

BAB IV

KELOMPOK DAN JARINGAN SOSIAL MIGRAN USAHAWAN: Antara Sosialisasi, Solidaritas dan Hubungan Kepentingan

4.1 Pengantar

Dalam pembahasan sebelumnya dinyatakan bahwa kompleksitas siasat menanggulangi persoalan dapat membentuk dan mempengaruhi relasi sosial. Tanpa disadari, siasat menanggulangi persoalan dilakukan dengan memperbanyak atau mendiversifikasi kegiatan yang bisa menambah penghasilan itu memunculkan bentuk-bentuk hubungan sosial. Pembahasan bab ini akan menggambarkan mengenai kategori-kategori kelompok yang ada. Penulis membuat kategori kelompok ke dalam dua golongan, yaitu kelompok usahawan yang bersifat formal dan yang informal. Kemudian dilanjutkan pembahasan mengenai hubungan-hubungan yang terjadi dalam lingkup kegiatan usaha. Dalam pembahasan mengenai kelompok dan jaringan sosial dan usaha akan dijelaskan mengenai proses pembentukan dan bagaimana bentuk maupun fungsi jaringan.

4.2 Kelompok-kelompok Usahawan

Kelompok-kelompok usahawan yang ada di Taiwan berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara tampaknya mengerucut pada kategorisasi kelompok yang bersifat formal dan informal. Di Taiwan ini, kelompok migran usahawan dapat diidentifikasi melalui hubungan-hubungan kerja yang terjadi dalam kegiatan usaha mereka serta sosialisasi yang mereka bangun. Dari hubungan dan proses sosialisasi ini kemudian terbentuk pola-pola jaringan kelompok. Untuk kelompok formal di sini di artikan sebagai kelompok yang memiliki sistem keorganisasian yang dapat mengatur setiap anggota kelompok tersebut, memiliki struktur organisasi disertai dengan segala bentuk hak dan kewajiban, dan mendapat bimbingan serta partisipasi dari lembaga formal seperti NGO atau Pemerintah (misalnya di dukung oleh Kantor Dagang Ekonomi Indonesia (KDEI) Taiwan). Ada tiga hal yang menjadi ciri khas kelompok formal; dia di bentuk oleh organisasi yang lebih besar dan berkementingan, terstruktur secara hirarkis yaitu terdapat penugasan kerja, dan perilaku anggotanya ditentukan mengikuti aturan organisasi. Kelompok formal yang akan di jelaskan dalam bab ini adalah mereka yang yang keanggotaannya tergabung dalam suatu wadah Asosiasi Pengusaha Indonesia Taiwan (APIT).

Sedangkan untuk kelompok informal adalah pekerja migran usahawan yang terdiri dari kelompok-kelompok kecil yang terbentuk dari relasi pertemanan antar usahawan. Kemunculan kelompok ini berawal dari proses sosialisasi dan intensitas pertemuan antar sesama usahawan dengan usahawan yang lain—yang bisa terjadi karena kedekatan lokasi tempat kerja atau tempat tinggal dan atau karena kesamaan etnis. Secara keorganisasian kelompok ini lebih bersifat terbuka dan di dalamnya tidak terdapat dukungan atau partisipasi bimbingan dari pihak-pihak yang terkait seperti lembaga NGO, Kantor KDEI atau APIT itu sendiri. Secara umum karakteristik kelompok informal dapat di bagi dalam tiga hal; struktur keanggotaan kelompok lebih beragam, terbentuk secara alamiah dalam lingkungan kerja atau pertemanan, dan muncul sebagai respon terhadap kebutuhan melakukan hubungan sosial, pergaulan dan solidaritas pertemanan.

