

ETNO-ENTREPRENEUR MASYARAKAT SUMBAWA
(Perspektif Pendidikan, Budaya dan Ekonomi)

Andi Haris¹, I Gusti Made Sulindra², Suharli³, I Made Sentaya⁴

1,2,3,4Universitas Samawa

Pos-e: andiharis7814@gmail.com

Abstrak

Etno-entrepreneur menjadi issue strategis jika dikaitkan dengan perspektif pendidikan, ekonomi, dan budaya yang mengacu pada nilai-nilai kearifan lokal. Etno-entrepreneur menjadi tantangan ke depan untuk berkreasi, inovasi dalam menopang ekonomi suatu anggota keluarga, masyarakat, daerah, dan bangsa. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan hasil temuan dari perspektif ekonomi, perspektif pendidikan, dan perspektif budaya terhadap etno-entrepreneur masyarakat Sumbawa. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penedekatan naratif dan interpretatif yang menjadi ciri khas penelitian kualitatif. Usaha mikro kecil dan menengah menjadi responden yang tersebar di 7 kecamatan dengan jumlah 30 orang dan menggali data melalui wawancara mendalam dan observasi. Data ini diseleksi, disajikan, dan ditarik kesimpulan lalu dilakukan keabsahan data dengan teknik triangulasi, member check dan audit trail. Hasil menunjukkan bahwa rata-rata entrepreneur yang dibentuk oleh orang tua dan dibentuk oleh dirinya sendiri masuk dalam kategori tipe usaha sampingan (*part time entrepreneur*) dan usaha yang didasarkan pada hobi memasak (*home base entrepreneur*). Dari perspektif pendidikan menunjukkan bahwa dengan faktor pendidikan yang rendah, maka nilai-nilai budaya yang tertanam kuat dalam masyarakat serta tertanam dalam pendidikan keluarga, maka ada pertentangan antara nilai budaya dengan eksistensi entrepreneur Sumbawa yang menyebabkan entrepreneur tidak begitu penting. Dari perspektif budaya menunjukkan adanya memegang nilai tradisi yang sangat mengakar dalam sendi kehidupan, yang tercermin dalam *saleng tulung* (saling tolong menolong), *saleng pedi*’ (saling mengasihi), dan *saleng sakiki*’ (saling memberi dikala waktu lapang dan sempit sehingga terbentuk saling mengayomi). Konsep *Saleng* ini menjadi pegangan, dalam upaya menghilangkan stigma negatif yakni *ubik* (pelit). Stigma negatif *ubik* (pelit) ini yang dihindari agar menuju manusia yang beriman, bertakwa demi mendapatkan ridha Tuhan Yang Maha Esa (Allah SWT) yang seuai dengan filosofi dasar yaitu *Syara barenti ko Kitabullah* (hukum, aturan, norma dan aqidah adat budaya harus merujuk pada al-quran). Entrepreneur masyarakat Sumbawa juga memegang nilai agama yang cukup kuat yakni “merasa cukup”. Dengan kata “cukup” keuntungan dan perencanaan yang telah direncanakan ketika tidak terpenuhi, maka pemilik usaha cepat mengatakan “cukup” dan tidak menjadi sebuah beban. Kata “cukup” mendorong entrepreneur masyarakat Sumbawa untuk tidak *kiak* (memiliki etos kerja) yang kuat, dalam mengelola usahanya baik dari sisi perencanaan, mengorganisasikan, implementasi, dan pengontrolan yang baik. Hal ini yang membuat entrepreneur Sumbawa tidak sukses (kekayaan usahanya sampai dua generasi). Oleh karena itu, budaya tradisi Sumbawa dan spiritualitas keagamaan (Islam) mewarnai perilaku, karakter, watak, dan tindak tanduk dalam kesehariannya.

Kata Kunci: *Etno-Entrepreneur, Pendidikan, Budaya, Ekonomi*

PENDAHULUAN

Entrepreneur suatu daerah bahkan suatu bangsa sangat dipengaruhi oleh budaya, pendidikan, dan ekonomi yang melekat pada individu masyarakat. Berkembang dan majunya pendidikan, budaya, dan ekonomi menjadi issue strategis dalam etno-entrepreneur masyarakat Sumbawa sehingga melahirkan filosofi yang sarat makna dan arti bagi *tau ke tana samawa* (masyarakat dan tanah Sumbawa) yakni “*Adat barenti ko syara, syara barenti ko kitabullah*” yang artinya adat berpegang teguh kepada aturan, norma, aqidah dan hukum yang mana aturan, norma, aqidah dan hukum tetap mengacuh pada Alquran. Etno-entrepreneur masyarakat Sumbawa tentunya menjadi tantangan ke depan yang harus menuntut kreasi dan inovasi dalam aktivitas ekonomi untuk menopang prekonomian keluarga, daerah, dan bangsa. Jonnious (2013: 48) mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif dan inovatif bertumpuh pada pengetahuan dan kreatifitas masyarakat wirausaha sebagai “nilai jual” sehingga mampu menjelma menjadi kekuatan baru dalam memenangkan kompetisi dan pengembangan ekonomi.

