

DESKRIPSI BUDAYA MANAJEMEN KEARIFAN LOKAL DI BANJARMASIN

**Zainal Arifin
Muhammad Maladi
Abdul Kadir**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE Indonesia) Banjarmasin
Jalan H. Hasan Basry No.9-11 Banjarmasin 70123 Telp. 0511-3304652 Faks.0511-3305238

Artikel info

Keywords: business management based on local wisdom Banjar, SME Development

Abstract

The efforts of various stakeholders such as governments, universities, financial institutions and non-governmental organizations to help develop SMEs do not get optimal results. This is evident from the empirical data MSME growth quantitatively sufficient increase in the homeland, but qualitatively only a small percentage that grow into big businesses. Various aid including management training has not been able to show the results, where this occurs against the background of most SMEs are still less educated and with a busy schedule makes it difficult to accept and practice of modern business management well. A new approach is needed for the construction problems. This study tried to assess business practices description Banjar people who influenced the culture, nature, religion reciprocally and its influence on binis and performance. This research was conducted on a variety of theoretical studies, writings to test and confirm dispoisi proposed. The results showed Banjar culture is influenced by natural conditions such as the floating markets, for fish farming,river. The influence of religion such as the sale and purchase agreement (exchange that jualah), honesty, trust, influence of culture to the residents look of confidence in the proverbial case of Dalas balangsar, mangaji honor alif, waja until kaputing, the behavior of individual cultures Banjar people happy like talking, articulate, able to coordinate , playful, likes to poke fun, brave fighting, familial, strong faith, religious, open, individualism, less ethical, less work ethic (idler), consumptive, prestige, Banjar business in general due to hereditary insistence demands of life, and incidentally, so difficult to develop optimally.

PENDAHULUAN

Sejak ilmu manajemen secara formal ditulis pada tahun 1900 oleh Frederick Winslow Taylor, penerapan manajemen secara modern berkembang diberbagai organisasi termasuk organisasi bisnis. Ilmu manajemen dianggap diperlukan untuk merencanakan, mengimplemtasikan, mengendalikan bahkan mengembangkan usaha. Di berbagai negara di manapun selalu ada perguruan tinggi yang mempelajari ilmu manajemen baik secara umum maupun secara spesifik. Perkembangan ekonomi atau usaha sekarang ini dianggap sebagai bagian dari kontribusi ilmu manajemen.

Mengacu pada banyaknya buku dan pengarang ilmu manajemen yang sangat terkenal banyak berasal dari Amerika dan Eropa barat. Tentu saja ilmu manajemen yang mereka sampaikan disimpulkan dari penelitian terhadap praktek bisnis atau organisasi di Amerika dan Eropa. Kemudian ilmu tersebut menyebar hampir keseluruhan dunia dan telah dipraktikkan pula keberbagai organisasi atau kegiatan ditempat masing-masing.

Dalam kebanyakan di negara Amerika Serikat dan Eropa barat praktek manajemen tersebut cukup berhasil, hal ini dapat dilihat dari tingkat perekonomian mereka yang lebih baik dari belahan dunia yang lain. Tetapi sebagian besar negara di Asia dan Afrika hanya sebagian kecil saja yang berhasil mempraktekkannya, padahal banyak pula perguruan tinggi di negara-negara tersebut yang memiliki fakultas ilmu manajemen dan mata kuliah yang berhubungan dengan manajemen seperti manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia dan lain-lain. Kegagalan tersebut seringkali dituduhkan pada para praktisi pelaku bisnis yang tidak mempraktekan ilmu manajemen.

