

SERI AKUNTANSI MULTIPARADIGMA INDONESIA

mami
Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

Volume 1, Nomor 2, Maret 2015

AKUNTANSI

MAKASSARAN

“Mengintegrasikan Siri’ na Pacce, PIPOSS, Nilai Mandar, dan Baju Bodo dalam Carita Akuntansi Indonesia”



mami
Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

INTERNALISASI NILAI-NILAI *SIRI'* NA *PESSE* DALAM MENGONSTRUKSI TUJUAN BISNIS
ETNIS PERANTAU BUGIS MAKASSAR DI KOTA GORONTALO
Bala Tri Handayani Amaliah
(173-182)

PARADIGMA AKUNTANSI MAKASSARAN DALAM
HUKUM PELAYARAN DAN PERDAGANGAN AMANNA GAPPA
Nur Hidayah, Rahmat Januar Noor
(183-192)

MAKNA BIAYA PADA UPACARA RAMBU SOLO DI TANA TORAJA
Tumirin, Ahim Abdurahim
(193-206)

MENGGALI MAKNA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT VALE INDONESIA
MELALUI KEDALAMAN MAKNA *MASEDDISIRI'*
Rismawati
(207-212)

BUDAYA *SIRI'* DAN *PESSE'* DALAM BINGKAI AKUNTANSI MAKASSARAN
Andi Faisal, Saiful Muchlis
(213-222)

INTEGRASI *SIPAKATAU'*, *SIPAKAINGE'*, *SIPAKALEBBI'* DALAM UPAYA MEWUJUDKAN
AKUNTAN PENDIDIK YANG BERDAYA UNGGUL
Masyhuri
(223-231)

PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KECERDASAN EMOSIONAL PENJUAL NYUKNYANG
MAKASSAR DAENG JOHN (DJ)
Chalarce Totanan, Rahma Masdar, Natalia Paranoan
(232-242)

TERNYATA KAMI BELUM SIAP*
(SEBUAH REFLEKSI BELENGGU KAPITALISME)
Darwis Said
(243)

INTERNALISASI NILAI-NILAI SIRI' NA PESSE DALAM MENGONSTRUKSI TUJUAN BISNIS
ETNIS PERANTAU BUGIS MAKASSAR DI KOTA GORONTALO*

Bala¹⁾
Tri Handayani Amaliah²⁾

¹⁾Universitas Ichsan Gorontalo, ²⁾ Universitas Negeri Gorontalo
Surel: bala_bakri@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi nilai-nilai *siri' na pesse* untuk mengonstruksi tujuan bisnis. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan dilakukan pada pengusaha etnis Bugis-Makassar yang bermukim di Gorontalo. Nilai-nilai dalam budaya *siri' na pesse* bagi masyarakat Bugis-Makassar adalah sebuah "kitab hidup" yang menjadi modal dasar non materi untuk berbisnis, dan beraktivitas dalam berbagai sendi-sendi kehidupan. *Siri' na pesse* merupakan pertarungan harga diri sebagai simbol keberartiannya sebagai manusia menuju kemuliaan yang sempurna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan bisnis bagi etnis Bugis-Makassar dapat dikonstruksi dalam empat dimensi, yakni dimensi materi, dimensi humanis, dimensi aktualisasi diri, dan dimensi spiritual. Keempat dimensi nilai ini sesungguhnya juga tersirat nilai-nilai pandangan hidup dalam prinsip *sulapa eppa wala suji* (segi empat bela ketupat) yang menunjukkan pandangan kesempurnaan kehidupan atas dunia dari empat penjuru mata angin.

Kata kunci: *Siri' na pesse, materi, humanis, aktualisasi diri, dan spiritual*

"Pendekatan Ilmiah yang bebas nilai untuk membela kapitalisme tidak akan pernah berhasil, karena manusia memang memiliki nilai-nilai"
(Machan, 2006: 223)

Budaya sebagai kearifan lokal, seyogyanya termanifestasikan pada berbagai level kehidupan termasuk dalam aktivitas bisnis sekalipun. Kesanggupan menginternisasi nilai-nilai kearifan lokal dalam praktik bisnis memerlukan komitmen yang tak bersyarat untuk tujuan bisnis yang lebih humanis. Ini sekaligus menjadi jawaban atas model pengelolaan bisnis yang telah mengakar dengan memperlakukan tujuan tunggalnya yakni laba. Tentu saja paradigma semacam ini menurut Jakfar (2010: 1) tidak lepas dari filosofi yang mendasarinya, yakni filsafat kapitalisme. Filsafat ini mengajarkan kepada manusia bahwa bisnis yang dibangun harus berangkat dari motif mencari kekayaan berdasarkan cara mereka sendiri. Dalam anggapan dasarnya, kapitalisme merupakan sifat dasar manusia yang tak bisa hilang (Harrison, 2006: 11). Pada tataran ini, maka patut direnungkan bahwa salah satu gen buruk yang ada dalam sistem kapitalisme menurut Thurow (Aburdane, 2006: 219) karena tidak bisa dipisahkan dari gen baiknya, keduanya mengalir dari fakta bahwa kapitalisme bersumber dari keserakahan yang sepertinya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari diri manusia.

Dampak bawaan dari pola pikir yang kapitalistik ini menjadikan dimensi-dimensi seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, simpati, kebersamaan, dan altruisik yang seharusnya hadir dalam proses bisnis menjadi slogan semata. Bagi penganut kapitalis, aktivitas bisnis adalah "bebas nilai" dan berada di wilayah profan yang sama sekali terlepas dari dimensi-dimensi lain seperti dimensi budaya maupun ketuhanan. Dalam doktrinnya, biarlah setiap individu melakukan bisnis dengan cara mereka masing-masing, tanpa perlu diintervensi oleh berbagai nilai-nilai yang tak relevan dengan tujuan utama bisnis.