Dengan mengacu pada etno-entrepreneur tersebut, terdapat persoalan yang sangat mendasar mengapa entrepreneur Sumbawa tidak lebih baik dibandingkan dengan etnis lain (Bali, Cina, dan Arab; sering disingkat oleh orang Sumbawa dengan istilah BCA) yang lebih dominan maju saat ini. Wahyu Handaru A & Magdalena, Prita P (2015: 352) menjawabnya melalui hasil penelitian bahwa ketiga etnis ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda dan memiliki pola tingkah laku yang

dipengaruhi oleh budaya masing-masing dalam entrepreneur. Dari perbedaan karakteristik ini, tentunya analisa berpikir untuk menjawab persoalan tersebut, maka perlu mengidentifikasi perspektif-perspektif yang mempengaruhinya, apakah dari sisi perspektif ekonomi yakni (1) sikap mental berwirausaha, (2) kewaspadaan mental berwirausaha, (3) keahlian dan keterampilan berwirausaha (Wuisang, J, 2016: 10); atau perspektif budaya (antropologi) yakni nilai-nilai luhur yang tertanam dari hasil pengalaman dan kebenaran atas sesuatu sehingga menjadi pedoman hidup yang dijadikan panutan dalam sendi kehidupan masyarakat Sumbawa (Haris, A. 2019: 379-381); atau perspektif pendidikan yakni (1) mengenal kewirausahaan (*to know entrepreneur*), (2) mempelajari konsep-konsep kewirausahaan (*to learn entrepreneur*), dan (3) mendorong menjadi kewirausahaan (*to be entrepreneur*) (Wibowo, H & Akhmad Nulhaqim, S, 2015: 88).

Dari permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini menjawab (1) bagaimana perspektif ekonomi terhadap etno-entrepreneur masyarakat Sumbawa?, (2) bagaimana perspektif budaya terhadap etno-entrepreneur masyarakat Sumbawa?, dan (3) bagaimana perspektif pendidikan terhadap etno-entrepreneur masyarakat Sumbawa?. Sementara di sisi lain, entrepreneur Sumbawa dituntut untuk menjadi seorang entrepreneur yang mengintegrasikan budaya, ekonomi, dan pendidikan agar dapat menjadi pimpinan bagi dirinya sendiri, melaksanakan ide yang dimilikinya, serta untuk memperoleh

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan penekanan pada pendekatan naratif (Polkinghorne, 1988) dan interpretatif (Smith et al. 2009). Pendekatan naratif menjadi diakui sebagai metode yang valid dalam studi interpretatif entrepreneur (Sapir, dkk. 2014: 81), berdasarkan atas filosofi yang kuat dari pengalaman responden dalam entrepreneur dengan cara menggali data melalui wawancara dan observasi (Giorgi, 2009; Creswell, 2014).

Responden dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki usaha mikro kecil menengah dengan kategori jenis usaha yang beragam dan berdomisili di Kabupaten Sumbawa. Responden dipilih berdasarkan karakteristik yang relevan dengan fenomena pendidikan, budaya, dan ekonomi yang diteliti. Sebanyak 30 orang entrepreneur Sumbawa dijadikan responden yang tersebar di beberapa kecamatan yakni Moyo Hilir, Plampang, Alas, Utan, Kota Sumbawa, Ropang, dan Lunyuk. Responden langsung diwawancarai secara langsung dan mendalam di lokasi penelitian secara terbuka. Kemudian didukung oleh data observasi lokasi usaha untuk memperkaya hasil penelitian untuk memperkaya hasil penelitian.

Keabsahan data dilakukan oleh peneliti melalui triangulasi, member check, dan audit trail. Triangulasi dilakukan kepada ketua kelompok pengusaha, pengusaha, petugas dari diskoperindag. Membercheck dilakukan untuk mengecek kebenaran data dengan cara mengembalikan kepada responden untuk diperiksa kebenarannya lagi. Ada dua

tahap membercheck yang peneliti lakukan yakni dilakukan segera setelah data masuk saat wawancara dan observasi, dan setelah data rekaman ditranskrip. Audit trail dilakukan dalam upaya memeriksa kesesuaian antara temuan data peneliti dengan data yang terhimpun melalui pelacakan terhadap catatan-catatan lapangan. Pengamatan terus menerus peneliti lakukan agar dapat melihat fenomena pada latar penelitian secara cermat, terinci dan mendalam. Proses ini dilakukan secara berulang hingga informasi dari responden yang terkait dengan topik penelitian menjadi jenuh dan informasi telah mampu menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini disajikan data penelitian berdasarkan profil entrepreneur masyarakat Sumbawa; nilai-nilai yang diyakini (pendidikan, ekonomi, dan budaya); dan tindakan rekonstruktisasi pelaku entrepreneur (pendidikan, ekonomi, dan budaya).

1. Profil entrepreneur Masyarakat Sumbawa

Berdasarkan profil entrepreneur masyarakat Sumbawa menunjukkan bahwa rata-rata entrepreneur masuk dalam kategori tipe usaha sampingan dan usaha yang didasarkan pada hobi memasak. Hal ini sesuai dengan tipe *part time entrepreneur* dan *home base entrepreneur* (Zimmerer & Scarborough, 1996 dalam Wuisang, Jerry. R.H. 2016: 15). Entrepreneur masyarakat Sumbawa kecenderungannya adalah memulai bisnis dalam mengisi waktu luang untuk berkembang menjadi usaha besar. Bekerja usaha sampingan (*part time entrepreneur*) tidak mengorbankan pekerjaan di bidang lain (ketika musim tanam dan musim panen), namun masih dapat mengembangkan diri atau hobi

yang menghasilkan dan mendatangkan keuntungan. Di samping itu juga, entrepreneur masyarakat Sumbawa termasuk juga dalam kategori *home base entrepreneur* yang mana ibu-ibu rumah tangga yang memulai kegiatan bisnisnya dari kegiatan hobi memasak, diantaranya ibu-ibu yang pandai membuat kue dan aneka masakan lainnya, mengirim kue-kue di toko di sekitar tempat tinggalnya.