Masyarakat (*society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang *interdependen* (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur. Istilah kearifan lokal (*local wisdom*) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan, nilai-nilai, pandangan-pandangan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Jadi kearifan lokal merujuk pada lokalitas dan komunitas tertentu, selanjutnya sistem dan kebiasaan tersebut membentuk budaya yang mereka pegang kuat termasuk dalam tata-nan tata niaga mereka sehari-hari. Memang tidak semua budaya di suatu masyarakat di suatu tempat memiliki nilai positif atau baik bagi pandangan masyarakat modern, ada juga budaya yang negatif atau tidak baik dan dapat menghambat kemajuan masyarakat tersebut seperti budaya carok (membunuh) bagi masyarakat Madura. Tetapi jika nilai-nilai positif yang ada dapat dimanfaatkan banyak maka akan berdampak baik pula pada masyarakat tersebut.

Gagalnya Edward Deming pada awal pasca perang dunia kedua mengenai manajemen total terpadu pada masyarakat di Amerika Serikat pada saat itu menunjukkan sulitnya budaya kebersamaan atau berkelompok diterapkan pada masyarakat yang memiliki budaya individualis. Tetapi sebaliknya paham tersebut begitu mudah diterima di Jepang yang memiliki budaya ko-

lektifitas, kemudian mereka pun mampu menerapkannya dan hasilnya perekonomian mereka pun sekarang lebih baik. Begitu juga dengan orang-orang keturunan Tionghoa di negara kita perekonomian mereka lebih baik dari orang lokal tidak bisa dipisahkan dari budaya *Confusme* dan jejaring sesama mereka. Hal itulah juga menyebabkan banyak praktisi bisnis kita walaupun mereka pernah belajar ilmu manajemen baik secara formal maupun informal seringkali mereka tetap kembali pada cara mereka sendiri. Dengan demikian sebenarnya setiap daerah setiap Negara memiliki budaya masing-masing yang mempengaruhi gaya bisnis mereka masing-masing.

Mengingat betapa banyaknya sungai dan kanal dengan anak-anak cabangnya di kota Banjarmasin yang tidak terhitung jumlahnya, maka secara puitis dan untuk lebih mudahnya disebutlah kota Banjarmasin sebagai kota "Seribu Sungai." Karakteristik orang Banjar digambarkan kepada dua hal: (1) Memiliki sosok budaya demokratik-egaliter seperti budaya demokratik dalam kesamaan dan menanggalkan segala sifat hierarkis/paternalistik; dan, (2) Memiliki budaya dagang seperti sifat egaliter, mandiri, dan dinamis.

Istilah budaya masyarakat Banjar "waja sampai keputing, haram manyarah" (berupaya keras sampai habis), batata berpandir (komunikasi yang baik)" dan lain sebagainya seharusnya menjadi filosofis budaya yang benar sekarang ini sulit ditemukan dalam praktek masyarakat Banjar dalam berbisnis, tetapi budaya "bacakut papadaan (konflik sesama)" berkembang dalam dunia bisnis. Walaupun rata-rata pendidikan para pelaku UMKM masih rendah (SD) seringkali menjadi tuduhan penyebab mereka tidak berhasil, namun diantara mereka yang

berhasil seperti H. Sulaiman, H. Ijai, dan H. Isam yang memiliki kekayaan bisnis mereka sampai trilyunan rupiah juga memiliki latar belakang pendidikan rendah Namun demikian orang Banjar memiliki *figure* bisnis nasional seperti Yusuf Kalla, Lem Sei Liong, dan lain sebagainya.

