



KONSEP MAMBAOK DUNSANAK KE RANTAU PADA BISNIS FOTOCOPY DI KENAGARIAN ATAR KABUPATEN TANAH DATAR

Mela Fahira, Yanladila Yeltas Putra

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep mambaoak dunsanak ke rantau pada bisnis fotocopy di Kenagarian Atar Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berbentuk deskriptif yang menggunakan data primer berupa hasil wawancara. Subjek pada penelitian ini adalah 3 orang perantau yang membuka usaha fotocopy dari Kenagarian Atar. Analisis data pada penelitian ini menggunakan model interaktif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah Perantau yang berasal dari Kenagarian Atar awalnya dibawa atau ikut dengan kerabat, dan setelah sukses mereka mendatangkan keluarga, sanak saudara atau teman dekat satu daerah asal dengan mereka. Para Perantau yang sukses mampu menginspirasi para kerabatnya di kampung halaman. Hal ini lah yang membentuk pola merantau yang sama setelahnya hingga saat ini yaitu membuka usaha fotocopi.

Kata Kunci: Entrepreneur, Dunsanak, Merantau

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salahsatu sektor yang cukup penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Dengan adanya kewirausahaan dapat menciptakan lapangan kerja, menuntaskan kemiskinan dan menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Jika dilihat kembali, keberhasilan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju didukung oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) di negara tersebut terutama pada sektor kewirausahaan (Darajat & Sumiati, 2013). Seorang ekonom bernama David McClelland menyebut bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan suatu negara adalah dengan menambahkan minimal 2% wirausaha/entrepreneur dari total jumlah penduduk di negara tersebut (Prasetyani, 2020). Jika suatu negara semakin maju, maka semakin banyak orang yang terdidik dan orang yang menganggur sehingga akan dirasakan semakin pentingnya dunia wirausaha. Oleh karena itu sangat diperlukan SDM yang berkualitas dan terampil. Seorang wirausaha adalah orang yang membangun organisasi karena melihat suatu peluang dan memanfaatkan peluang tersebut (Yulanda, 2015). Sedangkan menurut Hisrich (2005) wirausahawan merupakan seorang visioner, berfokus pada tujuan, inovasi, dan berkomitmen untuk mengembangkan bisnis baru dan membuatnya menguntungkan.

Setiap wirausahawan pada dasarnya memiliki karakter unik yang dibawa baik dari dalam diri, lingkungan sosial dan budayanya. Menurut Morrison (2000) terdapat pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap suatu budaya tertentu. Oleh karena itu, wirausahaan yang berasal dari suatu etnis akan membawa karakteristik dan ciri khas dari etnisnya. Wirausahawan dari etnis Minangkabau memiliki

karakteristik percaya diri, pekerja keras, hemat, kemandirian, ketekunan, kontribusi kepada keluarga, konsistensi, kecerdikan, keluwesan, dan keberanian menghadapi tantangan usaha yang berkontribusi pada keberhasilan usaha (Hastuti, Thoyib, Troena & Setiawa, 2015).

Selain karakteristik tersebut, seorang wirausahawan juga memiliki keyakinan tersendiri dalam memilih orang kepercayaannya. Salah satunya adalah memberi kepercayaan pada kerabat atau keluarga. Etnis Minangkabau memiliki sistem kekeluargaan yang sangat erat sehingga hubungan kekeluargaan tersebut turut memegang peran penting dalam bisnis seperti kepemilikan atau keterlibatan anggota keluarga dalam menjalankan usaha (Hastuti, Thoyib, Troena & Setiawa, 2015). Kepercayaan diantara keluarga dapat meningkatkan kualitas hubungan interpersonal, pertumbuhan bisnis yang baik, serta besarnya kerjasama dalam keluarga dapat meningkatkan kemampuan membagi suatu tugas atau tanggungjawab dalam bisnis yang jalankan tanpa adanya suatu aturan manajemen (Kudlatsa, McDowellb, & Raj V. Mahtoc, 2019).

