

ANTROPOLOGI EKONOMI : MASYARAKAT MEYBRAT DI KEPALA BURUNG PAPUA BARAT

Arius A. Kambu*

ariusk16@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to explain in depth and thorough about the value of kinship and consumptive pattern that gives a clear impact on the pattern of the business establishment of Meybrat people. The sample access is all kinds of Meybrat people's business. This study used a qualitative analysis of a single case study approach. The results of this study found that (1) the business of Meybrat people is still at the stage of looking for shapes (innovation , triggering) where the personal character (personal values, education, experience, risk taking, internal control) are still weak in shaping the behavior of Meybrat people's business; (2) business groups (micro, small and medium enterprises) are more successful and grow well on an individual level than on groups; (3) Factors of kinship consumptive pattern systems and communities include: payment of dowry, families and relatives' education costs which is still a strong influence in shaping the conduct of business of Meybrat people.

Keywords: *Kinship, Consumer Pattern, Productive Economy*

PENDAHULUAN

Orang Meybrat adalah salah satu etnik yang mendiami gugusan batu karang di wilayah pedalaman kepala burung Papua Barat dianugrahi dengan budaya tolong menolong (*self support*) yang dipelihara sangat kuat hidup dan berkembang dikalangan orang Meybrat "*Anu Betha Tubat' (Kita Semua Angkat)*". Sejak di temukan Tim Ekspedisi Belanda tahun 1908 pada waktu itu sudah ada kontak, namun pemerintah Belanda melaksanakan pemerintah administrasi tahun 1924. Sepuluh tahun kemudian yaitu tahun 1934 barulah terbentuk kampung-kampung pertama yang secara permanen didirikan oleh orang Meybrat atas usaha pemerintahan Belanda.

Penduduk di pusat kepala burung yang dinamakan Etnik Meybrat hidup sebagai petani ladang berpindah-pindah dengan menggunakan teknik *slash and cultivation*, ialah semak dan pohon-pohon disuatu lahan tertentu di tebas dan dibiarkan kering kemudian dibakar lalu ditanami berbagai jenis umbi-

* Staf Pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Cenderawasih

umbian, antara lain keladi dan ubi manis (*batatas*), di samping sebagai petani ladang Orang Meybrat hidup juga dari meramu berbagai jenis buah-buahan dan sayur-sayuran hutan yang dapat dimakan. Perburuan dan penangkapan ikan di danau juga dilakukan tapi bukan juga sebagai mata pencaharian hidup pokok Orang Meybrat.

Orang Meybrat mendiami empat wilayah administratif pemerintahan tingkat distrik pada waktu pemerintahan Belanda yaitu : Distrik Mara, Distrik Aifat, Distrik Ayamaru dan Distrik Aitinyo dibawah wilayah Kerisedenan Manokwari. Sejak menjadi bagian dari Indonesia Orang Meybrat mendiami Tiga Wilayah Pemerintahan Tingkat Kecamatan yaitu : Kecamatan Aifat, Kecamatan Ayamaru dan Kecamatan Aytinyo di dalam daerah pemerintahan TK II Kabupaten Sorong.

Pemekaran yang dibentuk tahun 2002 Orang Meybrat mendiami 8 (delapan) wilayah pemerintahan tingkat distrik ialah : Distrik Aifat Timur, Aifat, Aitinyo, Moswaren, Ayamaru, Mare, Wayer dan Ayamaru Utara di dalam daerah pemerintahan Kabupaten Sorong Selatan. Pada masa ini Orang Meybrat mendiami sebelas wilayah pemerintahan distrik meliputi : Distrik Aifat, Aifat Utara, Aifat Timur, Aifat Selatan, Aifat Barat, Aitinyo, Aitinyo Utara, Ayamaru, Ayamaru Utara, Ayamaru Timur dan distrik Mare di dalam daerah pemerintahan Kabupaten Meybrat.

Menurut Orang Meybrat orang yang ideal menjadi *bobot* adalah orang yang mempunyai pengetahuan yang baik tentang bisnis, di samping itu selalu bersedia untuk membantu orang lain dalam masalah-masalah ekonomi. Ukuran yang digunakan oleh Orang Meybrat untuk menentukan apakah seseorang itu mempunyai kemampuan bisnis atau tidak terlihat pada pengetahuan memanipulasi sirkulasi Kain Timur. Orang Meybrat berpendapat bahwa kain timur harus selalu bergerak, artinya harus secara terus menerus beredar dari satu orang kepada orang yang lain dan dalam peredaran itu harus membawa keuntungan-keuntungan tertentu, di sini mengandung dua makna ialah makna materil dan makna prestise.

