

Kewirausahaan Suku Bangsa Minangkabau (Konteks Kekinian dan Masa Depan)

Judul buku	: Kewirausahaan Suku Bangsa Minangkabau (Konteks Kekinian dan Masa Depan)
Nama Penulis	: Donard Games
Penerbit dan Tahun Terbit	: RajaGrafindi Persada - Depok / 2022
Jumlah halaman	: 82
ISBN	: 978-623-372-733-4
Harga	: Rp.90.000,-
Cover buku	: (Terlampir)

Buku berukuran 21 X 15 cm ini menguraikan tentang kewirausahaan suku bangsa Minangkabau. Buku ini rancang untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kewirausahaan yang dilakukan oleh suku bangsa Minangkabau dalam konteks kekinian dan masa depan. Kewirausahaan bukanlah soal posisi, pekerjaan dan jabatan. Kewirausahaan merupakan perihal mentalitas, karakter dan perilaku. Sejumlah penelitian telah mengidentifikasi sejumlah kualitas yang bisa disematkan kepada mereka yang dikategorikan wirausahawan yaitu inovatif, mencari peluang, pengambil resiko dan berorientasi masa depan.

Sistem budaya mtrilineal dan merantau adalah dua budaya saling kait mengait terutama sistem matrilineal dianggap sebagai sumber utama budaya merantau. Ada penyebab lain yang lebih pragmatis seperti keinginan untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar karena pasar di nagari masing-masing terbatas. Begitu pun ada kecenderungan kewirausahaan Minangkabau lahir dari jiwa kebebasan, egaliter yang dimiliki budaya Minangkabau sehingga orang-orangnya lebih senang menjadi bos bagi diri mereka sendiri. Apa pun asal usul terbentuknya kewirausahaan Minangkabau konteks kekinian dan masa depan akan ditentukan dari kemampuan saat ini memaknai budaya yang mendukung kewirausahaan tersebut. Perubahan budaya dan manusia-manusianya bisa terjadi dan itu akan berpengaruh dalam hal ini kepada konteks masa kini dan masa depan kewirausahaan Minangkabau.

Konsep personal value dapat dijadikan dasar yang memberikan pemahaman lebih tentang kewirausahaan Minangkabau. Dalam tataran praktikal, pemahaman tentang *personal values* bisa memberikan manfaat sebagai berikut : (a) Basis untuk seleksi wirausahawan. Semua pihak yang berkepentingan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan usaha rintisan (*startup*) seperti inkubator, akselerator, dan lain-lain bisa menjadikan *personal values* sebagai salah satu basis seleksi. Tidak ada nilai-nilai yang benar atau salah. Namun demikian personal values sebaiknya berkesesuaian dengan dasar pemilihan dan jenis usaha. Sebagai

contoh, startup yang berbasis teknologi seperti online platform dan IT yang mengandalkan kreativitas dan kebebasan, *personal values* yang tepat adalah *self-direction* dan *stimulation*. Dengan demikian, *cofounders* sebaiknya memiliki *personal values* demikian untuk bisa mengembangkan kreativitas dan otonomi dalam organisasi bisnis (b) *Personal values* bisa memperlihatkan perbedaan *values* antargenerasi. Sebagai contoh makin ke sini makin terlihat bahwa *personal values* bahkan di konteks yang budaya kolektivistik sekalipun akan semakin terpapar *individualistic values*. Masing-masing *values* memerlukan pendekatan yang berbeda. Dengan demikian sangat bisa jadi generasi milenial dan generasi yang lebih muda daripada itu akan sangat berbeda memahami dan melakukan sesuatu termasuk terkait kewirausahaan daripada generasi pendahuluannya.