Nagari Atar adalah salah satu nagari di kecamatan Padang Ganting Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Sebagian besar wilayah di Kenagarian Atar di domonasi oleh perbukitan dan bebatuan sehingga sulit untuk menopang hidup dan mencari nafkah khususnya dalam bidang pertanian. Oleh sebab itu, masyarakatnya lebih memilih merantau untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak. Menurut Helmizar, dkk (2018) sekitar 65% masyarakat Nagari Atar berada dirantau dan hanya 35% berada dikampung. Berdasarkan hasil wawancara dengan warga Nagari Atar, diketahui bahwa ada puluhan KK dari

nagari ini yang merantau ke pulau jawa terutama Bandung.

Berbeda daerah lain, para perantau dari Nagari Atar ini memilih untuk melakukan usaha yang sama yaitu jasa fotokopi sehingga nagari ini dikenal dengan Nagari fotokopi. Di Nagari ini dibangun tugu fotokopi yang Berdasarkan informasi dari narasumber, para perantau membuka usaha dan membawa orang kampung untuk bisa meningkatkan perekonomian mereka. Berdasarkan fenomena tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep mambak dunsanak dalam bisnis fotocopy di Kenagarian Atar Kabupaten Tanah Datar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berbentuk deskriptif dengan menggambarkan mengenai konsep mambak dunsanak dalam bisnis fotocopy di Kenagarian Atar Kabupaten Tanah Datar. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Myers (2009) penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian yang menggunakan bukti nyata yang didapat dari suatu organisasi dan kemudian mempelajarinya. Penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil wawancara kepada perantau yang membuka usaha fotocopy dari Kenagarian Atar. Analisis data pada penelitian ini menggunakan model interaktif yang terdiri dari empat tahapan yaitu pengambilan dan pengumpulan data, display data, dan tahap verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Istilah Minangkabau, dunsanak berarti saudara. Bagi masyarakat Etnis Minangkabau, keluarga yang tinggal dilingkungan yang sama merasa badunsanak dan

terikat dalam satu kesatuan yang disebut dengan suku karena anggota keluarga akan membangun rumah disekeliling rumah asal pertama (Sadzali, et al., 2019). Hal inilah yang membuat masyarakat Minangkabau yang tinggal di daerah yang sama memiliki identitas sosial yang sama karena kesamaan suku dan menyebutnya sebagai "urang awak". Identitas sosial dapat diartikan sebagai konsep diri yang dibawa dari keanggotaan individu dengan suatu kelompok tertentu (Hudijana, J., 2017).

Setiap budaya biasanya membuat suatu pembeda dalam interaksi seperti interaksi antar anggota keluarga dan interaksi yang terjadi dengan individu yang tidak satu keluarga (Sarwono, 2014:34). Pada masyarakat perantau Kenagarian Atar, Hubungan antar individu dipengaruhi oleh pengalaman bersama, keintiman yang terjalin, dan keakraban (Familiarity). Masyarakat yang menjunjung tinggi rasa kekeluargaan dan kebersamaan membawa nilai-nilai tersebut hingga ke perantauan. Seperti pepatah minangkabau "Tatungkuik samo makan tanah, tatilantang samo minum ambun, tarapuang samo hanyuik, tarandam samo basah" yang artinya hal utama dalam kehidupan bermasyarakat adalah kerjasama yang baik, kesatuan hati dan pikiran, kesatuan pendapat dan gerak.

Berdasarkan hasil wawancara, salah seorang tokoh masyarakat Atar yang terkenal merantau dan membuka usaha fotokopi adalah bapak H. Yuskar. Ia merantau pada tahun 1974 menyusul ibunya dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Ia mengikuti jejak ibunya untuk berjualan alat tulis dan setelah tiga tahun usahanya pun berkembang. H. Yuskar melihat peluang bahwa bisnis fotokopi adalah usaha yang menjanjikan. Seorang wirausahawan yang sukses memiliki ide dan kemudian

mencari cara agar ide tersebut memecahkan masalah atau memuaskan kebutuhan (Hamali & Budihastuti, 2017).