* *Pesse*: Bahasa Bugis, *Pacce*: Bahasa Makassar, keduanya memiliki arti yang sama yakni rasa empati. Dikalangan etnis Bugis-Makassar istilah ini sering digunakan secara bergantian. Namun demikian, agar tidak membingungkan pembaca, maka dalam tulisan ini digunakan istilah *Pesse*.

Pengelolaan bisnis yang terbebas dari nilai-nilai, termasuk nilai budaya sebagaimana dalam doktrin kapitalisme, telah mengabaikan nilai-nilai humanis yang seyogyanya hadir dalam tujuan alamiah bisnis itu sendiri. Namun demikian, untuk menyadap kekuatan budaya dalam praktik bisnis, maka cara terbaik menurut Aburdane (2006: 219) adalah harus mengatasi terlebih dahulu ide gila bahwa keserakahan merupakan mata air kekayaan. Limitasi gila ini yang menghalangi manusia untuk kembali ke zaman kemakmuran yang sesungguhnya punya potensi untuk mewujudkannya.

Relasi bisnis dan budaya, bagi etnis Bugis Makassar yang merantau di Gorontalo, bisa ditelusuri dari nilai-nilai yang terkandung dalam falsafah sebagai pesan leluhur mereka. Tradisi merantau dipandang sebagai salah satu strategi "ekspansi ekonomi". Dengan berbekal prinsip *siri' na pesse* yang dijadikan sebagai motivasi usaha dalam kerangka memenangkan "peperangan" itu. Dalam pemahaman mereka "*kemenangan tak berarti apa-apa pada peperangan yang berlangsung di kandang sendiri*". Pesan yang cenderung "provokatif" ini memaknai "kemenangan" dalam percaturan bisnis di negeri perantauan adalah salah satu perwujudan dari hakikat *siri'* yang sesungguhnya.

Nilai-nilai dalam falsafah *siri' na pesse* sebagai modal utama bagi setiap perantau, merupakan "kitab hidup" dan merupakan kewajiban bagi setiap perantau Bugis-Makassar untuk menjunjung tinggi nilai-nilai tersebut. Sebagaimana dalam pesan bijaknya: "*Kegasi sanree lopiE kositu to taro sengereng*" (Dimana perahu ditambatkan disitulah kita menaruh budi baik). Kalimat ini mengandung pesan moralitas untuk tidak bertindak sesuka hati dan bersikap semena-mena di negeri rantau. Sebagai pesan leluhur, setiap perantau Bugis-Makassar harus mampu bersosialisasi dan beradaptasi dengan lingkungan barunya. Ia harus memegang teguh nilai-nilai *siri' na pesse* sebagai pegangan utama dalam bertindak dan berperilaku, namun tetap adaftip dan toleran dengan budaya dan adat istiadat setempat. Kecenderungan masyarakat bugis merefleksikan petuah dari para leluhur dimanapun mereka berada, tidak berarti alergi terhadap perubahan. Menurut Ahmadin (2008: 17) kolaborasi antara nilai-nilai budaya dengan syara' (agama) pada gilirannya menjadi benteng pertahanan tangguh terhadap institusi dari dominasi westernisasi dalam paket sekularisme.

Fenomena aktivitas bisnis yang dilakukan oleh para etnis Bugis-Makassar di Kota Gorontalo sangat beraneka ragam, dan menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Pada sebuah kesempatan acara silaturahmi, ketua KKSS (Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan) adalah organisasi sosial yang menghimpun warga perantau yang berasal Dari Sulawesi Selatan) Provinsi Gorontalo, menuturkan tentang perusahaan yang dijalankan oleh saudagar Bugis-Makassar telah masuk dalam deretan tiga besar pengusaha papan atas. Hal ini menurutnya tidak terlepas dari strategi pengelolaan bisnis berbasis pada nilai-nilai budaya bawaan sebagai modal awalnya. Dimensi ini menguatkan argumentasi untuk mengintegrasikan kearifan lokal dalam membangun bisnis yang humanis. Karena bagi etnis bugis, salah satu kemuliaan yang sempurna dalam menegakkan misi kemanusiaan adalah dengan menegakkan *siri'* pada semua bagian proses dalam kehidupannya. Bahkan *siri'* dalam perspektif mereka adalah modal dasar dan utama mengalahkan modal materi dalam berusaha.

Sebagai bagian dari komitmen atas pengamalan nilai-nilai *siri' na pesse* dalam berbagai sisi kehidupan, menginspirasi para perantau bugis mengukur keberhasilan berdasarkan beberapa parameter fungsional dalam strata sosial masyarakat sebagai hasil usahanya. Parameter itu menurut Ahmadin (2008: 38-39) antara lain: (1) *To-Mapparenta*, yakni pemegang kekuasaan atau petugas pemerintahan; (2) *To-Panrita*, yakni petugas kerohanian atau tokoh spiritual/keagamaan; (3) *To- Acca*, yakni orang pandai atau cendekiawan sederhana; (4) *To-Sugik, mapanre na saniasa*, yakni orang kaya, pengusaha yang terampil atau cekatan, dan (5) *To-Warani*, yakni pemberani atau pahlawan yang selalu waspada.

Komitmen untuk membumikan nilai-nilai kearifan lokal *siri na pesse* dalam praktik bisnis dalam lingkungan para saudagar Bugis-Makassar di Kota Gorontalo, maka konteks penelitian ini diarahkan pada tujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang dinamika bisnis yang terintegrasi dengan nilai-nilai budaya *siri na pesse* dalam kerangka membumikan tujuan bisnis yang menghargai nilai-nilai kemanusiaan, sebagaimana dalam hakikat *siri' na pesse*.

METODE

Tradisi penelitian kualitatif hakikatnya menghasilkan penemuan penemuan yang pemaknaannya tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau pun dengan cara kuantifikasi lainnya (Busrowi dan Sukidi, 2002: 1). Dengan mengacu pada argumen ini, maka penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami spirit nilai-nilai kearifan lokal berbasis *siri' na pesse* dalam praktik bisnis pada saudagar Bugis-Makassar di Gorontalo. Penggunaan metode ini juga sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor (1992: 21-22) bahwa metode penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku individu yang diamati berkaitan dengan suatu fenomena, dan selanjutnya diinterpretasi untuk memperoleh kesimpulan.

Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung di tempat usaha, serta wawancara mendalam terhadap informan yang terpilih. Adapun Informan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 8 orang, yang mewakili masing-masing bidang usaha antara lain: dari bidang usaha perdagangan barang (*super market*), jasa konstruksi, jasa penyedia tenaga kerja, dan perusahaan jasa lain-lain. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria antara lain: 1) Suku asli Bugis-Makassar dan tempat kelahiran di Sulawesi Selatan. 2) Telah bermukim dan menjalankan usaha di Gorontalo minimal 10 tahun. Namun demikian, berdasarkan pertimbangan tertentu, dan juga atas permintaan informan, maka dalam penelitian ini para informan tidak dituliskan identitasnya secara lengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Membumikan *Siri' Na Pesse*. Dalam setiap kebudayaan, terdapat rumusan-rumusan khas tentang makna sukses. Dalam bingkai sukses itulah maka seluruh anggota komunitas dari kebudayaan tersebut berikhtiar untuk meraihnya. Bagi masyarakat majemuk nilai merupakan suatu bagian yang penting dari kebudayaan. Nilai suatu budaya tidak mudah berubah atau tergantikan oleh hadirnya nilai budaya lain. Gabungan semua unsur kebudayaan yang menyatu dan membentuk suatu nilai, mendorong manusia untuk menghayati dan mengamalkan nilai yang dianggapnya ideal. Nilai-nilai inilah yang sebenarnya berada di balik perilaku manusia yang hanya dapat diwujudkan melalui berbagai ucapan, beragam perbuatan dan materi (Ranjabar, 2006:109; Abdulsyani, 2007:49 serta Setiadi dan Kolip, 2011:127).

Kekhasan manusia dalam konteks budaya adalah karena manusia bekerja berdasarkan nilai-nilai, ia hidup pada sebuah ruang yang ditandai dengan kemampuannya memahami dan memberi makna atas fakta-fakta moral melalui sebuah fakultas insani yang mengantarnya memiliki kesadaran moral. Komitmen moralitas untuk merefleksikan nilai-nilai dalam budaya *siri' na pesse* bagi saudagar Bugis-Makassar di Gorontalo dilatar belakangi oleh keinginan untuk mengejewantahkan hakikat kemanusiaannya. *Siri'* bagi masyarakat Bugis-Makassar identik dengan harkat dan martabat manusia. Dalam konteks ini, pemaknaan *siri'* yang dihubungkan dengan eksistensi kemanusiaan, pada gilirannya melahirkan semangat untuk berusaha, bekerja, dan berkarya.

Nilai-nilai budaya dalam bisnis bagi Emil Durkheim, seyogyanya berfungsi sebagai mekanisme eksternal yang memprogramkan sikap dan perilaku kolektif secara relatif seragam. Kemampuan memprogram perilaku kelompok ini disebut kesadaran kolektif (*collective consciousness*). Kesadaran kolektif mendefinisikan situasi, akibat pikiran dan perasaan individu seakan tercetak kedalam pola-pola rutin dalam merespon rangsangan-rangsangan lingkungan, (Hendrawan, 2009: 235). Dalam perspektif kesadaran ini, maka budaya sebagai sesuatu yang sakral dan harus dipelihara, menjadikan sebuah kelompok dituntut bersikap loyal untuk memelihara nilai-nilai yang ada. Nilai-nilai yang berfungsi untuk menjaga tingkah laku para pengadopsinya. Sebagaimana tabiatnya, "wujud ideal dari suatu kebudayaan adalah sifatnya yang abstrak, tak tampak tapi terasa". Namun dengan wujud yang abstrak itu, esensi budaya tidak menjadikannya kabur, akan tetapi membutuhkan penafsiran yang bukan hanya berasal dari budayawan maupun orang yang kompeten dibidang itu, melainkan para pelaku pada semua level kehidupan yang mengadopsi suatu budaya.

Dalam konteks nilai, sebuah budaya akan dapat memberi makna apabila manusia sebagai pelaku budaya sanggup memberi arti. Sebagaimana pandangan Kusumohamidjojo (2010: 150), nilai menjadi nilai hanya karena arti atau makna (yaitu muatan dari arti) yang dimilikinya sebagai akibat dari keputusan manusia. Dalam konteks ini, Kusumohamidjojo menggunakan istilah “pemaknaan” yaitu tindakan memberi makna kepada sesuatu. Oleh karena itu pemaknaan masyarakat sebagai pendukung kebudayaan dicapai melalui pengungkapan atau pemaparannya sebagai hal yang kompleks.

Konsep *siri* dalam filsafat hidup orang Bugis-Makassar, sesungguhnya tidak berdiri sendiri, melainkan hadir dengan ‘pasangannya’, yakni *pesse*, atau lengkapnya, *pesse’ babua*, yang berarti “ikut merasakan penderitaan orang lain bagai terasa dalam perut sendiri”. Jadi di samping harga diri orang Bugis yang begitu tinggi, mereka juga memiliki empati terhadap penderitaan tetangga, kerabat, atau sesama anggota kelompok sosial. Dalam konteks ini dapat dimaknai bahwa *pesse* merupakan kecerdasan emosional untuk turut merasakan kepedihan atau kesusahan individu lain dalam komunitas ataupun di luar komunitasnya.