Sebelum membahas tentang *cultural values* pada Minangkabau maka ada baiknya kita melihat nilai-nilai budaya pada level negara. Berdasarkan perbandingan yang disediakan oleh website yang berbasis konsep Hofstede, bisa kita lihat perbandingan antara tiga negara : Indonesia, Tiongkok dan Amerika. Pertama, Indonesia seperti Tiongkok memiliki skor *power distance* tinggi sedangkan Amerika memiliki skor yang jauh lebih rendah. Ini berarti bahwa di konteks Indonesia dan Tiongkok, sentralisasi masih dominan, pemimpin akan bersifat perintah daripada kolaboratif. Ini jauh berbeda dari *cultural values* Amerika yang jarak kuasanya rendah. Ini berarti orang Amerika cenderung otonom, memberikan kebebasan, pemimpin bukan berarti pemberi perintah belaka, ada unsur kolaborasi di sini. Kedua, *Individualism*. Budaya Indonesia dan Tiongkok memiliki taraf individualisme sangat rendah (skor Indonesia 14, Tiongkok 20). Bandingkan dengan Amerika yang sangat tinggi (91). Ini adalah perbedaan skor terbesar dalam konsep nilai-nilai kultural dari Hofstede. Ini penanda bahwa mungkin memang ada hubungan antara *cultural values* dan *personal values* dimana negara-negara seperti Amerika dan negara-negara Eropa Barat konsisten memiliki nilai-nilai individualistik yang tinggi. Artinya, budaya Indonesia sangat menekankan kolektivisme. Orang-orang Indonesia cenderung terikat dengan norma dan adat istiadat dari mereka terikat dengan in group yaitu orang-orang sekitarnya seperti keluarga besar. Ketiga, *Masculinity*. Dibanding dengan Tiongkok dan Amerika (masing-masing skornya 66 dan 62). Indonesia memiliki skor *masculinity* yang secara signifikan lebih rendah (46) yang berarti berbudaya feminin. Ini berarti di Indonesia menjadi orang yang terlalu berbeda dari orang lain tidak terlalu dikagumi. Orang-orang di Indonesia juga melakukan sesuatu yang disukai daripada menjadi yang terbaik dibidangnya. Mereka juga lebih peduli pada orang lain. Kualitas hubungan dengan orang lain adalah hal penting dalam budaya feminin. Keempat, *Uncertainty Avoidance*, ketiga negara yang jadi bahan perbandingan menunjukkan *low uncertainty*

avoidance. Tiongkok memiliki skor paling rendah. Ini berarti bahwa pada ketiganya, perubahan yang terjadi dianggap normal dan mereka siap untuk merespons hal tersebut dengan cara tertentu. Situasi yang tidak terstruktur juga tidak menjadi isu yang sangat penting. Kelima, *Long term orientation*. Indonesia dan Tiongkok memiliki skor yang lebih tinggi daripada Amerika Serikat dalam hal *long term orientation*. Ini kemungkinan karena Indonesia dan Tiongkok lebih menghargai hubungan jangka panjang, berinvestasi jangka panjang pun tidak masalah asalkan bisa sukses pada waktunya. Disisi lain orang-orang Amerika lebih pragmatis berpikir tidak untuk jangka panjang. Keenam, *Indulgence*. *Indulgence* adalah tentang sejauh mana orang-orang mencoba untuk mengontrol keinginan. Skor yang jauh lebih tinggi untuk Amerika (dibanding Indonesia dan Tiongkok) menunjukkan bahwa orang-orang Amerika lebih tidak merasa bersalah ketika menikmati hidup. Orang Tiongkok paling *restraint*. Artinya, mereka selalu mengontrol diri mereka dari keinginan-keinginan yang berlebihan.

Lantas bagaimana dengan cultural values orang-orang Minangkabau? Sudah jamak diketahui bahwa Minangkabau dianggap memiliki budaya kolektivistis. Ini dibuktikan dari adagium adat yang menyebut :

Duduk surang basampik-sampik (hidup eksklusif membuat hidup sulit)

Duduak basamo balapang-lapang (berkumpul bersama membuat segalanya mudah)

Kolektivisme Minangkabau didasarkan pada egalitarianisme dan konsensus untuk mengejar kebenaran dan kebaikan bersama (Dahrizal, 2014). Hal ini jelas menunjukkan bahwa nilai-nilai individualistis tidak dianjurkan. Namun demikian sejumlah penelitian menemukan bahwa terjadi perbedaan terkait *cultural values* terkait budaya Minangkabau. Berdasarkan nilai-nilai Hofstede, diidentifikasi bahwa Minangkabau berbudaya kolektif, *power distance* tinggi, *uncertainty avoidance* rendah, orientasi jangka panjang tinggi, *masculinity* rendah dan *indulgence* rendah. *Uncertainty Avoidance* yang rendah dan *Long term orientation* yang tinggi diidentifikasi mendukung kewirausahaan Minangkabau.

Dalam penelitiannya Rahman (2020) telah mengidentifikasi bahwa kewirausahaan Minangkabau terbentuk dari *uncertainty avoidance* yang rendah dan *long term orientation* yang tinggi. Ada kemungkinan orang Minangkabau memiliki keduanya dan menjadikan itu sebagai basis pengembangan kewirausahaan. Selanjutnya nilai-nilai kultural ini semakin melekat dan menguat khususnya pada orang-orang Minangkabau karena mereka mengalami proses pencerahan dalam aktivitas merantau. Pada saat merantau khususnya perantau pria, akan ditempa oleh pengalaman merantau. Mereka akan lebih memiliki budaya adaptasi yang

kuat. Dengan kata lain, merantau menjadi bagian dan dari transformasi nilai-nilai kultural sehingga bisa memberikan nilai tambah untuk kewirausahaan Minangkabau.