Kesuksesan H. Yuskar pun terdengar sampai ke kampung halamannya sehingga membuat sanak saudaranya datang untuk belajar berbisnis kepadanya. H. Yuskar menampung sanak saudara dan memberikan modal usaha sebagai bentuk dukungannya pada sanak saudara. Salah satu prinsip hidup orang minang yang digunakan sebagai bekal untuk sukses yaitu pepatah "baraja ka nan manang, mancontoh ka nan sudah", yang artinya orang minang akan menjadikan orang yang sukses sebagai panutan dan belajar dari mereka serta dapat mengambil hikmah dari kegagalan orang lain. Bagi Masyarakat Etnis Minangkabau, pengalaman sukses dari orang terdahulu akan dijadikan sebagai panutan dan mereka tidak akan gengsi untuk berguru dan belajar. Menurut Emilia, dkk (2016) tradisi merantau masyarakat minangkabau yaitu atas kemauan sendiri dan merantau dalam jangka waktu yang lama atau tidak. Selain itu masyarakat Minangkabau merantau dengan tujuan untuk mencari penghidupan, menuntut ilmu atau mencari pengalaman.

Peran anggota keluarga dalam menjalankan bisnis dalam Etnis Minangkabau sangat penting. Biasanya karyawan berasal dari keluarga sendiri, baik kerabat dekat maupun jauh. Luasnya sistem kekerabatan di Minangkabau membuat masyarakat Etnis Minangkabau tidak akan kesulitan untuk mencari karyawan atau tenaga kerja karena keluarganya sendiri yang akan membantu bisnis tersebut. Selain itu, karyawan mendapatkan upah/gaji bagi yang lebih tinggi atas dasar penghargaan, sehingga diharapkan nantinya karyawan dapat membuka usaha sendiri.

Konsep Mambaok dunsanak dapat diartikan sebagai membawa saudara ataupun kerabat ke perantauan. Bagi masyarakat Minangkabau, selain alasan ekonomi, faktor lingkungan menjadi pendorong mereka untuk berwirausaha dimana beberapa wirausahawan terinspirasi untuk memulai usaha karena ada teman atau saudara yang telah sukses melakukannya (Sutanto & Nurrachman, 2018). Perantau yang berasal dari Kenagarian Atar awalnya dibawa atau ikut dengan kerabat, dan setelah sukses mereka mendatangkan keluarga, sanak saudara atau teman dekat satu daerah asal dengan mereka. Para Perantau yang sukses mampu menginspirasi para kerabatnya di kampung halaman. Hal ini lah yang membentuk pola merantau yang sama setelahnya hingga saat ini yaitu membuka usaha fotocopi. Pada masyarakat Minangkabau, budaya berbisnis tidak dipelajari dari teori-teori berwirausaha melainkan dipengaruhi oleh alam bawah sadarnya karena sejak kecil masyarakat minangkabau telah dikenalkan dengan dunia berwirausaha tanpa mereka sadari dengan melihat saudara ataupun lingkungan sekitarnya (Yulanda, 2015). Berdasarkan penelitian Oktavia, dkk (2015) saudara atau kerabat merupakan pembuka arus migrasi bagi perantau yang dapat terlihat pada sepanjang periode tahun 90-an para perantau cenderung merantau karena mengikuti jejak keluarga seperti saudara atau kerabatnya.

dunsanak/saudara yang baru merantau akan di jadikan karyawan dan dibimbing agar bisa mandiri. Perantau yang telah sukses akan menampung mereka yang tidak memiliki tempat tinggal. Setelah dirasa cukup bekal untuk membuka usaha sendiri, maka perantau akan diberi pinjaman modal untuk membuka usaha fotokopi. Selain itu, para perantau dari Kenagaian Atar memiliki suatu perkumpulan yang

membuat antar perantau menjadi dekat dan akrab. Selain mempererat tali persaudaraan, perkumpulan tersebut dijadikan sebagai wadah untuk saling tolong menolong antar sesama. Seperti pepatah minangkabau “barek samo dipikua, ringan samo dijinjiang”, yang artinya saling tolong menolong dan setiap pekerjaan dikerjakan bersama. Hal ini dapat terlihat dari bukti kesuksesan para perantau dari Kenagarian Atar dalam berbisnis dan merantau yaitu berupa tugu fotocopy yang dibangun di kampung halamannya. Mereka bersama-sama menikmati hasil dari bisnis fotokopi dan membangun kampung halaman. Tugu Fotocopy tersebut menjadi lambang kesuksesan dan ciri khas bagi masyarakat di kenagarian Atar.