Sebagian besar bahwa usaha yang ditekuni merupakan usaha yang dibentuk oleh orang tua di samping usaha yang dibangun oleh dirinya sendiri. Usaha ini termasuk dalam usaha sampingan (*part time*) maka keberlangsungannya tidak lama bahkan mengalami stagnan bahkan mengalami kebangkrutan. Keuntungan yang diperoleh dari usaha sampingan (*part time*) tidak seberapa sementara barang lebih banyak terdistribusi atas dasar *saleng sakiki'* (saling memberi dikala waktu lapang dan sempit sehingga terbentuk saling mengayomi), *saleng pedi'* (saling mengasihi), *saleng tulung* (saling tolong menolong), dan *saleng sadu'* (saling percaya) serta *saleng santurit* (saling memberi dukungan/seiya sekata) di saat keluarga datang berkunjung atau bersilaturahmi. Begitupun juga usaha dalam kategori usaha rumah tangga (*home base entrepreneur*) yang didasarkan oleh hobi dan kesenangan, dimana semua produksi di tempatkan di kios-kios kecil, lapak, bahkan titip di toko yang tidak memiliki orientasi berkesinambungan (prenecanaan yang matang). Di samping itu pula, hasil produksi di kadangkala di pesan oleh konsumen pada saat hajatan atau moment penting dinas terkait dan pemerintah daerah.

Dari profil pendidikan juga, rata-rata entrepreneur masyarakat Sumbawa tamatan sekolah dasar dengan rentang usia 45-65 tahun, tamatan sekolah menengah pertama dengan rentang usia 35-45 tahun,

tamatan sekolah menengah atas 17-30 tahun, dan tamatan sekolah tinggi dengan rentang usia 19-23 tahun. Jumlah yang tamatan sekolah dan sekolah menengah pertama mendominasi entrepreneur masyarakat Sumbawa, sedangkan jumlah tamatan sekolah menengah/kejuruan berada pada urutan kedua sebagai pelaku entrepreneur dan tamatan sekolah tinggi berada pada urutan ketiga sebagai pelaku entrepreneur (*star up*). Dengan faktor pendidikan yang rendah, maka nilai-nilai budaya yang tertanam kuat dalam masyarakat serta tertanam dalam pendidikan keluarga, maka ada pertentangan antara nilai budaya dengan eksistensi entrepreneur Sumbawa yang menyebabkan entrepreneur tidak begitu penting. Nilai-nilai budaya yang telah melekat dalam sendi kehidupan masyarakat Sumbawa bertolak belakang dengan entrepreneur, yang tercermin dalam usaha sampingan (*part time entrepreneur*) dan kegiatan bakat bisnis rumah tangga (*home base entrepreneur*).

Dari hasil wawancara dengan beberapa responden UMKM di masing-masing kecamatan dapat peneliti simpulkan bahwa:

“Rata-rata usaha yang dibangun dan dilanjutkan oleh pelaku usaha baik yang baru maupun yang lama adalah usaha sampingan, di samping sebagai usaha yang gemari oleh ibu-ibu rumah tangga. Ketika usaha sampingan tersebut sebagai usaha mikro (pedagang kaki lima), kecil (kios), menengah (toko), maka sering di tutup ketika datangnya musim tanam, musim panen, dan hajatan tetangga. Begitupun juga pada usaha yang digemari oleh ibu-ibu. Ibu-ibu yang memiliki hobi buat kue (basah dan kering) maka keberlangsungannya hanya pada saat ada acara atau hajatan tetangga atau ada pesanan dari luar”.

Hal ini didukung juga oleh pernyataan-pernyataan lainnya di beberapa kecamatan yang menjadi lokasi penelitian yang mengatakan bahwa:

“Baik usaha sampingan atau usaha-usaha yang digemari oleh ibu-ibu sampai saat ini hanya sebatas mengisi waktu luang. Usaha ini tidak benar-benar serius dijalankan atau dikembangkan padahal prospek untuk menopang ekonomi keluarga sangat besar. Apakah hal ini dipengaruhi oleh nilai-nilai luhur budaya yang sangat melekat dalam sendi kehidupan masyarakat Sumbawa”.

Di samping pernyataan di atas, ada juga pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh pelaku usaha yang sifatnya individu dan kelompok yang mengatakan bahwa:

“Usaha yang ditekuni oleh masyarakat Sumbawa baik dalam bentuk individu maupun kelompok, kecenderungannya tidak dapat berjalan dan berkembang sampai 5-6 tahun. Ada yang pailit dan ada yang menarik diri sebagai anggota dalam kelompok usaha. Perilaku seperti ini dapat dipengaruhi oleh tingkat kemampuan pendidikan yang diperoleh di samping usaha yang tidak memiliki orientasi yang jelas dalam arti memiliki visi-misi”.

Pelaku-pelaku entrepreneur Sumbawa apabila ditinjau dari tamatan sekolah juga berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha yang ditekuni selama ini baik usaha yang dibangun oleh orang tua ataupun usaha yang dibentuk oleh pelaku sendiri. Dari beberapa hasil wawancara yang dengan responsen di masing-masing wilayah kecamatan bahwa:

“Pelaku entrepreneur yang dijalankan selama ini belum berpikir

bahwa keuntungan menjadi salah satu orientasi profit akhir yang dicapai. Asumsi berpikir ini tidak terlepas dari jenjang pendidikan yang mereka peroleh. Pelaku entrepreneur beranggapan bahwa berusaha tidak selalu untung dari segi materi melainkan keuntungan yang hakiki adalah membantu orang lain (*saleng tulung*)”.