Penghormatan atas nilai-nilai sosial dalam pesan *siri’ na pesse* ini, telah dituangkan dalam pepatah: *pauno siri’, ma’palete pesse’ ri pa’masareng esse*. secara harfiah, “Kehormatan bisa menyebabkan kematianmu, dan rasa iba bisa membawamu ke alam baka”. Pesan bijak ini memberi makna, bahwa antara *siri’* dan *pesse’* harus tetap terjalin dalam bingkai keseimbangan agar bisa saling menetralkan titik ekstrim masing-masing. Dalam tataran aplikatif, nilai-nilai *pesse* ini menunjuk pada prinsip: *getteng* (tegas), *lempu* (lurus), *Acca* (pintar), dan *warani* (berani). Keempat nilai ini menjadi ciri identitas yang menentukan ada tidaknya *siri’* seseorang. Identitas manusia menurut Rachmat (Sugiharto dan Rachmat, 2000: 105) adalah memandang dan menggarap hidupnya sebagai suatu “proyek”, artinya manusia dengan bebas selalu berusaha untuk merencanakan hidupnya sendiri baik secara individual maupun kolektif.

Spirit *Siri’ na Pesse* Dalam Ranah Bisnis. Dalam falsafah bisnis etnis Bugis-Makassar, kerja adalah manifestasi dari upaya mencapai tujuan dalam aktivitas bisnis. Falsafah ini merupakan jawaban yang bersifat antisipatif atas kegagalan bisnis yang dilakoni oleh kebanyakan orang. Dalam konteks ini, bisnis bagi orang bugis dipandang sebagai bidang yang serius dan menuntut perhatian penuh, dengan mensinergikan nilai-nilai kearifan lokal “bawaan” dari kampung halaman mereka.

Kearifan “bawaan” yang menjadi spirit bisnis bagi etnis Bugis-Makassar di Kota Gorontalo menjadi inspirasi mereka untuk bekerja lebih giat, hal ini sebagaimana dikemukakan Ahmadin (2008: 39) bahwa usaha dan etos kerja yang tinggi ini merupakan cerminan dari pesan para raja terdahulu seperti pada masa Puang Ri Magalatung, matoa wajo (1491-1521) kepada setiap perantau, bahwa “rezeki berasal dari Tuhan, tetapi rezeki itu haruslah dicari”. Karena itu, tidak heran jika dikalangan orang bugis, mereka memiliki sebuah motto yang hingga kini tetap dipegang teguh “*Resopa Temmanginggi Namallomo Naletai Pammase Dewata*” (hanya kerja keras dan sungguh-sungguh yang mendapat rahmat dari dewata/Yang Maha Kuasa).

Prinsip kerja keras dalam bisnis orang Bugis-Makassar, juga dikawal oleh pesan leluhur lain yang berbunyi “*aja mumaelo natunai sekke, naburuki labo*” (jangan terhina oleh sifat kikir dan hancur oleh sifat boros), karena itu, orang Bugis-Makassar pada umumnya menjalankan bisnis dengan sangat ketat, terutama dalam pengelolaan keuangan. Pesan ini menjadi “warning” agar hasil dari kerja keras tidak disalahgunakan.

Dengan prinsip kerja keras sebagaimana yang dikemukakan di atas, maka tidak jarang para saudagar bugis di Kota Gorontalo sangat terkenal dengan keuletannya dalam berbisnis diantara suku-suku perantau lainnya. Ini sebagaimana pengakuan salah seorang informan:

...memang para *daeng-daeng* di Gorontalo dalam hal berdagang torang akui. Dulu sebelum mereka datang, toko-toko di Gorontalo lebih banyak tutup terutama dari jam 12 sampai jam 4 sore, dan bahkan hari minggu tutup total, tapi setelah *dorang* datang, kebanyakan mereka membuka dari jam 8 sampai jam 10 malam... (EZG)

Penduduk lokal Gorontalo sering memanggil etnis Bugis-Makassar dengan sebutan *daeng* =Kakak. Sedangkan *dorang* dalam bahasa gorontalo= mereka.Keuletan orang Bugis-Makassar dalam menjalankan bisnis, sebenarnya juga ditopang oleh komitmen moral untuk

mengejawantahkan falsafah hidup sebagai pesan leluhur dalam menjalankan usaha sebagai sebuah prinsip bisnis yang tak dapat ditawar-tawar. Sebagaimana pengakuan informan HJM kepada peneliti:

...saat pertama kali memutuskan untuk merantau ke Gorontalo, ada pesan yang selalu dipegang oleh setiap perantau: "Pura babbara sompeku, pura tangkisi gulikku, ulebbireng tellengnge natowalia" (apabila layar telah berkembang, kemudi sudah terpasang, maka lebih baik tenggelam dari pada mundur).. "HJM"

Falsafah ini menegaskan bahwa seseorang yang telah memilih merantau sebagai jalan hidup, harus kukuh, kokoh dan kekeh dengan pilihannya. Mundur, mengabaikan, mengingkari sebuah ikrar, janji, sumpah apalagi telah diumumkan atau diketahui oleh orang banyak bahwa yang bersangkutan telah merantau, merupakan aib (*siri'*) bagi orang Bugis-Makassar. Harga diri menjadi jatuh tak berharga, seumur hidup akan dicemooh, dihina dinakan dan dihujat dengan kata *paccocoreng manu' mate* (nyalimu ternyata hanya serupa kedutan pada dubur ayam yang telah disembelih). Pesan ini juga sebenarnya tertuang dalam motto Sulawesi Selatan "Sekali layar terkembang, pantang biduk surut ke pantai"

Konstruksi Tujuan Bisnis Dalam perspektif Nilai *Siri' na Pesse*. Bisnis ibarat pisau, ia bisa digerakkan untuk tujuan kebaikan, tetapi sebaliknya dapat pula digerakkan untuk tujuan kejahatan. Analogi bisnis ini mengingatkan kita pada perdebatan tentang akuntansi yang "bebas nilai" versus akuntansi yang "sarat nilai". Terlepas dari perdebatan ini, dalam realitas kekinian dapat dikatakan bahwa baik akuntansi maupun bisnis keduanya lahir dalam wujudnya yang pasif, ia bergerak karena digerakkan, ia aktif saat diaktifkan, dan tak mungkin lepas dari dinamika lingkungannya. Dalam kerangka ini, realitas yang sebenarnya menurut Triyuwono (2012: 114) adalah realitas interdependen yang dibentuk melalui proses interaksi sosial yang kompleks dan berlangsung secara terus menerus. Sebagai realitas interdependen, maka keseluruhan objek tak dapat mengklaim atau diklaim sebagai realitas yang "merdeka", melainkan ia tunduk pada hukum-hukum kausalitas yang tak lain adalah lingkungan sekelilingnya.