Selanjutnya, bagi perantau dari Kenagarian Atar membawa dunsanak ke rantau bertujuan untuk mensejahterakan dan memajukan perekonomian keluarga dan kerabatnya. Kecintaan masyarakat minangkabau pada kampung halaman membuat para perantau untuk mengembangkan bisnisnya dengan mengedepankan kerjasama antara perantau dengan masyarakat di kampung halaman. Prinsip yang digunakan oleh perantau Kenagarian Atar adalah ‘kalau awak sukses, urang di sekitar wak harus sukses’, yang artinya orang terdahulu yang berhasil ketika merantau akan membawa orang terdekat untuk ikut merantau mengikuti keberhasilannya. Selain itu, alasan mereka membawa dunsanak sakampung adalah karena telah mengetahui karakter masyarakat dari kampung halaman sehingga dapat dipercaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa, Konsep *Mambao dunsanak* dapat diartikan sebagai membawa saudara ataupun kerabat ke perantauan. Perantau yang berasal dari Kenagarian Atar awalnya dibawa atau ikut dengan kerabat, dan setelah sukses mereka mendatangkan keluarga, sanak saudara atau teman dekat satu daerah asal dengan mereka. Para Perantau yang sukses mampu menginspirasi para kerabatnya di kampung halaman. Hal ini lah yang membentuk pola merantau yang sama setelahnya hingga saat ini yaitu membuka usaha fotocopi.

Selain itu, dunsanak/saudara yang baru merantau akan di jadikan karyawan dan dibimbing agar bisa mandiri. Perantau yang telah sukses akan menampung mereka yang tidak memiliki tempat tinggal. Setelah dirasa cukup bekal untuk membuka usaha sendiri, maka perantau akan diberi pinjaman modal untuk membuka usaha fotokopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Darojat, Suropto, Sumiyat, Musyadar. 2013. Pendidikan Kewirausahaan. Tangerang Selatan (ID): Universitas Terbuka.

- Emilia, S. N., Bahardur, I., & Samsiarni. (2016). Tradisi Merantau Masyarakat Minangkabau dalam Kumpulan Cerpen Pengantin Subuh Karya Zelfeni Wimra. STKIP PGRI Sumatera Barat, Padang.
- Hamali, A., Y. Budihastuti, E., S. (2017). Pemahaman Kewirausahaan: Strategi Mengubah Pola Pikir "Orang Kantoran" Menuju Pola Pikir "Wirausahawan" Sukses. Depok : Kencana
- Hastuti, P. C., Thoyib, A., Troena, E. A., Setiawan, M. (2015). The Minang Entrepreneur Characteristic. Procedia - Social and Behavioral Sciences 211, 819 – 826
- Hisrich, R. D. (2005). Entrepreneurship education and research. Wiesbaden, Germany: Deutsche University Press.
- Hudijana, J. d. (2017). Teori Psikologi Sosial Kontemporer. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kudlats, Jerry & McDowell, William C. & Mahto, Raj V., 2019. "Unrelated but together: Trust and intergroup relations in multi-family businesses," Journal of Business Research, Elsevier, vol. 101(C), pages 750-756.
- Myers, M. D. (2009) Qualitative Research in Business and management. London. Sage Publications Ltd.
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: what triggers it? International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(2), 59–71.
- Prasetyani, D. (2020). Kewirausahaan Islami. Surakarta . CV. Djiwa Amarta.
- Sadzali, S. M., Anra, A., Putra, B. A. (2019). Menjadi Minangkabau di Dunia Melayu Kerinci : Identifikasi Akulturasi Budaya Minangkabau di Kerinci Ditinjau dari Tinggalan Arkeologi dan Sejarah. Titian: Jurnal Ilmu Humaniora, 03(02), 276-293
- Sutanto, O., Nurrachman, N. (2018). Makna Kewirausahaan pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa : Sebuah Studi Representasi Sosial. Jurnal Psikologi Ulayat, 5(1), 86-108
- Sarwono, S. W. (2014). Psikologi Lintas Budaya. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Oktavia S., Sumarti T., & Pandjaitan, N. K. (2015). Proses Merantau Perempuan Minangkabau di Jakarta. Sodality : Jurnal Sosiologi Pedesaan, 3(1), 63-71 dan Tionghoa : Sebuah Studi Representasi Sosial. Jurnal Psikologi Ulayat 5(1), 86-108
- Yulanda, N. (2015). Pengaruh Nilai Budaya Bisnis Pada Masyarakat Minangkabau Terhadap Perilaku Kewirausahaan Pedagang Perantau. Journal of Applied Business and Economics, 2(1), 95-108.