4.2.1 Kelompok Formal

Identifikasi Permasalahan dan Pembentukan Asosiasi

Selama melakukan pengamatan terhadap kelompok ini, sejauh ini hanya terdapat satu asosiasi yang menanungi dan menjadi wadah dimana beberapa individu usahawan berkumpul dan berorganisasi. Dibandingkan dengan kelompok pekerja migran yang lain, asosiasi perkumpulan yang terdiri atas para pengusaha tidak sebanyak pekerja di sektor industri, pembantu rumah tangga atau tenaga kerja wanita. Apabila di kelompok pekerja migran ada kelompok yang membuat satu perkumpulan berdasarkan lingkungan tempat kerja, kesamaan daerah asal atau perkumpulan keagamaan, perkumpulan kelompok usahawan Indonesia ini tidak muncul. Namun seiring dengan dinamika persoalan yang muncul, gagasan untuk membentuk suatu perkumpulan mulai terwujud.

Dilihat dari latar belakang terbentuknya, asosiasi kelompok formal terbentuk di landasi oleh rasa kebutuhan yang mendesak yaitu untuk membangun suatu organisasi yang mewadahi seluruh pengusaha Indonesia yang ada di Taiwan. Persamaan sebagai usahawan, ketertarikan yang sama terhadap kebutuhan dan kepentingan yang mereka hadapi, serta minat terhadap bidang keorganisasian melatarbelakangi terbentuknya kelompok ini. Kelompok yang terdiri dari usahawan saat ini tergabung dalam suatu organisasi, yang ketika penelitian ini berlangsung bernama Asosiasi Pengusaha Indonesia Taiwan (APIT). Kelembagaan struktur organisasi APIT dibentuk pada tahun 2008 oleh segelintir usahawan yang peduli terhadap keberadaan dan permasalahan usaha orang Indonesia di Taiwan. Awalnya dimulai dari bincang-bincang antara beberapa usahawan dengan beberapa pejabat dari KDEI yang berlangsung secara informal—pada saat mengunjungi toko/warung mereka atau ketika

berlangsung acara kegiatan buruh migran di seputar Taiwan. Dari diskusi inilah ide untuk membentuk suatu keorganisasian migran usahawan Indonesia di Taiwan mulai terbentuk.

Gagasan pembentukan asosiasi ini muncul dari berbagai keluhan yang dilontarkan para usahawan toko/warung kepada para pihak terkait—seperti KDEI, NGO migran atau sesama usahawan yang lain. *Permasalahan pertama* yang sering di hadapi oleh para pengusaha terkait dengan keberadaan toko/warung mereka adalah permintaan untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan. Sebagaimana diketahui bahwa masyarakat migran Indonesia di Taiwan cukup banyak. Pada hari-hari penting kenegaraan atau perayaan agama sering sekali di adakan kegiatan yang di tujukan bagi seluruh kelompok pekerja migran. Hari penting tersebut di antaranya adalah, perayaan hari Kemerdekaan Indonesia, perayaan hari raya Idul Fitri, Natal atau hari Buruh Migran. Perayaan kegiatan tersebut dilakukan biasanya di organisasikan oleh pihak KDEI atau salah satu toko yang sudah cukup besar. Yang menjadi persoalan adalah seringkali mereka (para usahawan toko yang lain) diminta untuk terlibat dalam kegiatan tersebut namun terkadang justru karena jaringan informasi yang buruk menyebabkan acara (*event*) yang digelar berjalan selalu tidak dalam koordinasi dengan baik. Hal ini terkait dengan masalah informasi yang tidak terkondisikan. Misalnya saja, acara akan di gelar pada suatu tanggal tertentu namun informasi yang diberikan hanya sesaat sebelum pelaksanaan atau pemberitahuan beberapa hari sebelumnya. Masalah lain misalnya kegiatan penting berhubungan dengan acara kenegaraan yang memerlukan kehadiran dari usahawan untuk memberikan pandangan atau hadir dalam suatu acara. Sering kali pemberitahuan materi dan permintaan kesediaan terlambat di informasikan karena tidak memiliki jalur koordinasi dengan keberadaan para usahawan toko/warung Indonesia ini. Akibat dari rendahnya koordinasi partisipasi yang digarapkan tidak dapat maksimal terpenuhi.