Pernyataan di atas sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Muhardi (2004: 478) mengatakan bahwa peningkatan kualitas suatu bangsa sesungguhnya bertumpu pada peningkatan kualitas sumber manusianya, dan hanya akan dapat dicapai salah satunya melalui penekanan pada pentingnya pendidikan. Ini artinya pendidikan mempunyai kontribusi yang sangat berharga dan signifikan dalam meningkatkan kualitas suatu bangsa, tentunya juga bagi bangsa Indonesia. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mandala A & Edy R (2012: 9) bahwa pendidikan berpengaruh terhadap produktivitas secara positif dan signifikan, artinya semakin tinggi nilai pendidikan pengusaha maka semakin produktif pula pengusaha tersebut.

2. Nilai-Nilai Yang Diyakini (Pendidikan, Ekonomi, dan Budaya)

Berdasarkan perspektif budaya menunjukkan adanya memegang nilai tradisi yang sangat mengakar dalam sendi kehidupan, yang tercermin dalam *saleng tulung* (saling tolong menolong), *saleng pedi'* (saling mengasihi), dan *saleng sakiki'* (saling memberi dikala waktu lapang dan sempit sehingga terbentuk saling mengayomi). Konsep *Saleng* ini menjadi pegangan, dalam upaya saling membantu satu sama lain untuk

menghilangkan stigma negatif yakni *ubik* (pelit). Stigma negatif *ubik* (pelit) ini yang dihindari agar menuju manusia yang beriman, bertakwa demi mendapatkan ridha Tuhan Yang Maha Esa (Allah SWT) yang seuai dengan filosofi dasar yaitu *Syara barenti ko Kitabulla* (hukum, aturan, norma dan aqidah adat budaya harus merujuk pada al-quran). Di samping konsep *saleng* yang sangat terikat, entrepreneur masyarakat Sumbawa juga memegang nilai agama yakni “cukup”. Dengan kata “cukup” keuntungan dan perencanaan yang telah disusun rapi ketika tidak memenuhi target, maka pemilik usaha cepat mengatakan “cukup”. Kata “cukup” mendorong entrepreneur masyarakat Sumbawa untuk tidak *kiak* (memiliki etos kerja) yang kuat, bagaimana mengelola usahanya baik dari sisi perencanaan, mengorganisasikan, implementasi, dan kontrol yang baik. Oleh karena itu, budaya tradisi Sumbawa dan spiritualitas keagamaan (Islam) mewarnai perilaku, karakter, watak, dan tindak tanduk dalam kesehariannya.

Dari hasil wawancara dengan beberapa responden di masing-masing wilayah di lokasi penelitian mengatakan bahwa:

“Usaha yang kami jalankan tidak semata-mata mencari keuntungan semata, melainkan ada nilai-nilai luhur yang kami pegang sebagai pedoman hidup. Nilai-nilai ini sudah mengakar dan masuk dalam sendi kehidupan selama ini. Nilai-nilai luhur ini bersumber pada ajaran agama islam. Walaupun ada kecenderungan generasi sekarang yang sudah melihat keuntungan menjadi syarat mutlak dalam berusaha. Oleh karena itu, banyak usaha yang mulai menggeser usaha tradisional menjadi usaha yang lebih modern, misalnya, dalam bentuk café dan bentuk lainnya”.

Bahkan ada yang menyampaikan kepada peneliti tentang peran pentingnya nilai-nilai luhur budaya yang dihasilkan oleh masyarakat Sumbawa yakni:

“Nilai-nilai ini menjadi identitas kita sebagai *tau ke tana samawa* (masyarakat dan tanah Sumbawa) yang harus dijaga dan dilestarikan walaupun dalam bentuk usaha dagang. Usaha ini hanya sebagai salah satu sarana dalam *saleng sakiki*’ (saling memberi dikala waktu lapang dan sempit sehingga terbentuk saling mengayomi) di samping *saleng pajele* (saling bersandarkan diri satu sama lain) bagi anggota keluarga, tetangga, dan masyarakat lainnya. Jadi ada kepuasan tersendiri manakala dapat membantu keluarga, tetangga dan masyarakat lainnya dalam memenuhi kebutuhan”.

Pernyataan-pernyataan di atas menunjukkan bahwa budaya etnis lebih mengutamakan kepentingan adat dan kebersamaan, sehingga hasil budidaya pertanian, peternakan, dan perikanan lebih diutamakan untuk kepentingan keluarga dan masyarakat (Rante, Y, 2010: 140). Sunarso (2009: 84) menambahkan bahwa budaya yang kuat terbentuk karena nilai-nilai dan gaya kepemimpinan yang kuat. Selain itu, budaya yang kuat ditentukan oleh nilai-nilai luhur budaya, pemerataan (*shared*) dan identitas (*intensity*). Kepuasan-kepuasan ini menurut Sutanto (2002: 123) menyatakan bahwa kepuasan kerja ini bersifat abstrak, tidak dapat dilihat hanya dapat diduga; kepuasan memenuhi atau melebihi harapan seseorang; dan kepuasan yang menunjukkan beberapa sikap seseorang yang saling terkait.