Berdasarkan analogi bisnis yang dikemukakan di atas, maka tujuan bisnis dalam pandangan para saudagar Bugis-Makassar dapat dikonstruksi menjadi beberapa tujuan antara lain:

Bisnis untuk keuntungan, tapi bukan untuk "kekayaan". Doktrin bisnis untuk keuntungan materi dalam pandangan pengusaha Bugis-Makassar di Gorontalo rasanya sulit untuk dinegasi dengan dimensi-dimensi yang lain. Dengan mendasarkan pada tujuan keuntungan materi dalam pandangan mereka adalah hal yang absah, dan merupakan bagian dari dinamika bisnis sehingga tak perlu diperdebatkan. Namun demikian, yang patut direnungkan adalah bagaimana menjadikan keuntungan materi itu sebagai fondasi untuk menggapai tujuan berikutnya. Ibarat menaiki anak tangga, maka anak tangga pertama adalah "materi", dan selanjutnya adalah anak tangga yang lain. Kita tidak dapat melangkah ke anak tangga berikutnya manakala anak tangga pertama belum kita lalui. Dalam konteks ini, maka tujuan-tujuan bisnis yang lain hanya dapat diwujudkan saat kita benar-benar telah menguatkan materi sebagai fondasinya.

...menurutku orang *maddangkang* (berdagang) itu kan mau untung, kalau perlu untung yang sebesar-besarnya tidak masalah. Tetapi yang harus dipikirkan sebenarnya adalah bagaimana hasil keuntungan itu tidak dinikmati sendiri pemiliknya, yah sebahagian dimasukkan di mesjid, di panti asuhan, yah naik haji..pokoknya dibagi-bagilah kepada sesama...(AJ)

Pemaknaan tujuan bisnis untuk keuntungan dalam perspektif di atas, tentu saja berbeda dengan tujuan bisnis dalam doktrin kapitalisme. Gagasan tentang kekayaan versi kaum kapitalis menurut Sombart (1969) adalah kehadirannya untuk dihabiskan, orang menginginkan tak lain karena ingin mengkonsumsinya. Doktrin kekayaan ala kapitalisme ini menurut Mulyanto (2010: 183) menempatkan kekayaan bukan sekedar sarana belaka, melainkan kekayaan itu adalah tujuan yang sebenarnya. Sehingga segala hal diluar penimbunan dan

pelipatgandaan kekayaan, seperti menyantuni rumah yatim, memberi pengobatan gratis, membangun sekolah gratis, dan segala bentuk amal yang hanya akan memperoleh pahala di akhirat itu hanyalah catatan kaki yang tidak seharusnya masuk dalam teks.

Gagasan Sombart (Mulyanto, 2010:184) tentang perlakuan atas kekayaan ini menekankan adanya budaya atau semangat baru dalam memandang kekayaan. Hal ini seiring dengan kecenderungan merasionalisasi semua upaya pencapaian kekayaan sebagai penanda utama kapitalisme. Pembukuan transaksi, perhitungan untung rugi, menjadi patokan utama dalam menentukan kegagalan atau keberhasilan usaha. Pada taraf berikutnya, kehidupan seorang juga ditakar dengan takaran dagang tersebut. Bukan lagi seberapa banyak amal yang bisa disantunkan kepada panti asuhan, tetapi seberapa banyak kekayaan yang diperolehnya melalui perdagangan. Dengan pandangan seperti ini, Menurut Mulyanto (2010: 183) menguatkan argumen, bahwa inti kapitalisme adalah perhitungan rasional tentang untung rugi. Hal ini mensyaratkan proses-proses yang biasa berlangsung dalam persaingan bebas tanpa terganggu oleh letusan eksternal yang tidak terduga datangnya. Dengan kata lain kapitalisme butuh keadaan yang mendisiplinkan proses ekonomi.

Perbedaan tafsir dan perlakuan atas kekayaan antara paham kapitalis dengan pesan moralitas dalam *siri' na pesse*, terletak pada nilai yang melekat dalam *pesse* itu sendiri. *Pesse* dalam maknanya adalah kesanggupan untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Dalam konteks bisnis, keuntungan seyogyanya disisihkan sebagai bagian dari wujud turut serta merasakan penderitaan sesama, karena hanya dengan cara inilah seorang pengusaha menjalankan fungsi sosial dari keuntungan materi yang didapatnya.

Bisnis Untuk Penghayatan Nilai "Sipakatau". Bisnis sejatinya dibangun diatas kepedulian dan kebermanfaatn atas manusia dan nilai-nilai kemanusiaan. Salah satu pesan moralitas yang terkandung dalam budaya *siri' na pesse* adalah nilai *sipakatau*, yang bermakna "saling memanusiaikan". Orang Bugis-Makassar sangat menyadari bahwa keberartian dirinya, adalah karena menjadi bagian inti dari sesamanya. Kesadaran *sipakatau* ini lahir dari karakter *siri' na pesse* yang tak lain adalah pandangan atas nilai-nilai kemanusiaan. Nilai *siri'* (malu) yang melekat dalam budaya *siri'* mengandung ungkapan psikis sebagai perasaan malu karena seseorang telah berbuat sesuatu yang tidak baik dan dilarang oleh kaidah adat, malu bila eksistensi maupun aktivitasnya tidak memberi manfaat bagi orang lain. Dengan demikian, *siri'* menyiratkan pesan bahwa malu yang dirasakan seseorang terkait dengan rasa bersalah karena tidak melakukan kebaikan.