Permasalahan kedua, terkait dengan kejadian buruk yang menimpa pekerja migran Indonesia di Taiwan. Ada satu hal yang menarik bahwa, kadangkala bila ada permasalahan yang menimpa pekerja migran—sebut saja perkelahian antar pekerja, tawuran antar pekerja hingga konflik yang terjadi di antara sesama pengusaha, melibatkan toko/warung yang ada. Kejadian ini tentu saja melibatkan si pemilik toko. Kejadian perkelahian atau tawuran pekerja migran, misalnya, karena kejadiannya berdekatan dengan toko/warung, pihak kepolisian Taiwan melakukan inspeksi pada tempat usaha mereka dan menanyakan apakah tempat usaha mereka memiliki ijin atau menjadi bagian dari suatu perkumpulan usaha. Kepolisian kerap mengidentifikasi keberadaan usaha dari cabang usaha milik perkumpulan tertentu yang memiliki kredibilitas baik atau justru sering mengundang banyak masalah. Hal ini tentu saja mengganggu karena secara umum usahawan Indonesia jarang yang terlibat masalah.

Permasalahan ketiga, hal yang sering menjadi masalah klasik suatu kelompok, adalah tidak adanya organisasi yang mewadahi keberadaan kelompok usahawan. Suatu pengorganisasian dalam arti membentuk suatu wadah perkumpulan bagi kelompok usahawan yang mengayomi para pebisnis toko/warung dalam aktifitas usaha dan dari segi hubungan sosial kemasyarakatan, belum dilakukan. Untuk berbagai permasalahan tersebut, usulan untuk membentuk suatu wadah perkumpulan bagi para usahawan ini muncul. Pembentukan ini seiring pula dengan semakin banyaknya kegiatan pekerja migran internasional yang tidak hanya melibatkan pekerja migran Indonesia saja namun pekerja migran dari negara-negara lain di Taiwan.

Dari berbagai usulan, masukan dan keinginan dari para usahawan tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan pembentukan perwakilan dari pengelola toko/warung dan disertai tugas untuk melakukan pertemuan dan diskusi dengan pihak pemerintah Indonesia di Taiwan yang menaungi permasalahan tenaga kerja, yang saat itu (tahun 2008) di kepalai oleh Bapak Pangkuh. Hasil dari pertemuan dan diskusi yang masih bersifat informal tersebut menghasilkan gagasan membentuk suatu asosiasi bagi para usahawan untuk seluruh wilayah Taiwan. Pada saat merayakan hari raya kemerdekaan Agustus tahun 2008, perwakilan para usahawan diundang hadir dan kemudian melakukan pertemuan dengan Kepala KDEI Taiwan Bapak Suhartono (sampai saat ini masih menjabat sebagai kepala (KDEI). Perwakilan pengusaha dan KDEI menyampaikan gagasan untuk membentuk suatu asosiasi para usahawan Indonesia di Taiwan. Beberapa ide lain yang disampaikan dalam pertemuan tersebut selain pembentukan asosiasi adalah seputar persahabatan dan membangun jaringan seluruh usahawan toko Indonesia di Taiwan. Kepala KDEI Taipei bersedia untuk mewadahi pembentukan asosiasi ini dan menyarankan selayaknya sebagai suatu organisasi formal, pembentukan asosiasi diperlukan struktur (mekanisme atau sistem) yang mengatur berbagai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh anggotanya. Saran selanjutnya adalah membuat secara formal aturan yang mengatur tujuan dari asosiasi dan berbagai hak dan kewajiban yang berlaku bagi para anggotanya.

Dari penuturan Bapak Yohanes dan Dede—dua orang usahawan Toko Indonesia yang cukup sukses dan kini menjadi pengelola organisasi APIT—upaya pembentukan asosiasi usahawan ini sebenarnya didasari oleh kepentingan umum dan kepentingan khusus. Secara umum pembentukan Asosiasi Pengusaha Toko Indonesia di Taiwan (APIT) merupakan sarana pemersatu warga Indonesia khususnya yang kelompok usahawan yang menjalankan bisnisnya di Taiwan ke dalam satu wadah tunggal, yaitu APIT. Dalam wawancara yang dilakukan di Toko Indojaya milik Dede, selama kurun waktu tahun 2000-2008 dunia usaha milik orang