Dalam sistem tukar menukar kain timur Orang Meybrat, para *bobot (bangkir)* merupakan titik pusat dari segala aktivitas transaksi. Setiap *bobot (bangkir)* mempunyai jumlah patner dagang yang bervariasi antara delapan sampai enam puluh orang. Selanjutnya masing-masing patner dagang itu mempunyai patner-patner dagang lain lagi sehingga secara keseluruhan mereka membentuk satu jaringan teman dagang yang meliputi seluruh pedalaman kepala burung. Menjadi orang terpandang di dalam masyarakat oleh karena kekayaan - memiliki banyak kain timur, menyebabkan seseorang mempunyai pengikut dan berhak untuk membuat keputusan. Disinilah letak hubungan antara aspek ekonomi dengan aspek politik melalui kemampuan dalam bidang ekonomi prestise, seorang *bobot* dapat menciptakan hubungan-hubungan sosial tertentu dengan warga masyarakat lain.

Orang Meybrat dengan segala kompleksitas budaya dan dinamika kehidupan masyarakatnya memang menarik untuk di kaji. Ini bisa kita lihat setidaknya dari berbagai studi yang pernah dilakukan oleh para peneliti, antara lain Elmberg (1955), Kamma (1970), Pouwer (1957) misalnya meneliti tentang sistem kekerabatan orang Meybrat, Mansoben JR (1995) mengulas sistem politik tradisional orang Meybrat di Irian Jaya.

Tulisan ini ditujukan untuk mencari bentuk pengembangan budaya bisnis yang tepat, apakah yang harus dilakukan dan bagaimana melaksanakannya, agar terbentuk kelompok usaha dinamis dan kreatif di lingkungan orang Meybrat yang dapat mencapai titik optimal, yakni mampu menjadi motor penggerak percepatan pertumbuhan ekonomi perkapita orang Meybrat.

Menurut Glaser dan Moynihan (1981) yang termasuk unsur-unsur penting primordial adalah keturunan dan ikatan kekerabatan, sistem kepercayaan dan bahasa. Dalam realitas kehidupan sehari-hari, unsur-unsur primordial menjadi pengikat utama dalam membentuk suatu identitas kelompok etnik. Identitas ini menjadi penanda ciri atau karakter tersendiri yang terwujud dalam sikap dan perilaku budaya mereka. Dengan kata lain, unsur-unsur primordial yang dimiliki oleh suatu kelompok etnik akan menjadi unsur pembeda identitas diri dari suatu kelompok etnik yang lain. Dalam sistem interaksi sosial, perilaku budaya merupakan perilaku simbolik yang pemaknaannya harus dilakukan secara kontekstual. Artinya, setiap orang dari suatu kelompok masyarakat harus mampu mengidentifikasi dan memahami makna simbolik dari perilaku budaya tersebut. Pemahaman yang sama terhadap suatu perilaku simbolik di antara objek dan subjek sangat penting untuk mengantisipasi terjadinya kesalahpahaman dalam interaksi sosial. Dengan persepsi ini, pemahaman yang sama tersebut dapat meminimalisasi timbulnya konflik yang bernuansa etnisitas. Setiap orang atau kelompok masyarakat dan kebudayaan harus menghindari perilaku etnosentrisme yang dapat menimbulkan ketegangan sosial.

Di dalam perkembangannya kekuatan dari kebiasaan atau budaya tersebut semakin berkurang dari segi ritualnya, namun dalam segi sosial kemasyarakatan pengaruhnya masih sangat kuat. Budaya tersebut ada yang memiliki nilai-nilai positif dan juga negatif terhadap kehidupan baik individu maupun sosial kemasyarakatan, bahkan dalam kegiatan bisnis.

Pengembangan usaha (*business development*) yang dimulai dari tahap *start up* dan kemudian berkembang menjadi *small, medium* dan *large business* sangat bergantung kepada berbagai faktor antara lain personality dari *entrepreneurs*, kondisi perusahaan dan *environment* (lingkungan).