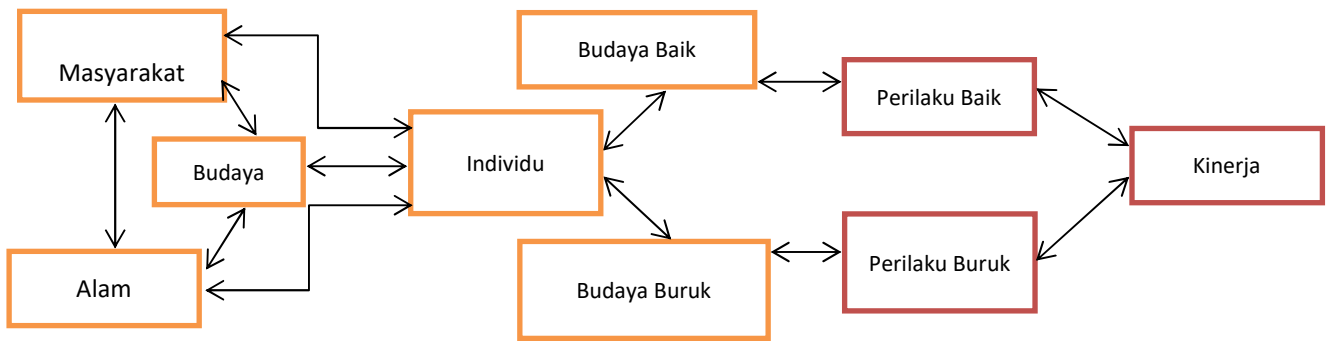
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran karakteristik masyarakat Banjar yang mempunyai "sisi lemah" sebagai sebuah stigma negatif terhadap tabiat orang Banjar. Selain itu untuk mengetahui karakter budaya Banjar yang kuat yang mampu bertahan sampai kini. Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan bagi para pelaku usaha lokal untuk memanfaatkan budaya yang baik dan menghilangkan budaya yang dapat menghambat kemajuan usaha.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu metode yang tidak menggunakan data statistik atau angka-angka tertentu karena data kualitatif berbentuk kata-kata atau kalimat-kalimat, gambar-gambar. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Rachmat, 2006).

Dari gambar di bawah secara teori digambarkan bahwa budaya lokal dipengaruhi lingkungan berupa karakteristik masyarakat dan kondisi alam, serta faktor pribadi atau individu. Hubungan pengaruh tersebut terjadi timbal balik dimana yang kuat lebih dominan akhirnya mempengaruhi perilaku individu.



Gambar 1: Pengaruh Budaya Kearifan Lokal terhadap Kinerja

Kedua sisi budaya akan muncul yakni budaya baik dan budaya buruk yang akhirnya mempengaruhi perilaku bisnis individu, kecenderungan perilaku bisnis yang baik karena dipengaruhi budaya yang baik pula, sementara kecenderungan perilaku bisnis yang buruk dipengaruhi budaya yang buruk. Akan terjadi tarik menarik antara budaya yang baik dan buruk dalam diri individu, jika budaya yang baik lebih kuat maka kinerja bisnis individu akan baik berkembang dan berhasil, sementara jika budaya yang buruk yang lebih kuat maka kinerja bisnis individu juga buruk memiliki usaha yang tidak berkembang.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang dideskripsikan yang saling menguatkan dan saling mengklarifikasi antara berbagai sumber data yang digunakan. Sumber data penelitian ini hanya data sekunder yakni yang dikumpulkan dari berbagai tulisan pada literatur *teks book*, surat kabar maupun tulisan yang ada di blog-blog pemerhati budaya Banjar.

Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data

Prosedur pengambilan data mengikuti proposisi yang diajukan dalam kerangka penelitian ini. Kemudian peneliti memproses kerangka pemikiran tersebut dengan mencari dukungan teori atau tulisan yang mendukung.

Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data harus melalui beberapa tahapan yang setiap tahapan tersebut saling terkait antar satu sama lain. Secara garis besar, terdapat tahapan proses pengumpulan data kualitatif.

- a. Melakukan identifikasi subjek/partisipan penelitian dan lokasi penelitian (Site). Creswell (dalam Herdiansyah, 2010: 152) mengatakan bahwa sebagai seorang peneliti kualitatif, harus benar-benar matang dalam melakukan identifikasi partisipan dan lokasi penelitian sebagai pondasi awal penelitian yang akan dilakukan.
- b. Mencari dan mendapatkan akses menuju subjek/partisipan penelitian dan Lokasi penelitian. Kadangkala, akses menuju partisipan dan lokasi penelitian, tidak semudah yang dibayangkan. Banyak hambatan dan kendala menuju partisipan dan lokasi penelitian memiliki keunikan tertentu.