Indonesia berkembang cukup pesat dengan hadirnya berbagai toko dan warung Indonesia di seluruh Taiwan. Seharusnya perkembangan ini diikuti dengan kesadaran yang tinggi untuk ikut berpartisipasi dan menyumbangkan darma baktinya bagi pengembangan persatuan kehidupan migran Indonesia di Taiwan. Maka para pengusaha toko Indonesia di Taiwan juga di harapkan peranannya dalam membangun masyarakat Indonesia khususnya melalui kegiatan bisnis yang dilakukan dengan mendirikan usaha toko atau warung Indonesia. Tujuan umum lain didirikannya asosiasi ini adalah untuk menjalin persahabatan antara pengusaha toko Indonesia di Taiwan, sebagai duta bangsa di tiap kota di Taiwan yang diharapkan dapat menjaga martabat bangsa, dan memberikan *image* yang positif tentang Indonesia bagi masyarakat Taiwan. Selain itu turut ambil bagian secara aktif dalam menyukkseskan kegiatan-kegiatan warga Indonesia, dan mempromosikan Indonesia sebagai tujuan wisata bagi masyarakat Taiwan.

Sedangkan secara khusus pembentukan APIT adalah sebagai wadah tempat berhimpunnya segala informasi bagi para pengusaha toko Indonesia di seluruh Taiwan, jadi nantinya bukan hanya sebagai wadah berkumpulnya para usahawan, namun di harapkan juga nantinya dapat membantu para usahawan toko dalam meningkatkan usaha mereka ke dalam jenis kegiatan usaha yang lebih besar. Pada dasarnya tujuan khusus ini di desain untuk membungkus kepentingan yang diinginkan oleh beberapa anngotanya. Dengan adanya suatu wadah asosiasi, sebenarnya akan lebih mudah bagi pengusaha untuk membuka peluang yang lebih besar bagi produk-produk Indonesia, agar dapat masuk ke pasar Taiwan secara menyeluruh tanpa melalui agen distributor milik orangTaiwan, seperti yang berlangsung hingga sekarang ini¹. Oleh karena itu pembentukan organisasi ini perlu diakui, disyahkan dan

¹ Saat ini ada dua mekanisme dalam hal pengiriman barang dari Indonesia ke Taiwan. Yang pertama adalah melalui jalur pengiriman biasa, artinya permintaan pengiriman barang dilakukan secara langsung oleh si usahawan. Usahawan meminta pihak dari Indonesia (bisa dilakukan oleh kerabat maupun oleh distributor barang) kemudian barang di kirim melalui kapal atau pesawat. Namun cara pertama ini memiliki banyak kendala karena dibatasi oleh jumlah barang yang dapat di kirim. Misalnya saja untuk satu kali pengiriman di batasi oleh berat dan besarnya kardus pengiriman, paling banyak hingga 50 kg. Selain itu biaya pengiriman juga tergolong mahal bisa 1 juta hingga 2 juta dan tergantung dengan jenis barang yang dikirim serta waktu pengiriman yang tergolong cukup lama. Sedangkan mekanisme ke dua adalah melalui distributor yang telah ditunjuk oleh pemerintah melalui departemen perdagangan Taiwan. Jumlah barang yang dikirm bisa tidak terbatas dan bisa melingkupi jenis barang apa saja. Namun kendala yang di hadapi adalah permintaan barang selalu harus di sertai dengan stiker bebas pajak yang di keluarkan menurut item barang satu persatu. Kendala dari mekanisme ini, selain usahawan harus membuat suatu daftar list barang yang di minta satu per satu, barang yang diminta juga akan di periksa satu persatu. Kecuali barang yang berasal dari Taiwan, barang dari luar negeri seringkali harus melewati pemeriksaan yang ketat. Memang sejauh ini tidak ada kendala waktu dalam permintaan barang,karena pihak Taiwan telah memiliki pegawai yang melakukan seleksi. Namun dari segi efektifitas dan harga juga akan lebh baik bila mekanisme pengiriman barang dapat dilakukan sendiri oleh usahawan Indonesia. Dengan menguasai arena pengiriman barang tentu saja banyak manfaat yang dapat di raih, selain selisih keuntungan nanti yang di dapat dari permintaan barang yang dilakukan oleh usahawan lain. Jumlah item barang dapat di perbanyak dan distribusi juga akan semakin mudah yang tidak hanya dijual pada toko