Individu yang memiliki *entrepreneurship* yang tinggi, akan lebih mampu dan cepat mengembangkan bisnisnya, dan sebaliknya individu dengan *entrepreneurship* yang rendah tidak

mampu mengembangkan usahanya. Perilaku kewirausahaan (*Entrepreneurship Behaviour*) seperti kemampuan memimpin, kemampuan mengambil keputusan, kemampuan melakukan inovasi, kemampuan mengambil resiko, akan membawa dampak terhadap meningkatnya pendapatan perkapita orang Meybrat.

Ancok (1995) mengatakan bahwa perilaku manusia adalah hasil interaksi antara faktor kepribadian manusia dan faktor-faktor yang ada di luar dirinya (faktor lingkungan). Oleh karena itu, perilaku manusia dalam kehidupan sosial perlu dipahami secara mendalam terutama tentang unsur-unsur yang menjadi daya penggerak dalam bertindak atau berinteraksi dengan sesamanya dan lingkungannya. Akhirnya orang lain ingin mengadopsinya. Dalam cara yang sama *entrpeneur* telah diterima menjadi bagian dari hidup sehari-hari, pengaruh dari usaha-usaha kecil telah bertumbuh secara cepat. Sementara hal ini didorong oleh berbagai faktor seperti menurunnya usaha-usaha besar, perkembangan budaya dan kesempatan berusaha, perbaikan kehidupan masyarakat, serta perluasan lapangan kerja.

Di dalam berbagai literatur, disebutkan bahwa *entrepreneuer* bukan hanya inovator, tetapi mereka juga adalah pelaksana dan pengambil risiko, serta berusaha membawa perubahan. Sebagaimana Narapthur (1982), menegaskan bahwa *entrepreneur are not simply inovators, they are man with a will to act, to assume risk, and to bring about a change through organization of human effort*. Lebih lanjut Narapthur (1982) menjelaskan bahwa "*The entrepreneur is an economic man, who strive to maximise his profit by innovation*, yakni *entrepreneur* adalah manusia ekonomi yang berusaha memaksimalkan profitnya dengan inovasi (*innovation*). Namun *entrepreneur* bukanlah sepenuhnya inovator, mereka adalah manusia dengan sayap atau roda untuk bertindak, mengasumsi risiko, dan membawa perubahan melalui organisasi usaha manusia.

Dengan demikian *entrepreneur* dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan individu atau kelompok yang bersifat *creative* dan *inovative* dalam menanggapi lingkungan sekitar, sehingga menghasilkan sesuatu yang berarti dan menguntungkan. Respons ini akan mengambil tempat dalam berbagai bidang sosial *endeavour-business*, industri, pertanian, pendidikan, pekerjaan sosial dan sebagainya.

Pada umumnya para ahli ilmu sosial memberi pengertian kebudayaan dalam arti yang sangat luas, yakni seluruh totalitas dari pemikiran, karya dan hasil karya manusia yang tidak berakar pada nalurinya dan karena itu hanya dapat dicetuskan oleh manusia setelah melalui proses belajar. Sejalan dengan itu, Haviland (1988) mengemukakan bahwa kebudayaan adalah perangkat peraturan dan norma yang dimiliki bersama oleh para anggota masyarakat yang kalau dilaksanakan oleh para anggotanya melahirkan perilaku yang oleh para anggotanya dipandang layak dan dapat diterima.

Pemahaman kebudayaan tersebut di atas, mendudukan kebudayaan sebagai system aturan dari kelakuan manusia atau pola perilaku seseorang, sehingga kebudayaan merupakan nilai budaya yang bersumber dari perilaku dasar dan pandangan hidup manusia. Oleh karena dalam masyarakat terdapat berbagai nilai budaya, dan setiap nilai budaya satu dengan nilai budaya lainnya saling berkaitan, maka membentuk suatu sistem nilai budaya yang menjadi satu kesatuan yang utuh.