Begitupun juga dari perspektif pendidikan entrepreneur yang telah ada selama ini. Entrepreneur Sumbawa belum dikemas dalam pendidikan dan pelatihan dengan pendekatan etno-andragogi (pendidikan orang dewasa berdasarkan budayanya) yang dapat menjembatani antara entrepreneur dan budaya (Haris, A. 2019: 380. Entrepreneur Sumbawa mensikapi kesuksesan dan kegagalan melalui pendidikan dan pelatihan yang tentunya didukung oleh budaya dan religi agama untuk mendorong ke arah ketabahan, kegigihan, dan mandiri. Oleh karena itu, nilai-nilai kepribadian yang dimiliki para entrepreneur Sumbawa adalah tabah dan gigih, fleksibel, komitmen pada sesama, dan toleransi terhadap resiko. Tabah dan gigih artinya usaha yang dibangun dan dikembangkan merupakan bentukan dari entrepreneur di samping warisan dari orang tua yang harus dikelola dengan baik, walaupun ada aktivitas lain yang menantinya seperti aktivitas menanam di musim penghujan dan aktivitas pada musim panen. Perilaku dan karakter ini sudah terbentuk sangat kuat walaupun dalam beberapa hari bahkan berapa minggu ke depannya, usaha belum di buka kembali. Fleksibel juga menjadi karakter yang sangat melekat pada entrepreneur Sumbawa bahwa apa yang dilakukan saat ini tidak menjadi beban yang berat untuk dipikirkan. Entrepreneur Sumbawa beranggapan bahwa ketika rezeki hari ini tidak berpihak, maka ada hari esok, yang dalam bahasa Samawa “*reseki tau no si ete ling gagak*” (rezeki manusia tidak akan tertukar dengan rezeki burung gagak). Komitmen pada sesama mencerminkan prilaku dan karakter entrepreneur Sumbawa akan suka saling tolong menolong, membantu, menghargai, dan memberikan kepercayaan kepada seseorang yang sangat tinggi. Hal ini

terlihat pada konsep *saleng sadu*’ (saleng percaya) dimana seseorang membeli barang ketika barang yang dibeli tersebut tidak cukup untuk dibayar, maka barang tersebut tetap diberikan oleh penjual walaupun pembayarannya dilakukan besok atau lusa. Atas dasar perilaku tersebut, pelaku usaha (entrepreneur) akan tahu atas resiko yang dihadapinya yakni mengalami kerugian.

Untuk itu, tidak heran, Dikmas Kemendiknas (2010) mengatakan bahwa pendidikan masyarakat merupakan suatu proses yang diwujudkan secara terpadu untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi dan budaya, lebih bermanfaat dalam memberdayakan masyarakat. Bahkan Wahyu Adhiputra, M (2016: 238) mengatakan bahwa dengan pendidikan dalam teori *human capital* orang dapat berinvestasi untuk meningkatkan kondisi sosial ekonominya.

Pada perspektif ekonomi juga bahwa etno-entrepreneur Sumbawa mampu memberikan peran penting dalam kemajuan usaha yang berbasis budaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden di lapangan usaha tentang peran pentingnya usaha yang ditekuni, mereka beranggapan bahwa:

“Entrepreneur masyarakat Sumbawa pada umumnya masih menganggap usaha yang ditekuni sebagai usaha sampingan yang mana usaha tersebut dapat ditinggalkan pada waktu tertentu. Hal ini dapat dicontohka ketika masuk musim tanam dan musim panen, maka usaha sampingan tadi ditinggalkan dan mereka masuk ke sawahnya dalam waktu yang cukup lama. Ketika mereka pulang ke rumahnya di sore hari atau magrib, usaha sampingan tadi baru di buka dan melayani pembeli”.

Dari sisi analisa pernyataan di atas, bahwa usaha sampingan ini adalah usaha yang prospeknya sangat bagus dan baik apabila dilihat dari permintaan akan barang oleh pembeli. Namun, karena usaha ini dianggap usaha sampingan, maka usaha yang ditekuninya tidak meningkat. Padahal dalam ilmu ekonomi, untuk dapat menjadi seorang etno-entrepreneur yang sukses, terdapat beberapa hal yang harus dimiliki diantaranya adalah ketertarikan yang tinggi (*passion*) terhadap bisnis yang dikelola, fokus terhadap produk/konsumen, serta sikap tidak pantang menyerah karena kegiatan bisnis secara alamiah memiliki kemungkinan/resiko kegagalan yang relatif tinggi (Barringer & Ireland, 2010).

Begitupun juga nilai-nilai filosofi yang dipegang yakni nilai *saleng pedi'* (saling mengasihi) dalam entrepreneur. Hampir sebagian besar masyarakat yang memiliki kekerabatan keluarga ketika membeli suatu barang, seringkali mereka kekurangan uang bahkan mereka mengutang dulu dan saat hasil panen baru dibayar yang mengatakan bahwa:

“Ketika keluarga datang dari jauh, lumrahnya kita memberikan yang terbaik. Barang dagangan seringkali dihidangkan tanpa harus saya perhitungkan keuntungan dan kerugian. Perilaku yang demikian didasarkan oleh *saleng pedi'* dan *saleng tulung* satu sama lainnya”.

