar dan hubungan kerja bersifat imbal-jasa (industrial). Kasus perkebunan kelapa sawit di Sumatera Barat yang dikelola

oleh pihak swasta dan BUMN menjadi contoh bahwa transformasi ekonomi itu telah terjadi (Afrizal, 2007 dan 2013).

Lembaga keuangan syariah yang tumbuh dan berkembang di Indonesia dalam beberapa dekade belakangan juga masuk ke masyarakat Minangkabau. Sebagai etnis yang menjadikan nilai-nilai agama dan adat sebagai pedoman dasar dalam kehidupan, lembaga keuangan syariah tentunya berkembang dengan baik. Penelitian yang dilakukan oleh BI dan Lembaga Penelitian Universitas Andalas 2001 menginformasikan bahwa masyarakat menyetujui lembaga keuangan syariah berdiri di wilayahnya. Meskipun dukungan masyarakat terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah sangat baik, namun masyarakat masih memiliki pengetahuan yang rendah tentang prinsip dan istilah-istilah yang digunakan dalam operasional lembaga keuangan syariah. Dan juga masyarakat dalam memilih bank untuk bertransaksi menitip dan meminjam dana didominasi oleh keputusan agama (BI dan Lembaga Penelitian Universitas Andalas,2001)

Semua penelitian dengan tema ekonomi Minangkabau sebagaimana dijelaskan menginformasikan bahwa ekonomi Minangkabau telah lama menjadi kajian oleh berbagai ahli dengan berbagai fokus penelitian yang berbeda satu sama lainnya. Perilaku ekonomi masyarakat Minangkabau dan kaitannya dengan ajaran agama dan budaya yang menjadi bagian *inhren* dalam masyarakat belum dijadikan fokus penelitian. Masyarakat Minangkabau terkenal sebagai masyarakat yang kuat memegang adat dan taat pada ajaran agama. Dalam masyarakat Minangkabau terdapat ungkapan, *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah, syara' mangato adat mamakai* yang mengandung

pengertian, ajaran Islam menjadi dasar setiap perilaku masyarakat Minangkabau dalam lapangan sosial, politik dan ekonomi (Navis, 1984; Abdullah, 1990; Ramayulis, 2010).

Religiusitas dan *cultural belief* merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi (Sheth, 1983., Wilkes, 1986., Schiffman, 1988., Casson 1993., Gray, 1996., Mahroef, 2010., Clemente, 2010., Rahman, 2013.). Religiusitas adalah keterikatan individu secara penuh kepada Tuhan sebagai Sang Pencipta (*Creator*) yang diinternalisasikan dalam diri individu dan dimanifestasikan dalam perilaku keseharian (Ali, 1993; Pepinsky, 2013a; Shihab, 2000). Sedangkan *cultural belief* merupakan nilai yang penting dan tinggi dari suatu budaya. Nilai-nilai tersebut dianut, dijaga dan diwarisi secara turun-temurun serta berfungsi sebagai pedoman yang memberi arah kehidupan dan interaksi antar anggota dalam suatu masyarakat (Tabellini, 2009; Greif, 1994). Namun kedua variabel ini khusus untuk Muslim Minangkabau Sumatera Barat belum pernah diuji melalui kajian akademik. Sehingga masih sukar untuk menjawab pertanyaan, apakah ajaran Islam menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi, apakah perilaku ekonomi masyarakat Minangkabau sesuai dengan ketentuan agama dan apakah religuistas dan *cultural belief* mempengaruhi mempengaruhi perilaku ekonomi Masyarakat Minangkabau? Pertanyaan ini penting dijawab. Kualitas identitas masyarakat Minangkabau yang terkenal dengan *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah, syara' mangato adat mamakai* tidak pernah dapat diketahui dengan

baik tanpa mengetahui bagaimana identitas tersebut diimplementasi dan diakualitasikan dalam kehidupan terutama dalam perilaku ekonomi.

Penelitian tentang Masyarakat Muslim – termasuk masyarakat Etnis Minangkabau - dengan menggunakan metode survei dan membanding lokasi/wilayah masih langka. Literatur yang beredar umumnya mengkaji komunitas Muslim dari aspek normatif-kualitatif sedangkan kajian yang membahas aspek empirik dengan pendekatan kuantitatif belum banyak dilakukan. Akibatnya pengetahuan dan informasi akademik yang sistematis dan terukur (*kuantitatif*) mengenai perilaku Muslim Minangkabau dalam perilaku ekonomi masih sangat minim. Penelitian ini membahas perilaku ekonomi yang meliputi perilaku produksi dan konsumsi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, dapat dikemukakan pertanyaan pokok yang akan dijawab melalui penelitian ini :

- 1) bagaimana kondisi religiusitas dan *cultural belief* Muslim Minangkabau di Sumatera Barat?
- 2) sudah optimalkah perilaku ekonomi Muslim Minangkabau yang memiliki identitas agama dan adat yang kuat. Sebagai Muslim, orang Minangkabau tentunya menjadikan ajaran agama sebagai bagian yang *inhren* dalam segala lapangan kehidupan, termasuk ekonomi.
- 3) adakah pengaruh religiusitas dan *cultural belief* terhadap perilaku ekonomi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat?