Dari pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa nilai budaya merupakan suatu rangkaian dari konsepsi-konsepsi abstrak yang hidup dalam pikiran sebagian besar dari warga suatu masyarakat, mengenai apa yang harus atau dianggap penting dan berharga, bahkan juga mengenai apa yang dianggap remeh dan tak berharga dalam hidup. Oleh karena itu, meskipun nilai budaya merupakan suatu konsepsi yang abstrak, namun dapat mempengaruhi tindakan manusia secara langsung dan menyebabkan timbulnya pola-pola cara berfikir yang tertentu pada individu yang bersangkutan. Misalnya, ada nilai budaya yang menganggap penting konsepsi bahwa dalam kehidupan masyarakat itu orang sangat tergantung terhadap sesamanya, dan karena itu orang harus selalu ingat terhadap sesamanya. Nilai budaya seperti itu, menyebabkan bahwa dalam tindakan-tindakan ia selalu memberi kunjungan makanan kepada tetangga atau kenalan-kenalannya, kalau ia sedang mempunyai hajat atau selalu memberi oleh-oleh kepada mereka kalau ia kembali dari suatu perjalanan jauh. Tindakan seperti itu, meskipun kadang-kadang dilakukan dengan pengeluaran-pengeluaran tambahan yang sebenarnya di luar batas kemampuannya, toh dirasionalisasikan olehnya sebagai suatu cara berfikir yang menganggap bahwa “ apa yang telah dikeluarkan itu merupakan suatu harapan bahwa suatu saat mereka mendapat balasan berupa kemauan baik dari orang yang diberikan. Sedangkan menurut Sajogyo menguraikan bahwa baik nilai budaya maupun sikap bisa mempengaruhi tindakan manusia baik secara langsung maupun melalui pola-pola cara berpikir. Sebagai suatu sistem tata kelakuan yang abstrak, dalam kenyataan, suatu sistem nilai budaya itu terperinci lagi ke dalam apa yang disebut norma-norma. Norma-norma inilah yang merupakan tata kelakuan dan pedoman yang sesungguhnya untuk sebagian besar dari tindakan-tindakan manusia dalam masyarakat. Sedangkan bentuk yang nyata dari norma-norma itu bermacam-macam, ada yang berbentuk undang-undang, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, aturan adat, aturan sopan santun pergaulan dan sebagainya, yang masing-masing memiliki fungsi tersendiri guna mengatur kehidupan kemasyarakatan yang kompleks. Dengan demikian nilai budaya memegang peranan penting di dalam merasionalisasikan norma-norma tertentu di dalam suatu organisasi.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dikembangkan antara lain oleh Yin (2000). Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan mengungkapkan bagaimana sistem

kekerabatan dan pola konsumtif berpengaruh dalam pembentukan perilaku bisnis orang Meybrat. Dengan pendekatan ini peneliti berada dalam posisi tidak bisa mengontrol objek penelitian. Pengungkapan dan pemahaman obyek penelitian dibentuk secara natural dengan melakukan wawancara, pengamatan dan dokumentasi terhadap aktivitas pengendalian mutu. Pertanyaan protokol disusun untuk meningkatkan reliabilitas penelitian. Analisis dilakukan dengan membandingkan suatu pola yang ditemui dengan pola yang diprediksikan. Di sini. Proposisi yang telah dibentuk dalam kajian teoritik dijasikan sebagai suatu pola yang diprediksikan.

Berdasarkan fokus penulisan bagaimana pendekatan nilai budaya dalam pembentukan dan pembinaan kelompok usaha kreatif dan dinamis maka unit analisis yang menjadi perhatian utama penulisan ini adalah : 1). *Kekerabatan* dan 2). *Pola Konsumtif*. Yang dijadikan informasi kunci dalam penulisan ini serta membandingkan informasi dengan pemahaman semua pihak yang terkait dengan cara wawancara mengenai bagaimana pemahaman mereka mengenai budaya dalam pembentukan dan pembinaan perilaku kelompok usaha kreatif dan dinamis.

Metode penelitian alternatif yang digunakan adalah *case studies* karena penulisan ini lebih menekankan pada pengamatan *intensif independent interview* dan analisis. Penelitian dengan menggunakan prespektif ini lebih mendasarkan diri pada kemampuan untuk lebih memahami dan menafsirkan lingkungan objek penelitian. desain penelitian *case studies* ini dimulai dengan pengembangan teori terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diambil. Selanjutnya penulisan ini dilakukan dengan model *single case studies analysis* sedemikian rupa sehingga pertanyaan-pertanyaan yang dinyatakan pada *research question* dapat dijawab secara memadai.