Hal yang demikian dalam ilmu entrepreneur, pemilik usaha harus melakukan secara matang dari sisi perencanaan, berapa barang mengendap, berapa keuntungan yang diperoleh dan lain sebagainya, agar tidak mengalami kerugian. Namun karena dari sisi *saleng pedi'* (saling mengasihi), maka apapun dilakukan tentunya atas dasar *saleng tulung* (saling membantu). Walau pun

menurut Sapir, dkk (2014: 80) bahwa setiap daerah lokal tentunya memiliki karakteristik tersendiri dari sisi budaya, sosial, dan perilaku individu entrepreneur, sehingga konsep lokal (*10 konsep saleng tau Sumbawa*) bisa dijadikan sebagai dasar pembuatan kebijakan pemerintah daerah setempat yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

3. Tindakan Rekonstruksiasi Pelaku Entrepreneur (Pendidikan, Ekonomi, dan Budaya)

Beberapa tindakan yang dapat dilakukan dalam merekonstruksiasi pelaku entrepreneur dari sisi pendidikan untuk melahirkan etno-entrepreneur (kewirausahaan berbasis budaya) agar tidak ketinggalan dalam era industri 4.0 saat ini adalah sistem pendidikan entrepreneur memberikan pelatihan dan pembelajaran yang sama dengan situasi sama baik dalam kontek industri kecil maupun besar. Tujuannya adalah dapat digunakan untuk meningkatkan peluang dalam pembelajaran yang memungkinkan individu memperoleh pengaruh besar dari apa yang dipelajarinya baik berupa pengetahuan kognitif maupun afektif, juga psikomotorik ketika seorang calon entrepreneur Sumbawa magang pada industri (Sapir, dkk. 2014: 89).

Di samping itu juga, perlu dilakukan rekonstruksiasi agar lebih sejajar dengan etnis yang lain (Bali, Cina, dan Arab) dalam dunia pendidikan dan pelatihan baik pada jenjang dasar maupun jenjang tinggi menurut Suharsono, N (2013: 7-8) bahwa untuk para pelaksana pendidikan dan pengambil kebijakan dalam mengembangkan etno-entrepreneur adalah (1) standar kompetensi dan jenis kompetensi dasar entrepreneur merupakan jenis kompetensi integratif dari lima komponen sebagai satu kesatuan, yaitu:

pengembangan kepribadian, keilmuan dan keterampilan dasar, keahlian berkarya, perilaku berkarya, dan berkehidupan bermasyarakat di dunia usaha; (2) entrepreneur merupakan suatu jenis kemampuan berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang bisa dipelajari dan diajarkan dengan memanfaatkan materi-materi esensial lintas bidang keilmuan sebagai bahan ajar, dari teori ke aplikasi; (3) kegiatan pembelajaran hendaknya dapat disinkronkan antara saat pendidikan dan pelatihan di kelas dan pembuatan karya ilmiah penelitian, dengan praktek kerja lapangan di dunia usaha sesuai standar operasional yang telah ditetapkan; (4) untuk menumbuhkembangkan etno-entrepreneur diperlukan perangkat pengalaman belajar yang dapat memberi kesempatan peserta pendidikan dan pelatihan mengembangkan pengetahuan teoritik ke dalam praktek kuliah kerja lapangan di obyek-obyek usaha nyata, baik yang berkaitan dengan aspek-aspek operasional maupun aspek manajemen usahanya; dan (5) evaluasi dan asesmen pendidikan entrepreneur secara berkelanjutan dari teori ke aplikasi dengan menggunakan perangkat evaluasi proses pembelajaran dan hasil belajar secara bertahap mengikuti tahapan program dan standar operasional prosedur yang telah teruji implementasinya.

Dari sisi ekonomi ada beberapa tindakan rekonstruksisasi dalam melahirkan etno-entrepreneur Sumbawa yang mengacu pada proses penerapan kemampuan berinovatif dan kreatif menurut Kuratko dalam (Tedjasutisna, 2001) yakni (1) invensi (penemuan); (2) eksistensi (pengembangan/perluasan); (3) duplikasi (penggandaan); dan (4) sintesis (kombinasi/formulasi baru). Peran pemerintah juga harus merekonstruksisasi untuk melahirkan etno-entrepreneur

Sumbawa menurut Suryadi, D (2013: 10) yakni (1) pembinaan dalam bentuk pelatihan dan pengembangan karakter berbasis budaya, (2) adanya keberpihakan pemerintah melalui penetapan perundang-undangan dan kebijakan pelaku usaha, (3) adanya pengembangan kemitraan, dan (4) memiliki daya pikir kreatif dan bertindak inovatif. Untuk melahirkan karakter yang etno-entrepreneur Sumbawa menurut Diandra, D (2019: 1343) bahwa (1) adanya kemauan dan rasa percaya diri (*willingness and self-confidence*), (2) keberanian mengambil resiko (*risk taking*) berdasarkan kondisi lapangan guna mendapatkan pelajaran dan pengalaman dari perjalanan usahanya, (3) fokus pada sasaran dan tujuan (*goal setting and destination*) dalam melakukan aktifitas bisnis yang sudah ditetapkan, (4) pemberani dan pekerja keras (*brave and hardworker*) yang mencirikan seseorang pantang menyerah dan pantang putus asa.

Dari sisi budaya untuk melahirkan etno-entrepreneur Sumbawa tentunya mengacu pada *Adat Barenti ko Syara, Syara Barenti ko Kitabullah* (Alquran) pada konsep *saleng sadu'* (saling percaya), *saleng beme* (berjalan bersama tanpa ada yang didepan atau di belakang). Pandangan ini sama dengan apa yang disampaikan oleh Isnain, Nurfaqih M & Rizqi Anfanni, F. 2018 (2018: 7) diantaranya bahwa (1) ada nilai tauhid yang menimbulkan adanya kepercayaan segala aspek kehidupan di dunia sudah diatur, (2) adanya prinsip keadilan yang tidak dibeda-bedakan, perasaan yang sama rata dalam segala aspek. Di samping nilai-nilai luhur di atas, untuk merekonstruksisasi entrepreneur Sumbawa dalam melahirkan etno-entrepreneur adalah membudayakan budaya malu (Purba, N, dkk, 2020: 79). Budaya malu masyarakat Sumbawa sangat tinggi sekali

manakala ada anggota keluarga dan anggota masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, maka entrepreneur Sumbawa memberikan barang kebutuhan tersebut walaupun barang itu diutang cukup lama. Ketika tidak dapat membantu dan memberikan jalan keluar kepada orang tersebut, maka pemilik usaha dianggap *ubik* (pelit). Dasar inilah melahirkan *ila capa ling dengan* (malu dianggap reme oleh orang lain).