- c. Menentukan jenis data yang akan dicari/diperoleh dalam tahap ini, peneliti harus merujuk kepada fokus kajian penelitian, tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang hendak dicari jawaban.
- d. Mengembangkan atau menentukan instrumen/metode pengumpulan data. Dalam menentukan instrumen metode pengumpulan data, hal yang perlu diingat adalah bahwa dalam penelitian kualitatif lebih bersifat fleksibel dibandingkan dengan metode lainnya. Sebelum penelitian dilakukan, peneliti sudah menentukan satu atau lebih metode pengumpulan data.
- e. Pengumpulan Data. Terdapat beberapa hal yang perlu diingat dalam pengumpulan data untuk penelitian kualitatif adalah. Pertama, umumnya penelitian dilakukan lebih dari satu kali. Kedua, dalam melakukan pengumpulan data selalu disesuaikan dengan situasi alamiah. Ketiga, lakukan *probing* terhadap *symbol*. *Probing* adalah proses eksplorasi lebih dalam terhadap suatu hal yang dirasa perlu untuk diungkap.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini mencoba menjabarkan tentang pola:

- a. Budaya lokal Banjar yang terdapat di Kalimantan Selatan khususnya di Kota Banjarmasin dengan kondisi alam sebagian besar terdiri dari sungai-sungai dan hutan.
- b. Perilaku individu merupakan perilaku pelaku bisnis orang banjar dalam memandang, merancang, dan melaksanakan usaha bisnis.

Teknik Analisis Data

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang ber-

dasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya Banjar dipengaruhi kondisi alam seperti pasar terapung, bertani, mencari ikan sungai (Wajidi, 2012, Saleh 1986, Sartono 1975, Hartatik 2004, Sumarningsih 2004, Subiyakto 2004, Meijir 1880). Hal ini karena secara geografis keadaan alam di Kalimantan Selatan khususnya terdiri dari dataran rendah dan tinggi. Pada dataran rendah yang banyak dialiri sungai-sungai kecil dan besar. Sementara dataran tinggi di pegunungan banyak ditumbuhi hutan belukar yang sangat lebat. Sulitnya medan pegunungan dan hutan dilewati mengakibatkan

kan penduduknya lebih memilih dataran rendah untuk bertempat tinggal, sehingga mereka lebih memilih sungai sebagai sarana transportasi untuk mengunjung sanak keluarga. Kemudian dengan sungai pula mereka banyak yang berprofesi sebagai nelayan untuk ikan sungai dan berjualan ditepi sungai atau diperahu yang lebih dikenal dengan pasar terapung yakni bisnis berjualan dari kapal kecil ke kapal kecil. Sungai-sungai memberikan keuntungan tersendiri untuk bertani, sehingga tidak sulit untuk mengairi pertaniannya.

Selain pengaruh geografis budaya Banjar juga dipengaruhi religi seperti akad jual beli (tukarlah jualan), kejujuran, kepercayaan (Soekanto, 2007; Syani, 1995). Jauh sebelum agama Islam datang ke Kalimantan Selatan suku Banjar telah memiliki kepercayaan terhadap agama Hindu dan Kaharingan yang memengaruhi tatanan kehidupan mereka seperti sesajin, dupa, jimat, banyu penglaris, dan sebagainya yang mereka bawa pada praktik bisnis. Kepercayaan itu sampai saat ini masih melekat dan sebagian masyarakat Banjar masih sulit menghilangkannya walaupun agama Islam telah masuk dan menantang kebiasaan tersebut. Namun sifat sebagian orang Banjar tidak mau mempertentangkan suatu ajaran sehingga antara Islam, Hindu dan Kaharingan saling mengisi misalnya dalam membuka usaha mereka selamatan dengan bacaan ayat-ayat Al quran dalam doanya sementara ketan-perapin dihadirkan dalam acara tersebut. Ucapan tukarlah jualan untuk menyakinkan akad jual beli sebagai implementasi dari ajaran Islam, begitu juga dengan kejujuran. Sementara kepercayaan terhadap simbol-simbol warna dan bentuk (warna kuning keramat, simbol naga, merupakan pengaruh Hindu dan Kaharingan, hal senada dengan pendapat Makie (2006), Sukidin (2005), Soekanto (2007).