Desain penelitian adalah hubungan logis antara data empiris dan rumusan masalah (*research question*) dan desain penelitian juga harus tergabung dengan data empiris dan kesimpulan akhir. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa desain penelitian adalah rencana tindakan yang akan dilakukan selama penelitian dari pertanyaan penelitian sampai kesimpulan. Menurut Yin studi kasus desain penelitiannya diklasifikasikan menjadi : a). *Desain Kasus tunggal holistik*, b). *Desain kasus tunggal terpancang (embedded)*, c). *Desain multikasus holistik*, dan d). *Desain multikasus terpancang*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *single case studies analysis*. Penelitian dilakukan terhadap entitas budaya dalam pola pembentukan usaha ekonomi produktif orang Meybrat. Jumlah usaha ekonomi produktif yang ada di Meybrat adalah usaha barang dan jasa serta usaha koperasi serba usaha. Dengan dilakukannya penelitian pada beberapa jenis usaha ini diharapkan lebih memiliki gambaran menyeluruh tentang aktivitas pengendalian mutu seperti entitas budaya dalam pola pembentukan dan

pembinaan usaha kreatif dan dinamis. Penggunaan lebih dari satu jenis usaha akan memberikan gambaran apakah karakteristik budaya kekerabatan dan pola konsumtif berpengaruh dalam pola pembentukan dan ekonomi produktif orang Meybrat. Penggunaan lima jenis usaha ekonomi produktif sebagai obyek penelitian akan lebih meningkatkan validitas eksternal penelitian.

Sesudah ketiga analisis tersebut selesai bersamaan dengan proses pengumpulan data, dilakukan suatu analisis menyeluruh tentang persamaan dan perbedaan mata pencaharian yang menjadi tempat penelitian. Analisis ini dapat disebut sebagai suatu rangkuman umum temuan penelitian dengan penonjolan dari perspektif yang dianggap mengikat seluruh gejala.

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan analisis domain, analisis taksonomi, dan analisis komponensial ditemukan lima fenomena yang merupakan “benang merah” temuan penelitian. Fenomena pertama yang dapat dianalisis adalah perilaku bisnis. Fenomena kedua yang dapat dianalisis adalah kekerabatan. Fenomena ketiga adalah pola konsumtif. Fenomena keempat adalah faktor penghambat Fenomena kelima adalah perilaku bisnis saat ini. Fenomena enam adalah perkembangan bisnis. Pembahasan terhadap keenam fenomena tersebut adalah sebagai berikut:

Perilaku Bisnis Orang Meybrat

Setelah dikemukakan beberapa karakteristik responden di atas, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan, umur, pendapatan, pola konsumsi dan perilaku produksi serta sosial budaya yang dimiliki masyarakat Meybrat merupakan faktor-faktor yang dominan peranannya dalam membentuk perilaku kewirausahaan masyarakat. Di samping itu, perilaku kewirausahaan Masyarakat juga turut dibentuk dengan banyaknya jumlah tanggungan keluarga, di mana rata-rata memiliki tanggungan keluarga yang cukup besar, sehingga mereka lebih banyak terdorong berusaha mencari nafkah untuk menutupi kebutuhan rumah tangganya dan kurang upaya untuk mengembangkan usahanya dengan cara melakukan pengembangan faktor-faktor produksi yang dapat menunjang peningkatan produktivitas dan pendapatan hasil usaha. Dengan demikian pada umumnya kebiasaan masyarakat untuk melakukan pesta besar-besaran yang membutuhkan dana besar merupakan suatu sikap yang terimplikasi pada perilaku kewirausahaan masyarakat. Untuk memahami bagaimana keterkaitan antara atribut-atribut faktor sosial budaya, kemampuan pengambilan keputusan, kemampuan inovasi, kemampuan pengambilan resiko, faktor produksi, distribusi, pola konsumsi serta faktor kelembagaan dan faktor ineternal dan eksternal

terhadap pembentukan perilaku kewirausahaan, dapat dilakukan pengelompokan, dan pengklasifikasian pendapat pengusaha kecil dan menengah masyarakat kedalam tiga kategori yaitu sangat mendukung sekali, sangat mendukung, netral, kurang mendukung dan kurang mendukung sekali. Hasil pengelompokan dan pengklasifikasian untuk masing-masing faktor sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