1.3. Hipotesis

Hipotesis yang akan dibuktikan melalui penelitian ini adalah:

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan religiusitas dan *cultural belief* terhadap perilaku konsumsi dan produksi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. menjelaskan kondisi religiusitas dan *cultural belief* Muslim Minangkabau di Sumatera Barat dewasa ini
2. membuktikan apakah optimal perilaku ekonomi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat dalam kaitannya dengan ketentuan ajaran agama. Sehingga dapat dijawab, apakah religiusitas dan *cultural belief* berfungsi sebagai *self-enforcement* dan sebagai *informal enforcement* yang mendorong Masyarakat Minangkabau patuh pada ajaran agama.
3. menganalisis pengaruh religiusitas dan *cultural belief* terhadap perilaku ekonomi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat

1.5. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi secara umum, penambahan literatur, pengembangan dan dukungan kepada teori-teori *principal-agent* yang telah ada sebelumnya. Penelitian ini melakukan pengembangan terhadap teori *principal-*

agent dengan memasukkan religiusitas dan *cultural belief* sebagai instrumen dalam mengatasi *problem agency*.

Penelitian ini memasukkan religiusitas sebagai *self-enforcement/personal enforcement* yang mendorong *agent* untuk taat pada aturan dan ketentuan Tuhan/*principal*, khusus bagi *agent* yang muslim, di saat aturan syariah tidak diformalkan sebagai produk hukum. *Cultural belief* sebagai bagian *local wisdom /community enforcement* dan berbentuk konvensi dapat diadopsi untuk kemudian dipakai sebagai *informal-enforcement* yang dapat berfungsi sebagai *self-control* dan mendorong orang tetap taat pada ajaran agamanya.

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan dasar oleh pihak terkait untuk membuat kebijakan dalam rangka menciptakan keberlanjutan berbagai bentuk hubungan *principal-agent* yang lebih efisien. Lembaga keuangan syariah yang tumbuh dan berkembang dengan cepat pada beberapa dekade belakangan ini, dalam operasionalnya memiliki dan menggunakan akad-akad dengan model *principal-agent*, diantaranya; Akad *Mudharabah* dan *Musyarakah*. Dalam Akad *Mudharabah* terdapat pemilik dana (*fund provider/principal*) dan pekerja yang memproduksi dana (*agent*). Pada praktiknya, hubungan antara *principal* dan *agent* sangat berpeluang terjadi *moral hazard*. Hubungan antara pemberi kerja dan pekerja dalam berbagai bentuk dan level sangat banyak peluang terjadinya penyalahgunaan atau penyimpangan dari tujuan pemberi kerja.

Secara khusus bagi masyarakat Minangkabau di Sumatera Barat hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan model yang dapat mendorong secara optimal penerapan ajaran agama dalam kehidupan nyata. Ajaran agama dijadikan

way of life oleh penganutnya dalam kehidupan sehari-hari terutama lapangan ekonomi.

Untuk mensistematisasikan pembahasan, tulisan ini terdiri dari lima bagian:

1. bagian pertama, menjelaskan latar belakang masalah, kenapa penelitian ini perlu dilakukan, berbagai keunggulan dan kekurangan penelitian terdahulu, dan manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini.

2. bagian kedua, berisikan paparan tentang tinjauan pustaka untuk mendapatkan informasi konsep-konsep religiusitas dan *cultural belief*, perkembangan mutakhir (*state of the art*) dan *cultural belief* serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mengarahkan perilaku dalam konteks hubungan *principal-agent*.

3. di bagian ketiga, dijelaskan landasan teori sebagai kerangka berfikir dalam penelitian ini. Pada bagian ini dibangun sebuah kerangka fikir dalam mendekati hubungan Tuhan dengan manusia dengan model P-A, model *pay off* kepada manusia, religiusitas dan *cultural belief* sebagai *constrain* partisipasi *agent* dalam model P-A, dan perumusan masalah bagi *agent* dan *principal* serta kontrak yang optimal. Kemudian, metodologi sebagai kerangka kerja penelitian; mulai dari mengumpulkan sampai interpretasi dan analisis data.

4. bagian keempat dijelaskan temuan penelitian sesuai hasil olahan data dengan statistic deskriptif dan pengolahan dengan Stata. Pada bagian akhir penelitian ini akan disimpulkan beberapa temuan penelitian, kontribusi, keterbatasan dan saran akademik bagi penelitian berikutnya serta saran operasional bagi pengambil kebijakan.