Pengaruh budaya terhadap penduduk terlihat dari kepercayaan terhadap pepatah seperti dalas balangsar, mangaji matan alif, waja sampai kaputing, (Makie 2006). Kuatnya orang Banjar dalam memegang atau menganut budaya mereka yang telah diturunkan nenek moyang mereka yang terkenal keras berhadapan dengan alam melahirkan budaya patriotisme ditambah dengan pengaruh kisah-kisah peperangan Bratayudha dalam Hindu dan perang-perang Fisa-bilillah dalam Islam melahirkan syair-syair atau pepatah keberanian dan pantang menyerah serta bertualang termasuk dalam bisnis mereka cukup gigih dan ada dimana-mana.

Perilaku budaya individu orang Banjar senang suka ngobrol, pandai bicara, mampu mengkoordinir, suka bercanda, suka meledek, berani tarung, kekeluargaan, kuat agama, religi, terbuka, individualisme, kurang beretika, kurang etos kerja (pemalas), konsumtif, gengsi (Mahdini, 2010; Ganie, 2005). Orang Banjar terkenal dengan budaya mengelompok bahkan betah berkelompok. Bahkan sebelum bekerja mereka suka mewarung (duduk makan diwarung) yang menjadi *image* tersendiri, dimana orang yang suka mewarung termasuk orang yang berduit atau kaya atau memiliki harga diri yang tinggi. Warna dari berkumpulnya tersebut muncul canda, saling tebak-tebakan dengan penuh kekeluargaan. Harga diri terlihat tidak hanya sekedar dari ucapan tetapi juga dari perbuatan yang kadang melahirkan sikap sombong, merendahkan orang lain, meledek, terbuka, egois, terlihat kurang etika. Tetapi sisi positif tingginya harga diri tersebut juga mereka wujudkan dalam bentuk ketaatan pada agama, dimana mereka menilai orang yang melanggar agama seperti tidak jujur memiliki harga diri yang rendah. Dengan dimanjakan alamnya yang serba tersedia untuk

konsumsi seperti padi yang selalu diairi dan ikan-ikan di sungai mengakibatkan orang Banjar sedikit malas, sehingga daya saing mereka sebagian juga tidak terlalu bagus. Sehingga dalam bekerja orang Banjar dapat dipercaya tetapi untuk pekerjaan yang banyak memerlukan fisik masih kurang.

Pengaruh budaya terhadap bisnis, individual, curiga seperti pribahasa nyaman sorangan, nang jaya kada babawaan, lamun handak hancur lebih baik hancur barataan, bacakut papadaan (Sani, Ainah, Syadzali, 2013; Wajidi, 2010). Meskipun orang Banjar suka berkumpul di suatu warung tetapi setelah mereka terjun pada pekerjaan atau bisnis mereka jarang mau bekerjasama satu sama lain, bahkan saling curiga, kadang bacakut padadaan (saling bertengkar), hal ini karena orang Banjar berwiraswasta sebagian besar karena keturunan, desakan tuntutan hidup, kebetulan, (Mahdini, 2010; Ganie, 2005), sehingga sulit mempertemukan kesamaan keturunan, kesamaan tempat, dan lain sebagainya.