Sistim Kekerabatan

Setelah dilakukan telahan terhadap jawab responden memberi indikasi bahwa masyarakat masih terikat pada kebiasaan, pola hidup dan tingkah laku sosial budayanya, sehingga kurang mendukung terhadap pembentukan perilaku kewirausahaan dalam pengembangan bisnis masyarakat. Tanggung jawab sosial, menjadi faktor budaya utama yang kurang mendukung pembentukan perilaku kewirausahaan. Tanggung jawab sosial di sini dimaksudkan sebagai tanggung jawab seseorang di dalam keluarga terhadap semua kegiatan-kegiatan yang terjadi di dalam keluarga, baik yang bersifat vertikal maupun horisontal dan juga lingkungan masyarakatnya. Kewajiban terhadap tanggung jawab sosial tersebut menjadikan seseorang di dalam keluarga yang memiliki pekerjaan dan pendapatan yang baik dianggap sebagai aset keluarga. Masyarakat Meybrat masih memegang teguh hubungan keluarga (kekerabatan), baik secara vertikal maupun horisontal, baik terhadap keluarga kakek, nenek, maupun keluarga suami atau istri. Hubungan-hubungan tersebut menyebabkan pemanfaatan dari hasil usaha dipergunakan untuk kepentingan tersebut, dan kadang-kadang jumlah pengeluaran melampaui pendapatan yang diperoleh.

Perilaku masyarakat di dalam menghadapi semua kegiatan adat tersebut di atas, dipengaruhi oleh suatu nilai-nilai budaya dan norma-norma sosial yang hidup dalam lingkungan masyarakatnya. Budaya rasa malu dinilai tidak mampu, menjadi faktor pendorong yang sangat kuat di dalam melakukan tanggung jawab adat tersebut. Upaya menjaga harga diri dan martabat keluarga, kelompok dari penilaian tidak mampu, mendorong setiap orang didalam kelompok melakukan pengorbaban dalam bentuk uang maupun barang. Misalnya pembayaran denda atau maskawin; walaupun dalam jumlah yang besar dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat karena dorongan menjaga harga diri dan martabat keluarga/kelompok, atau rasa malu dinilai tidak mampu.

Pola Konsumtif

Hasil dalam penelitian ini, memberi indikasi bahwa perilaku (konsumtif) kurang mendukung terbentuknya perilaku kewirausahaan masyarakat. Untuk jelasnya hasil rangking dan klasifikasi tersebut menunjukkan perilaku kelompok dalam kegiatan penyelesaian masalah dan kegiatan sosial cenderung kurang mendukung atau tidak produktif. Hal ini dapat dilihat pada rangking satu atau klasifikasi kurang mendukung. Sedangkan pemanfaatan pendapatan dalam kegiatan ekonomi dapat dikatakan lebih rendah dibanding dengan akumulasi pemanfaatan pendapatan untuk kegiatan penyelesaian masalah dan kegiatan sosial ekonomi, hal ini menggambarkan bahwa masyarakat menggunakan kurang lebih pendapatan mereka untuk keperluan non konsumsi. Hal ini memberi indikasi bahwa masyarakat memiliki perilaku kewirausahaan yang masih rendah. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa potensi sosial budaya masyarakat sangat tergantung pada hasil pendapatan yang diperoleh dan jumlah tanggungan keluarga. Disamping itu terdapat pula suatu kebiasaan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, dimana semakin tinggi hasil pendapatan yang diperoleh semakin besar pengeluaran rumah tangganya, begitu pula halnya semakin banyak jumlah tanggungan keluarga semakin besar pula pengeluaran rumah tangga, terutama pada kebutuhan yang menjadi tanggung jawab sosial budaya (pesta-pesta adat, pembayaran maskawin dan denda). Dengan demikian penilaian bahwa satu sikap perilaku masyarakat, yang suka boros menggunakan pendapatan untuk hal-hal yang tidak produktif dapat diposisikan secara tepat. Dalam kaitannya dengan nilai sosial masyarakat yang masih kuat dipengaruhi oleh budaya, dan tradisi, bentuk penggunaan pendapatan seperti yang dijelaskan di atas merupakan kewajiban yang menjadi tanggung jawab sosial setiap anggota kelompok. Perilaku sosial seperti ini kurang mendukung kegiatan usaha bagi masyarakat, karena tidak adanya pemupukan modal usaha untuk pengembangan usaha.