Nilai kedua yang juga terdapat dalam nilai *siri'* adalah harga diri atau martabat. "Nilai harga diri (martabat) merupakan sebuah pranata pertahanan psikis terhadap perbuatan yang tercela serta dilarang oleh kaidah adat. Pribadi yang memiliki *siri'* memiliki suatu kewajiban moral untuk mengorbankan kepentingan pribadi demi membela *siri'* keluarga atau komunitas.

...malu rasanya kalau sudah jauh-jauh meninggalkan kampung halaman, tapi justru menjadi "benalu" bagi orang lain. Sama dengan perusahaan, kalau perusahaan yang kita dirikan merugikan orang lain atau tidak memiliki manfaat, maka lebih baik tutup perusahaan itu dan cari usaha yang lain...(AJ)

Oleh karena itu, *siri'* membuat orang tidak hidup dengan dirinya sendiri, melainkan harus berwujud dalam tindakan nyata menurut nilai *pesse'*. *Pesse'* secara harafiah berarti "pedih atau perih yang dirasakan meresap dalam kalbu seseorang, karena melihat penderitaan orang lain. Ringkasnya, *pesse'* adalah bela rasa. *Pesse* (Bugis) atau *pacce* (Makassar) berfungsi sebagai pemersatu, penggalang solidaritas, pembersamaan serta pemulihan humanitas. Konsep *pesse'* tidak lain adalah suatu pengungkapan empati dan solidaritas terhadap penderitaan orang lain. *Pesse'* memotivasi sikap nyata kesetiakawanan sosial suku Bugis-Makassar. Solidaritas yang dimaksud adalah solidaritas yang diterapkan dengan tidak memandang bulu, tidak memandang suku maupun ras bahkan agama.

Komitmen pada nilai-nilai kemanusiaan dan prinsip solidaritas juga tercerminkan dalam motto beberapa perusahaan yang dimiliki oleh para saudagar Bugis-Makassar di Gorontalo. Hal ini dapat dilihat antara lain, pada sebuah perusahaan super market "*Karena anda, kami ada*", atau juga pada salah satu perusahaan meubel "*kami peduli atas kebutuhan anda*". Terlepas

dari nilai-nilai komersil yang terkandung dalam motto tersebut, namun tersirat makna solidaritas kemanusiaan. Ini dapat dilihat pada program "KKSS Peduli". Dalam program ini setiap perusahaan milik orang Bugis-Makassar memberi sumbangan pada organisasi Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan (KKSS), untuk selanjutnya diserahkan pada aksi-aksi kemanusiaan. Kepedulian oleh anggota komunitas semacam ini, dalam pandangan Hendrawan (2009: 101) adalah wujud komitmen yang tak bersyarat pada keberhasilan dan kesejahteraan orang lain yang didasarkan pada keterkaitan alami satu terhadap yang lain. Karena itu, bukanlah sebuah perilaku yang sustainable sekiranya manusia atau perusahaan tidak memperdulikan kesejahteraan manusia lain atau lingkungannya.

Bisnis untuk Aktualisasi Diri. Salah satu pencapaian prestasi tertinggi bagi etnis Bugis-Makassar khususnya bagi para perantau adalah saat mereka sanggup memenuhi kebutuhan dari hasil usahanya, dan dilakukan dengan cara-cara yang bermartabat. Dalam pesan kebijakannya, mereka membangun motivasi melalui prinsip "*Akkulu peppeko mulao, abbulu rompengko mulesu*" (pergi dengan bekal yang sedikit, pulang dengan hasil yang menggunung). Diluar ranah bisnis, falsafah ini juga bermakna "lihatlah ketika engkau berangkat merantau engkau bukan siapa-siapa, maka saat engkau kembali nanti maka engkau harus menjadi orang terpandang".

Terinspirasi dari pesan motivasi tersebut, menginspirasi orang Bugis-Makassar untuk lebih suka menjadi kepala atau pimpinan dalam setiap organisasi atau kegiatan. Ini dikarenakan kebutuhan aktualisasi dirinya yang tinggi. Oleh karena itu, orang Bugis-Makassar jika mereka menjadi perantau, ia lebih banyak memilih jalur wirausaha atau saudagar agar bisa menyalurkan kebutuhan untuk sebuah "pencapaian" dan menjadi sebuah kebanggaan bagi orang tua dan keluarga kelak. Dalam pandangan mereka, kalau mendirikan perusahaan sendiri, berarti sekaligus menjadi pemimpinnya. Hal ini juga telah digariskan dalam prinsipnya: "*Angcaji funggawa laloko, mauni funggawa farampokmo*" (jadilah engkau pemimpin, meski sekedar pimpinan perampok). Prinsip ini juga dipertegas oleh salah seorang pemilik yayasan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) terbesar di Kota Gorontalo yang kebetulan berasal dari Sulawesi Selatan.

"...kalau tidak sanggup menjadi pemimpin di kampung halaman, maka merantaulah, dan dirikanlah usaha biar menjadi pemimpin di usaha sendiri. ...Tidak menjadi soal anda berada dalam komunitas perampok, yang penting menjadi pemimpin dari perampok itu..." (AGL)

Penggunaan analogi "pemimpin perampok" sekalipun, menunjukkan hasrat untuk menjadi pemimpin organisasi, termasuk organisasi bisnis, adalah bentuk perwujudan dari salah satu nilai dasar *siri'* yaitu *Acca* (cerdas) dan sekaligus merupakan bagian dari dorongan untuk berprestasi. Hal ini selaras dengan ungkapan: "*narekko sompe'ko, aja muancaji ana' guru, ancaji punggawako*" (kalau pergi merantau, jangan hanya menjadi anak buah/bawahan, tetapi harus berjuang untuk menjadi pimpinan). Dalam konteks ini, maka pemimpin bisnis yang sukses dalam pemahaman mereka, akan terlihat dari kemajuan suatu usaha yang dipimpinnya. Dalam kerangka pemahaman ini, maka bisnis bagi mereka hakikatnya adalah sarana aktualisasi diri sebagai pesan yang tersirat dalam budaya *siri' na pesse*.