Suyitno, I (2012: 2) memberikan pandangan lain dalam merekonstruksiasi entrepreneur menjadi etno-entrepreneur Sumbawa yang mengatakan bahwa nilai-nilai yang ditumbuhkembangkan dalam diri entrepreneur berupa nilai-nilai dasar yang telah disepakati di antaranya adalah kejujuran, dapat dipercaya, kebersamaan, toleransi, tanggung jawab, dan peduli kepada orang lain. Nilai-nilai ini merupakan sebagian nilai-nilai luhur budaya Sumbawa yang sudah mengakar dalam sendi kehidupan masyarakat. Menurut Sukhem & Maisaroh, S (2019: 33) mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui budaya kewirausahaan yang berbasis kearifan potensi sumber daya lokal dan ekonomi kreatif mampu mengurangi jumlah warga masyarakat miskin dan pengangguran secara mandiri dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pendidikan, ekonomi dan budaya menjadi sebuah keharusan yang sangat mutlak dalam mendorong lahirnya etno-entrepreneur baru Sumbawa. Hal ini sesuai dengan ungkapan Wibowo, H & Akhmad Nulhaqim, S, (2015: 81) bahwa ento-entrepreneur saat ini sudah diyakini sebagai sebuah (keadaan pikiran dan mental) dan juga metode (teknik, cara dan strategi). Untuk itu, pendidikan

entrepreneur masyarakat Sumbawa harus memiliki etos kerja (*kiak*) yang kuat berdasarkan pada nilai-nilai luhur budaya dan nilai-nilai ekonomi agar sejajar dengan etnis yang lainnya. Entrepreneur masyarakat Sumbawa membuktikan bahwa tidak ada entrepreneur Sumbawa yang kaya sampai dua generasi, hanya satu generasi saja, jikapun ada hanya sangat sedikit sekali. Kekayaan atas usaha yang dimiliki oleh orang tua, ketika orang tua meninggal dunia, maka kekayaan atas usaha tersebut mengalami penurunan bahkan jatuh miskin. Oleh karena itu perlu dilakukan rekonstruksiasi kembali agar nilai-nilai budaya Sumbawa yang terkandung di dalamnya dapat bersinergi dengan konsep entrepreneur yang ideal.

Entrepreneur masyarakat Sumbawa terikat dengan nilai-nilai luhur budaya yang berfilosofi “adat barenti ko syara, syara barenti ko kitabullah” yang didukung oleh 10 konsep *saleng* (saling) yakni (1) *saleng sadu’* (saling percaya), (2) *saleng satangi* (saling menghargai), (3) *saleng sakiki’* (saling memberi dikala waktu lapang dan sempit sehingga terbentuk saling mengayomi), (4) *saleng pedi’* (saling mengasihi), (5) *saleng beme* (saling membimbang), (6) *saleng satotang* (saling mengingatkan), (7) *saleng tulung* (saling membantu), (8) *saleng sayang* (saling menyayangi), (9) *saleng santuret* (saling memberi dukungan/seiya-sekata), dan (10) *saleng jango* (saling mengunjungi) yang membuat tidak mampu mengembangkan dan meningkatkan usahanya dari generasi ke generasi berikutnya. Hal ini disebabkan oleh pengetahuan dasar yang diperoleh dari pengalaman dan kebenaran hidup dalam menterjemahkan keseimbangan alam, di samping tingkat pendidikan yang sangat minim akan pengetahuan berentrepreneurship.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty Tri Wulida. 2020. Entrepreneurship And Gender: A Study From The Perspectives Of Socio-Cultural And Psychology. *AdBisprenuer: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 5, No. 1, April 2020, hal. 1-14.
- Barringer, B. R. & Ireland, R. D. 2010. Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures (3rd Eds.), Prentice Hall. New Jersey
- Creswell, J. W. 2014. Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage
- Diandra, Didip. 2019. Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial yang Kompetitif. *Journal Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)*, Politikenik Negeri Bandung, hal. 1340-1347
- Dikmas Kemendiknas. 2010. Membangun Jiwa Kewirausahaan. Jakarta: Kemdiknas PNFI
- Giorgi, A. 2009. The descriptive phenomenological method in psychology: A modified Husserlian approach. Duquesne University Press
- Handayani, M.M & Ayu Amrita, N.D. 2020. Analisis Orientasi Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Pengrajin Keben di Banjar Tanggahan Peken Desa Sulahan Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. *Jurnal Cakrawati*, Vol. 3, No. 1, Februari-Juli 2020, hal. 99-109
- Haris, Andi 2019. Sofs-Skill Entrepreneur: Pendekatan Etno-Andragogi Dalam Pendidikan Pelatihan Vokasional. Disertasi: Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung
- Hasbullah. 2013. Enterpreneurship Kaum Perempuan Melayu (Studi Terhadap Perempuan Pengrajin Songket di Bukit Batu Kabupaten Bengkalis). *Jurnal Sosial Budaya*, Vol. 10, No. 1 Januari – Juni 2013, hal. 1-13
- Hisrich, Robert. D, Michael P. Peters dan Dean A. Shepheard. 2010. Entrepreneurship. 8th Edition. Boston: McGraw – Hill.
- Isnain, Nurfaqih M & Rizqi Anfanni, F. 2018. Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Working Paper Keuangan Publik Islam, No. 8, Seri 1 (2018), hal. 1-15. Universitas Islam Indonesia
- Jonnius. 2013. Menumbuhkembangkan Budaya Kewirausahaan Dalam Masyarakat. *Jurnal Menara*, Vol. 12, No. 1, Januari-Juli 2013, hal. 48-55
- Malik, A & Edy Mulyono, S. 2017. Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*. Vol.1, No. 1, Juni 2017, hal. 87-101
- Mandala, Ardi & Edy Raharja. 2012. Peran Pendidikan, Pengalaman, dan Inovasi Terhadap Produktivitas Usaha Kecil Menengah. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 1, No. 2, tahun 2012, hal. 1-11
- Muhammad Irham. 2012. Etos Kerja Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Substantia*, Vol. 14, No. 1, (April 2012), hal. 1-15.
- Muhardi. 2004. Kontribusi Pendidikan Dalam Meningkatkan Kualitas Bangsa Indonesia. *Jurnal Mimbar*, Vol. XX, No. 4 Oktober-Desember 2004, hal. 478-492
- Mungmachon, Roikhwanphut. 2012. Knowledge and Local Wisdom: Community Treasure. *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol. 2, No. 13, July 2012.
- Mustaqim, Yunus. 2019. Membangun Entrepreneurship Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Business Management Analysis Journal*. Vol. 2, No. 2, Oktober 2019, hal. 58-78
- Pinem, Eka Fernando Seprialex. 2013. Faktor-Faktor yang Mendorong dalam Berwirausaha (Studi Kasus pada Usaha Mikro-Kecil di Sekitar Kampus Unika Soegijapranata). *Skrpsi*: Universitas Katolik Soegijapranata.