Faktor Penghambat

Hasil dalam penelitian ini, memberi indikasi bahwa perilaku (konsumsi, investasi, pendidikan, dan kesehatan serta kebutuhan lainnya) kurang mendukung terbentuknya perilaku kewirausahaan masyarakat. Untuk jelasnya hasil klasifikasi dan pengelompokan tersebut menunjukkan perilaku masyarakat cenderung konsumtif dan tidak produktif. Hal ini dapat dilihat bahwa pemanfaatan pendapatan untuk investasi, kesehatan dan pendidikan dapat dikatakan lebih rendah dibanding dengan akumulasi pemanfaatan pendapatan mereka untuk keperluan non konsumsi. Hal tersebut diatas memberi indikasi bahwa masyarakat memiliki perilaku kewirausahaan yang masih rendah.

Kecenderungan penggunaan pendapatan pada konsumsi yang jauh lebih besar merupakan implikasi dari tanggung jawab sosial terhadap keluarga yang tetap dipegang teguh oleh orang Meybrat. Hubungan kekerabatan, keluarga secara vertikal dan horisontal dari kedua belah pihak suami dan isteri menyebabkan semakin luasnya tanggungan keluarga. Dikalangan masyarakat khususnya pada setiap keluarga rata-rata berkumpul selain keluarga inti, juga ditampung keluarga lainnya baik dari pihak suami maupun istri, dan rata-rata mencapai 8-10 orang. Dengan demikian penilaian bahwa satu sikap perilaku masyarakat, yang suka boros menggunakan pendapatan untuk hal-hal yang tidak produktif dapat diposisikan secara tepat dalam kaitannya dengan pola konsumsi kehidupan masyarakat yang masih kuat dipengaruhi oleh budaya, dan tradisi, bentuk penggunaan pendapatan seperti yang dijelaskan di atas merupakan kewajiban yang menjadi tanggung jawab sosial setiap anggota kelompok. Perilaku pola konsumsi seperti ini kurang mendukung kegiatan usaha bagi masyarakat Meybrat, karena tidak adanya pemupukan modal untuk pengembangan usaha.

Perilaku Bisnis Orang Meybrat Saat Ini

Dalam rangka mengidentifikasi tingkat perkembangan dan proses pembentukan serta tahapan perkembangan usaha yang dimulai dari inovasi, *trigering*, dan *implementation*. Ketiga tahapan ini merupakan masa inkubasi atau *embrio* dimulainya untuk usaha. Sedangkan *growth*, *maturity* dan *harvest* merupakan *entrepreneur process* yang menuju kepada *small business process*. Berdasarkan pada analisis perilaku wirausaha orang Meybrat, pada umumnya masih berada pada tahapan inovasi dan *trigering*, atau masih berada pada even *entrepreneur process*, dimana mereka secara alamiah memiliki jiwa *entrepreneurship* dimana mereka telah memulai kegiatan bisnis walaupun masih sangat sederhana dan tradisional.

Pada tahapan *inovation* dan *trigering* personal karakteristik dan *environment* (lingkungan) memegang peranan penting untuk pembentukkan perilaku kewirausahaan. Personal karakteristik disini mencakup *need for achievement*, *risk taking*, *personal values*. *Education* dan *experience* yang harus disuport dengan *environment* (lingkungan) bisnis yang kondusif. *Environment* tersebut mencakup *opportunities*, *role models* dan *creativity* yang memungkinkan untuk pengembangan usaha. Pada fase *trigering*, personal karakteristik yang diikuti dengan komitmen yang kuat dan dilain pihak dukungan *environment* bisnis yang kondusif yang mencakup peranan pemerintah dan penguasaan *resources* serta inkubator yang memungkinkan aktivitas bisnis dijalankan dengan baik. Dari profil usaha masyarakat yang telah dijelaskan, dimana kedua kondisi tersebut dirasakan masih sangat rendah.

Berkaitan dengan itu, maka di dalam upaya-upaya pengembangan perilaku kewirausahaan masyarakat yang masih terpenjara oleh kondisi lingkungan (*environment*) dan sosio cultural (*social behavior*) perlu dicermati dengan baik, dan diperlukan kesepahaman antara ekonom dan antropolog, serta psyholog, untuk mencari model yang tepat bagi pengembangan kewirausahaan masyarakat. Dalam kondisi masyarakat dengan sosio cultural yang beraneka ragam, maka pola pembinaan secara *cell groups* merupakan bentuk yang tepat, karena individu dikelompokkan sesuai bidang usaha, tingkatan/level yang dicapai, skala usaha dan tetap memperhatikan *social cultural constraint* pada masing-masing individu yang dibina.