Bisnis Sebagai Sarana Pencapaian Nilai Spiritualitas. Keseluruhan nilai-nilai dalam *siri' na pesse* sebenarnya terbingkai dalam satu kesatuan utuh. Nilai-nilai seperti *lempu* (jujur), *acca* (cerdas) *warani* (berani), dan *getteng* (tegas) adalah kebutuhan personal. Sedangkan nilai *sipakatau* adalah kebutuhan sosial yang melahirkan wujud mempererat persaudaraan, meluaskan kekerabatan dan membangun relasi. Kelima prinsip dasar ini akan senantiasa terjaga oleh ikatan *Mappesona ri Dewata Seuwae'* (berserah diri kepada Tuhan yang Maha Esa). Dimensi ini mempertegas tentang ikhtiar pada tataran tiga dimensi, yakni individu dan masyarakat sebagai dimensi horisontal, dan dimensi keberserah-dirian sebagai dimensi vertikal.

Dalam sebuah kesempatan pada pertemuan forum saudagar Bugis-Makassar, Wapres Jusuf Kalla yang juga salah satu begawan saudagar Bugis dengan sedikit berkelakar, bahwa etos kerja orang Bugis-Makassar sangat tinggi karena orang Bugis-Makassar sangat kompleks kebutuhan hidupnya. Terutama saat ia sudah dewasa, mulailah berpikir untuk menikah, ingat pernikahan dikalangan Bugis-Makassar tidak murah. Setelah menikah berpikir lagi untuk memiliki rumah dan kendaraan. Menikah, punya rumah dan kendaraan telah tercapai, mereka

ingin naik Haji. Naik Haji adalah simbol religius dan simbol strata sosial ekonomi yang tertinggi bagi orang Bugis. Setelah semua itu tercapai, maka orang Bugis kembali lagi ke kebutuhan dasar tadi. Ingin menikah lagi, mulai lagi punya rumah baru, kendaraan baru, naik Haji lagi dan seterusnya. Kebutuhan yang tinggi inilah yang membuat orang Bugis memiliki etos kerja yang tinggi. (uraian yang serupa tentang etos kerja orang Bugis-Makassar dapat dilihat melalui <http://umum.kompasiana.com/2009/06/09/etos-kerja-orang-bugis/>)

Terlepas dari nada kelakar tersebut, sesungguhnya mengisyaratkan pada perilaku setiap individu dalam masyarakat Bugis-Makassar yang seyogyanya didasarkan pada sifat "*acca na lempu, warani na getteng, Mappasanre ri Puang Seuwa'e*", artinya pandai mempertimbangkan dan jujur, berani dan teguh pendirian, dan setelah itu berserah kepada Allah SWT. Ungkapan ini menunjukkan bahwa esensi *siri'* hanya mungkin diperoleh seseorang yang pandai dan jujur, berani dan teguh serta bertakwa kepada Allah SWT. Motivasi "berhaji" sebagai tujuan tertinggi bagi etnis Bugis-Makassar berangkat dari sebuah kesadaran terdalam yang tidak hanya untuk dirinya tetapi juga bagi keluarganya akan makna hakiki dan tujuan akhir dari kehidupan.

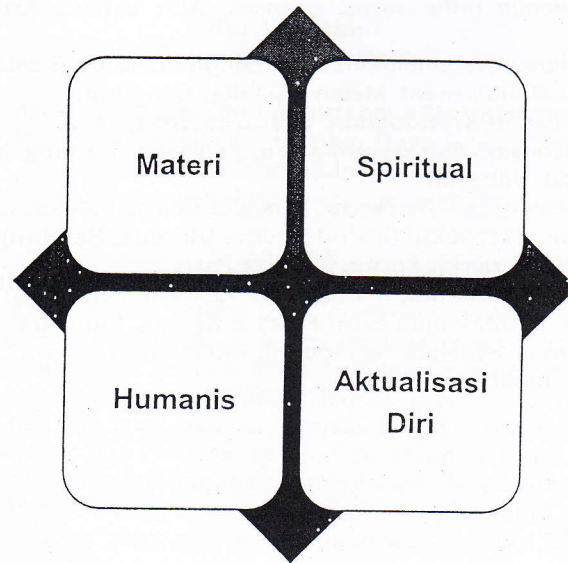
Keberserahan diri setelah ikhtiar dalam bisnis, juga sesuai dengan pesan spiritual dari La Patau Matanna Tikka Arumpone Matinroe Ri Nagauleng, dalam penggalan pesannya sebagaimana dikutip Mannahaho (2010: 158):

"...Aja' to mumaraja cinna riwarangparang, iyapa muappogau' iyapa gau' nasilasai watakkalemu ritengnga'e taniasa ritanga napessu'. Narekko sappako dalle kuwai mutajeng pammasena Allah Taala ribarugae mannessa gau ripojie enrengga ricaccae. Nade'ko sappako ahera salewangeng, koi mutajeng pammasena Allah Taala ri agama Sellengnge" (...Jangan terlalu menginginkan harta, berbuatlah sesuai dengan sewajarnya tanpa pengaruh nafsu yang merusak. Apabila engkau mencari rejeki berharaplah pemberian dari Allah SWT melalui pemerintah dan dari hasil usahamu. Jangan melalui kerja sebagai cukong (perantara yang tidak jujur), jika engkau mencari ilmu pengetahuan di dunia, berharaplah atas Rahmat Allah SWT dalam pertemuan (baruga) sebab dalam pertemuan itu tampak perbuatan yang terpuji dan tercela. Jika mencari ilmu pengetahuan akhirat yang kekal, berharaplah atas Rahmat Allah SWT dalam agama Islam")