PENUTUP

Simpulan

Bisnis di Kalimantan Selatan pada umumnya dan Banjarmasin pada khususnya dipengaruhi faktor alam, kepercayaan dan budaya. Dengan kondisi alam banyaknya sungai di Banjarmasin menyebabkan masyarakat berbisnis atau mata pencarian yang berhubungan dengan sungai seperti berjualan dipasar terapung, nelayan sungai, dan bertani dilahan rawa gambut. Faktor kepercayaan pada suku Banjar yang turut memengaruhi perilaku bisnis orang Banjar seperti sebagian masyarakat menggunakan jimat, air penglaris, tapung tawar dipengaruhi kepercayaan kaharingan, selamatan dipengaruhi agama Hindu, kejujuran, akad jual beli dipengaruhi agama Islam. Sementara dari sisi bu-

daya yang dibentuk hasil bersosial masyarakat budaya Banjar melahirkan dua sisi positif dan negatif, seperti giat bekerja pada sisi positif, sementara pada sisi negatif budaya individualism menyebabkan mereka agak susah bekerjasama dan berkembang.

Saran

Antara bisnis, alam, kepercayaan dan budaya perlu disinergikan untuk membentuk bisnis yang bernuansa kearifan lokal. Pengembangan bisnis di Kalimantan Selatan sebaiknya selain meningkatkan fasilitas angkutan darat seperti jalan dan jembatan, juga perlu membenahi transportasi sungai dimulai dari pengerukan sungai-sungai mati dan dangkal, perbaikan dermaga besar dan kecil sehingga lebih bisa memfasilitasi bisnis di sungai.

Peran tetuha masyarakat, pemerintah, perguruan tinggi, perbankan, dan swasta sangat diperlukan membantu memfasilitasi terciptanya sinergi dan kerjasama antar pelaku usaha dalam mendapatkan keuntungan yang lebih besar, sehingga dapat menekan budaya lokal yang negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- George N. Curry, 2012. Doing "Business" in Papua New Guinea: The Social Embeddedness of Small Business Enterprises, Publishing models and article dates explained. *International Journal of Intrepreneurial Behaviour and Research*. Emerald Group Publishing Limited, ISSN: 1355-2554.
- Kojo, Saffu, 2003. The Role and Impact of Culture on South Pacific Island Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*: Emerald Group Publishing Limited, ISSN: 1355-2554, pages: 55-73.

- Meilita, Andarina D.J., 2015. *Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Efektivitas Organisasi dengan Manajemen Pengetahuan sebagai Variabel Mediasi pada PT Taspen Persero Cabang Banda Aceh*. Perpustakaan Unsyiah. [Http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10037](http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10037).
- Rizki, Muhammad Nur, 2014. The of Community Support on The Global Brand Image and Brand Loyalty, (A Study to XL Future Leaders Grantees on Batch 1 toward Axiata. *Oceano Puritanical* Vol. 15, No. 1 2014.
- Sani Abdul, Ainah Noor, Syadzali Ahmad, 2013. Sosiologi dan Kepercayaan Masyarakat Banjar (Analisis Perilaku Kontemporer Orang Banjar di Kalimantan Selatan). *Jurnal Tashwir Penelitian Agama dan Sosial Budaya*. Vol. 1 No.1, Januari – Juni 2013.
- Wajidi, 2012. *Orang Banjar dan Budaya Sungai*. <https://bubuhanbanjar.wordpress.com/2012/11/12/orang-banjar-da-budaya-sungai/>.
- Wajidi,2010. *Mengkritisi “Karakter Orang Banjar*. [Https://bubuhanbanjar.Wordpress.com/2010/05/16/mengkritisi-%E2%80%9Ckarakter-orangbanjar%E2%80%9D/](https://bubuhanbanjar.wordpress.com/2010/05/16/mengkritisi-%E2%80%9Ckarakter-orangbanjar%E2%80%9D/).
- Wira, Ariyo, 2012. *Makalah Pengaruh budaya terhadap Manajerial*. [Https://wiraariyo.wordpress.com/2012/12/01/pengaruh-budaya-terhadap-manajerial/](https://wiraariyo.wordpress.com/2012/12/01/pengaruh-budaya-terhadap-manajerial/), Business Research Center, Jakarta.