Pengembangan Bisnis Orang Meybrat

Analisis selanjutnya diarahkan untuk melihat hubungan antara perilaku kewirausahaan dan pengembangan usaha masyarakat. Untuk melakukan analisis tersebut maka responden dikelompokkan berdasarkan kelompok usaha dagang Kios, usaha pertanian, usaha peternakan, usaha kelompok/bersama, usaha jasa, dan usaha industri. Berdasarkan hasil analisis, maka tingkat hubungan antara perilaku kewirausahaan dengan pengembangan bisnis masyarakat dapat memberi gambaran bahwa aktivitas sosial, dan potensi sosial masyarakat dapat dikatakan memiliki hubungan sangat lemah terhadap kinerja pengembangan bisnis masyarakat. Dengan kata lain, bilamana masyarakat masih memiliki tradisi budaya yang tinggi, maka perilaku kewirausahaan masyarakat berpengaruh secara negatif terhadap tingkat kemampuan pengembangan bisnis. Berdasarkan pada kondisi tersebut diatas, maka dapat dikatakan bahwa usaha masyarakat saat ini hanya bekerja berdasarkan komprominitas diantara mereka, untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kegiatan usaha dilakukan hanya untuk menyelamatkan dan memenuhi kebutuhan keluarga (*Safety First*), keselamatan dalam arti pemenuhan kebutuhan menjadi prioritas, dan bukan *business minded*. Sedangkan pada sisi keberanian mengambil risiko, maupun melakukan inovasi merupakan suatu proses uji coba yang tidak terlepas dari membuat kesalahan. Dengan demikian rendahnya kemampuan pengambilan resiko yang dihadapi usaha masyarakat juga merupakan refleksi dari azas dasar kepercayaan yang dianutnya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini telah memberikan kesimpulan terkait dengan dua kekuatan budaya sistem kekerabatan dan pola konsumtif orang Meybrat. Dua kekuatan itu, menurut analisis ternyata sangat berpengaruh dalam membangun perilaku bisnis di tengah masyarakat. Kenyataan itu dalam perkembangnya dua kekuatan budaya tersebut ternyata berpengaruh dalam pembentukan ekonomi

produktif masyarakat meliputi: (1). Usaha ekonomi produktif masyarakat Meybrat masih berada pada tahapan mencari bentuk (*inovasi, triggering*), dimana personal karakter (nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, pengambilan risiko, pengendalian intern,) serta faktor lingkungan (kesempatan/peluang, peran, dan kreativitas, kebijakan pemerintah) sangat dominan dan masih lemah; (2). Usaha produktif, termasuk kelompok usaha (mikro, kecil dan menengah), lebih berhasil dan berkembang secara baik pada tingkat individu dibandingkan dengan kelompok; (3). Faktor sistem kekerabatan dan pola konsumtif masyarakat meliputi : pembayaran maskawin, biaya pendidikan keluarga dan sanak saudara masih berpengaruh sangat kuat dalam pembentukan perilaku usaha ekonomi produktif orang Meybrat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djameluddin. 1995. *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar;
- Elmberg, J. E., 1955. *Fieldnotes on the Meybrat People in the Ajamaru District of the Bird's Head, Western New Guinea*. *Enthos* 20 : 2 – 102;
- Glaser, Nathan dan Daniel P. Moynihan (eds.). 1981. *Ethnicity, Theory and Experience*. Cambridge: Harvard University Press;
- Haviland, William A and R.G. Soekadijo. 1988. *Antropologi*. Jakarta : Penerbit Erlangga;
- Kamma, F. C. 1970. *A Spontaneous 'Capitalist' Revolution in the Western Vogelkop Area of West Irian, Anniversary Contributions to Anthropology: Twelve Essays*. Leiden : Brill, pp.132 – 142;
- Mansoben J.R, 1995. *Sistem Politik Tradisional di Irian Jaya*. Jakarta : LIPI-RUL;
- Moleong, Lexy J., 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remadja Rosdakarya,.
- Nandapurkar, Dr.G.G. 1982. *Small Farmers (A Study of their entrepreneurial behaviour)*. Metropolitan Book Co. (Pvt) Ltd.;
- Pouwer, J., 1957. *Het Vraagstuk van de Kain Timoer in het Meybratgebied*. *NGS* 1 : 229 – 319;
- Yin, Robert K. 2000. *Case Study Research: Design and Methods, Revised Edition*, Sage Publications, The International Professional Publisher, London.