Berdasarkan tujuan berbisnis bagi pengusaha Bugis-Makassar sebagaimana telah diuraikan di atas, maka ringkasnya dapat digambarkan dalam Gambar 1. Konstruksi tujuan bisnis yang digambarkan dalam bentuk persegi empat, terinspirasi dari nilai *sulapa eppa* (segi empat). Konsep segi empat yang dituangkan dalam *Wala Suji* berpangkal pada kebudayaan orang Bugis-Makassar yang memandang alam raya sebagai *sulapa' eppa wala suji* (segi empat belah ketupat). *Wala suji* adalah sejenis pagar bambu yang berbentuk segi empat menyerupai belah ketupat, ini biasanya digunakan dalam acara-acara ritual masyarakat Bugis-Makassar. Makna dari *sulapa eppa*, menurut Mannahao (2010: 23) melambangkan bahwa orang Bugis-Makassar memiliki kemampuan dari empat sisi dasar. Laki-laki yang menguasai semua penjuru angin dengan empat nilai dasar disebut "*Oroane sulapa eppa*". Prinsip inilah yang membuat para leluhur mampu mengarungi laut ganas untuk mewujudkan cita-citanya menegakkan *siri'* demi mendapat tempat sebagai manusia yang bermanfaat bagi sesamanya.

Dengan pemahaman pada nilai *sulapa eppa*, maka masyarakat Bugis-Makassar memandang dunia sebagai sebuah kesempurnaan. Kesempurnaan yang dimaksud dalam konteks ini, meliputi empat persegi penjuru mata angin, yaitu timur, barat, utara, dan selatan. Perpaduan empat persegi ini, mengarahkan pada pemahaman terhadap manusia secara mikro sebagai sebuah kesatuan yang diwujudkan dalam *sulapa eppa*. Berawal dari mulut manusia segala sesuatu dinyatakan, dari bunyi ke kata, dari kata ke perbuatan, dan dari perbuatan menuju perwujudan jati diri manusia. Dengan demikian, *Wala Suji* dalam dunia ini, dipakai sebagai acuan untuk mengukur tingkat kesempurnaan yang dimiliki seseorang. Kesempurnaan yang dimaksud itu adalah *kabarianiang* (keberanian), *akkarungeng* (kebangsawanan), *assugireng* (kekayaan), dan *akkessingeng* (ketampanan/kecantikan).

Gambar 1. Konstruksi Tujuan Bisnis Dalam Perspektif *Siri na Pesse*



SIMPULAN

Konsepsi dalam nilai-nilai kearifan *siri' na pesse* merupakan gagasan tentang harga diri dan rasa malu. Sebuah perusahaan akan mudah meraih kepercayaan, kredibel, dan memiliki reputasi yang baik jika pribadi - pribadi di dalamnya, khususnya pemimpinnya menjaga kestabilan nilai-nilai *siri'* dan *sipakatau*-nya. Komitmen mempraktekkan nilai-nilai *siri' na pesse* sebagai *akkateningeng* (pegangan), baik sebagai prinsip dasar dalam kehidupan personal, maupun sebagai pegangan sosial (bermasyarakat) termasuk dalam menjalankan bisnis merupakan perwujudan dari sebuah simbol penegakkan harga diri.

Pribadi seperti *Lempu'* (jujur), *Acca* (cerdas), *Warani* (berani), *Getteng* (integritas; teguh pendirian), dan *Sipakatau* (saling memanusaiakan) merupakan sifat - sifat yang baik bagi kepemimpinan. Bukan hanya bagi kepemimpinan dalam pemerintahan, tetapi juga aplikasinya dalam memajukan usaha/ perusahaan. Sinergitas dan persenyawaan secara kolaboratif antara nilai *siri'* dengan eksistensi orang Bugis-Makassar, menurut Ahmadin (2008: 52) menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dengan sejarah tanah Bugis. Karena itu, *siri'* adalah harga diri dan rasa malu yang menjadi simbol utama atau gagasan dan nilai yang menyatu dengan darah daging manusia Bugis-Makassar. Bahkan implementasi nilai *siri'* ini seyogyanya menjadi pengikis sifat-sifat egoisme yang hanya mementingkan diri sendiri dalam membangun bisnis yang humanis dan bermartabat.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, A.Z, 1999. Capita Selecta Kebudayaan Sulawesi Selatan, Hasanuddin University Ujung Pandang.
- Aburdane, P, 2010. Megatrends 2010. Bangkitnya Kesadaran Kapitalisme. Transmedia, Jakarta.
- Agustian, A.G, 2010. *Spiritual Company*. Arga Publishing
- Ahmadin, 2008. Kapitalisme Bugis, Pustaka Refleksi, Makassar.
- Afifuddin dan B.A. Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Pustaka Setia Press, Bandung.

- Bogdan, R.C dan S.,J. Taylor, 1992. *Introduction to Qualitative Reasearch methods: A phenomenological Approach inthe social sciences*, Alih bahasa Arif Furchan, Usaha Nasional, Surabaya.
- Djakfar, M. 2010. *Teologi Ekonomi: Membumikan Titah Langit di Ranah Bisnis*. UIN-Maliki Press
- Hendrawan, S. 2009. *Spiritual Management*. Mizan Pustaka, Bandung.
- Kusumohamidjojo, B. 2010. *Filsafat Kebudayaan*, Jalasutra Yogyakarta.
- Machan, R Tibor, 2006. *Kebebasan dan Kebudayaan: Gagasan Tentang Masyarakat Bebas*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Mannahao, I.M. 2010. *The Secret of Siri' Na Pesse'*. Pustaka Refleksi Makassar
- Mulyanto, D. 2010. *Kapitalisme: Perspektif Sosio-Historis*, Ultimus, Bandung.
- Pelras, C. 2010. *Manusia Bugis*, Penerbit Forum Jakarta Paris.
- Putra, N. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen*, Rajawali Pers Jakarta.
- Sugiharto, B. dan A. Rachmat, 2000. *Wajah Baru Etika & Agama*, Kanisius. Yogyakarta.
- Triuwono, I. 2012. *Akuntansi Syariah, Perspektif, Metodologi, dan Teori Edisi kedua*. RajaGrafindo Persada, Jakarta.