Polkinghorne, D.E. 1988. *Narrative Knowing and the Human Sciences.* (E-book). Albany: State University of New York Press

Priyasudiarja, Yusuf. 2000. *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme.* Pustaka Promethea. Surabaya

Purba, Nelvitia, dkk, 2020. Sosialisasi Kewirausahaan Dengan Budaya Malu Untuk Pencegahan Korupsi di Desa Bandar Sono Kabupaten Batu Bara. Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 4, No. 1, Mei (2020), hal. 79-84

Rante, Yohannes. 2010. Pengaruh Budaya Etnis dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Agribisnis di Provinsi Papua. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 2 September (2010), hal. 133-141

Sapir, dkk. 2014. Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Penguatan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol. 21, No.1 April (2014), hal. 79-91

Smith, J.A, P. Flowers, M. Larkin. 2009. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research.* California: Sage Publication Ltd

Suharsono, Naswan. 2013. Model Pendidikan Patriot Untuk Menumbuhkembangkan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. *Ekuitas Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, hal. 1-10

Suharyono. 2017. Sikap dan Perilaku Wirausahawan. *Jurnal Ilmu dan Budaya*. Vol. 40, No. 56 Mei (2017), hal. 6551-6586

Sukhemi & Maisaroh, S. 2019. Pembentukan Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Budaya Kewirausahaan Untuk Mengurangi Pengangguran dan Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 08, No. 01, (2019), hal. 31-46

Sutanto, Aftono. 2002. Peran Budaya Organisasional Untuk Meningkatkan Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis FE*

Suryadi, Dedi. 2013. Peran dan Strategi Pengembangan Kewirausahaan dan Tantangannya Dalam Menghadapi Perekonomian di Masa Yang Akan Datang. Prosiding UKM Universitas Bale Bandung.

Suyitno, Imam. 2012. Pengembangan Pendidikan Karakter dan Budaya Bangsa Berwawasan Kearifan Lokal. *Jurnal Pendidikan Karakter*, Tahun II, No. 1, Februari (2012), hal. 1-13

Toto, Asmara. 2002. *Etos Kerja Pribadi Muslim.* Gema Insani Press. Jakarta

Wahyu Adhiputra, M. 2016. Kewirausahaan Mandiri Perempuan Berbasis Kearifan Lokal dan Filosofi Hindu di Bali. *Journal of Researchin Economics and Management*, Vol. 16, No. 2, Juli-Desember (2016), hal. 237-246

Wahyu Handaru A & Magdalena, Prita P. 2015. Karakteristik Entrepreneur Melalui Multiple Diskriminan Analisis (Studi Pada Etbis Tionghoa, Jawa, dan Minang di Bekasi Utara). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 6, No. 1 (2015), hal. 351-375

Wibowo, H & Akhmad Nulhaqim, S. 2015. Kewirausahaan Sosial: Merevolusi Pola Pikir Menginisiasi Mitra Pembangunan. Jilid Satu, Unpad Press. ISBN: 978-602-0810-01-0

Wuisang, Jerry. R.H. 2016. Kewirausahaan (Berbasis Budaya Lokal). Edisi Satu. CV. Makaria Waya. Universitas Negeri Mando. ISBN: 978-602-6639-05-9

Zimmerer, Thomas. W; Norman M. Scraborough & Doug Wilson. 2008. *Essentials of Etrepreneurship and small Business Management* 5th edition. Salemba Empat. Jakarta