dilegitimasi secara legal, dan juga disahkan sebagai mitra KDEI Taiwan dalam mengatur, membina, mengembangkan hal-hal yang berkaitan dengan peningkatan kegiatan usaha antar pihak Indonesia dan Taiwan. Hal ini berarti bahwa APIT selanjutnya dapat digunakan sebagai sarana bagi pengembangan usaha bagi para anggotanya.

Organisasi dan Kegiatan

APIT didirikan untuk waktu yang tidak ditentukan dan berkedudukan di ibukota Taiwan (Taipei). Visi APIT adalah menjadikan toko Indonesia sebagai tempat utama untuk memasarkan produk Indonesia di Taiwan. Untuk mencapai tujuannya itu APIT mempunyai misi dan melakukan usaha, yaitu: menjadikan satu-satunya wadah bagi pengusaha toko Indonesia di Taiwan serta senantiasa memberi dukungan terhadap pengembangan usaha-usaha toko Indonesia di Taiwan; menjadikan APIT sebagai organisasi yang bermanfaat bagi pengembangan produk Indonesia dalam segala aspek positif yang terkait kepadanya; menjadi jembatan antara pengusaha toko Indonesia dengan Kepala KDEI Taipei menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan registrasi / perizinan / legalitas, dan lain-lain; bekerjasama dengan instansi pemerintah terkait seperti: KDEI Taiwan dalam rangka memperkenalkan dan memasarkan produk Indonesia di pasar domestik maupun pasar global; mengembangkan budaya memakai produk Indonesia di kalangan orang Indonesia maupun orang Taiwan, agar produk Indonesia makin dikenal luas di Taiwan.

Untuk mengatur masalah keanggotaan APIT, para pengurusnya menyusun siapa saja yang bisa masuk menjadi anggota. Yang dapat diterima menjadi anggota adalah siapa saja pengusaha toko Indonesia, baik berbadan hukum maupun perorangan yang berkedudukan di Taiwan. Sedangkan untuk kepengurusan APIT semua usahawan dapat diterima menjadi pengurus melalui mekanisme pemilihan dalam rapat anggota APIT. Hak dan kewajiban anggota antara lain anggota dan pengurus berhak memilih dan terpilih menjadi pimpinan organisasi sepanjang mempunyai bisnis toko Indonesia di Taiwan; memperoleh pembelaan dari organisasi; mengeluarkan pendapat dan saran kemudian anggota dan pengurus berkewajiban menjunjung tinggi dan menjaga nama serta kehormatan organisasi; melaksanakan dan mentaati Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga; melaksanakan program-program organisasi.

Selanjutnya mengenai masalah keanggotaan dan kepengurusan, mereka dapat dibebaskan tugas, baik seterusnya maupun sementara oleh rapat pengurus pleno yang bersangkutan,

Indonesia saja namun akan dapat merambah pada toko milik orang Taiwan lainnya. Atas dasar pertimbangan inilah mengapa asosiasi perkumpulan usahawan ini mendapat tempat untuk di perjuangkan.

karena beberapa hal: mendapat tugas dari negara/dinas, atau hal-hal yang menyebabkan yang bersangkutan tidak dapat aktif; dianggap menghambat pelaksanaan, perkembangan organisasi, dan melalaikan tugas kewajibannya; meninggal dunia; mengundurkan diri atas permintaan sendiri; melanggar disiplin organisasi atau menodai nama dan kehormatan organisasi.