Sebagai satu suku bangsa yang berbudaya kolektif, orang-orang Minangkabau diduga kuat akan cenderung patuh dan taat pada tradisi dan adat istiadat dan saling dukung terutama dalam konteks in-groups seperti sanak saudara (*extended families*). Bierbrauer et.al (1994) menegaskan bahwa budaya kolektif memang bersandar dari kepatuhan dan kesadaran pada norma-norma yang berlaku di masyarakat. Ini diperkuat dengan penelitian Galbraith et.al (2007) yang menemukan bahwa masyarakat yang terikat dengan adat istiadat dan saling terhubung antara satu sama lain maka akumulasi itu akan melahirkan suatu modal berharga yakni modal sosial.

Modal sosial bisa didefinisikan sebagai aset, sumber kaya, atau kemampuan yang berasal dari kepercayaan (*trust*), timbal balik (*reciprocity*), niat baik (*goodwill*) dan pengetahuan dari suatu jaringan yang sudah terdefinisi dengan jelas (Woolcock, 1998). Jika kita menyepakati Minangkabau adalah hasil dari kombinasi nilai-nilai personal dan budaya dan ada keterikatan yang kuat antara orang-orangnya dan budaya dan nagarinya maka kita bisa simpulkan bahwa modal sosial adalah kekuatan yang besar dan akan mampu menggerakkan kewirausahaan Minangkabau ke taraf yang lebih tinggi.

Hanya saja, kewirausahaan Minangkabau belum mampu memanfaatkan maksimal modal sosialnya. Bahkan bagi orang-orang Minangkabau bisnis dan kehidupan adalah dua hal yang berbeda. Mereka memilih jalur individualistis sebagai pelaku bisnis daripada memanfaatkan jejaring Minangkabau. Padahal jejaring ini tersedia dan bisa menjadi pembuka jalan untuk ekspansi usaha. Hal ini berbeda dengan peran yang dimiliki guanxi (*connections*) dalam kewirausahaan Tiongkok. Sebagaimana disampaikan oleh Tsui dan Farli (1997), guanxi berbasis pada timbal balik yang kuat dan kepercayaan. Secara singkat, kewirausahaan Tiongkok lebih mampu memanfaatkan modal sosialnya karena berhasil menyuburkan kepercayaan (*trust*) diantara sesama pelaku usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Games (2015) and Games et.al (2013; 2021) mengonfirmasi adanya perbedaan antar generasi pada kewirausahaan Minangkabau. Dibandingkan pendahulunya, kaum muda kewirausahaan Minangkabau ini jauh lebih terbuka dan independen. Hal ini sejalan dengan rangkaian penelitian sebelumnya yang melihat bahwa karakteristik baru yang mendefinisikan mereka sebagai generasi kekinian dan masa depan. Kaum muda dalam kewirausahaan Minangkabau cenderung lebih *direct* dan *straightforward*. Mereka tidak terlalu paham dengan kata-kata sindiran dan sejenisnya. Mereka lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih terbuka pada kemitraan bisnis karena mereka hadir tanpa

prasangka sebelumnya. Bisa jadi diwariskan dari generasi ke generasi wirausahawan Minangkabau. Mereka muda yang terampil mandiri dan bersemangat tentang bisnis mereka dan tampak lebih mungkin untuk mengubah bisnis mereka daripada generasi yang lebih tua. Ini mungkin karena mereka lebih terbuka terhadap ide-ide baru dan berkolaborasi dengan orang lain.

Nilai-nilai Minangkabau berintikan nilai-nilai Islami dan norma-norma Minangkabau berpengaruh positif pada capaian inovasi sebagai perwakilan kewirausahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai Islami *compatible* dengan wirausahawan Minangkabau dan menjadi inspirasi bagi kewirausahaan Minangkabau. Penelitian Games dan Sari (2022) telah menemukan bahwa masa krisis seperti krisis pandemic Covid 19 telah meningkatkan ketakutan gagal berwirausaha pada orang-orang Minangkabau. Sebagaimana telah divalidasi oleh Cacciotti et.al (2020) ada sejumlah sumber ketakutan gagal berwirausaha seperti ketidakmampuan membiayai usaha, ketidakmampuan mengeksekusi rencana dan ketakutan mengecewakan orang-orang yang dicintai. Dalam level tertentu ketakutan semacam ini bisa berdampak positif karena memotivasi pelaku usaha untuk menyempurnakan ikhtiar tetapi yang terjadi justru ketakutan ini mendemotivasi pelaku usaha.

Buku ini sangat bagus untuk dibaca akademisi dan pelaku wirausaha sebagai motivasi untuk meningkatkan bisnisnya. Buku ini dilengkapi dengan daftar pustaka, glosarium dan indeks yang memudahkan pembaca untuk menelusur subyek penting yang akan dibacanya. Biodata penulis dimuat dalam buku ini sebagai upaya menegaskan otoritas kepengarangan penulis yang berasal dari kalangan akademisi kampus dengan status dosen.