Setelah semua persyaratan formal dipenuhi oleh pengurus dan anggota, selanjutnya dilakukan peresmian organisasi APIT yang dilakukan di kantor KDEI yang dihadiri oleh seluruh anggota dan pejabat berwenang. Secara resmi APIT terbentuk pada tanggal 4 September 2008 dengan Kepala KDEI di Taipei sebagai pelindung organisasi. Pada saat diresmikan jumlah anggota yang masuk dalam organisasi APIT berjumlah 33 orang usahawan yang paling banyak terdiri dari usahawan yang berasal dari kota Taipei. Menurut penuruan ketua APIT saat itu, Bapak Dede, sementara ini pengorganisasian baru dilakukan pada lingkup kota Taipei dan sekitarnya, ini untuk keperluan konsolidasi para anggota dan penguatan kelembagaan. Pada perkembangan selanjutnya terlebih dahulu di bentuk koordinator organisasi yang akan membantu tugas-tugas APIT di berbagai wilayah (utara, tengah dan selatan) dan kota-kota di Taiwan. Selanjutnya tugas para koordinator adalah melakukan sosialisasi organisasi dan merekrut sebanyak mungkin anggota agar dapat tergabung dalam wadah asosiasi ini. Selama masa penelitian berlangsung tahap perkembangan APIT yang terjadi baru sebatas konsolidasi organisasi dan sosialisasi.

Dalam kegiatan keseharian mereka, usahawan yang tergabung dalam organisasi APIT ini sering bertemu dan berkumpul biasanya dalam suasana rapat, namun sering juga tidak dalam keadaan formal. Ajang untuk kumpul atau melakukan rapat juga bebas di toko mana saja yang bersedia memberikan pelayan tempat. Kegiatan ini sering dilakukan terutama pada hari-hari biasa (karena para hari Sabtu atau Minggu justru toko atau warung akan selalu ramai oleh pelanggan buruh migran Indonesia), hal ini berlangsung terutama pada awal-awal pembentukan. Pertemuan dilakukan oleh para anggota kelompok karena mereka memiliki banyak keperluan untuk mengurus berbagai hal seperti rapat atau menyiapkan kegiatan tertentu (kunjungan wilayah) maupun melakukan pertemuan dengan anggota usahawan yang lain yang diundang dalam rapat. Hingga penelitian ini berlangsung, basis ruang kesekretariatan APIT masih dilakukan di Toko Indojoya milik ketua APIT, Dede yang berada di pusat kota Taipei. Pemilihan toko ini dikarenakan pertimbangan akses dimana tempat ini mudah dikunjungi oleh anggota yang lain.

Ciri yang paling menonjol keanggotaan usahawan yang tergabung dalam asosiasi ini adalah karakter usaha yang bisa dikatakan sudah cukup mapan. Dari 30an anggota yang tergabung menjadi anggota pada awal pembentukan APIT, sebagian besar diantaranya sudah

saling mengenal dan sudah memiliki usaha toko atau warung cukup lama, rata-rata mereka sudah menjalankan usaha yang dirintis sejak tahun 2000-an. Oleh karena itu dari sisi keadaan toko dapat dikatakan sudah mapan. Dari sisi kebiasaan pertemuan yang dilakukan, sebagian besar anggota APIT sudah sering bertemu dan beberapa kali melakukan kegiatan bersama. Bagi mereka yang kebetulan beragama sama misalnya, mereka sering bertemu dan berkumpul satu group setelah perkumpulan doa atau selesai mengikuti doa di gereja. Begitupun halnya dengan yang beragama Islam yang memiliki kebiasaan berkumpul rutin setelah dilakukan sholat Jumat di Mesjid. Para migran usahawan ini sering bertemu, berkumpul dan ngobrol-ngobrol di ruangan atau halaman Gereja/Mesjid. Letak Gereja/Mesjid yang kebetulan sekali lokasinya saling berdekatan membuat ajang kumpul-kumpul ini semakin intens. Padahal pada awalnya kegiatan ini dilakukan hanya untuk sekedar ‘mampir’ atau untuk bertemu dengan teman lain karena ada satu keperluan tertentu. Namun kebiasaan ini menjadi sering dilakukan terutama oleh para anggota kelompok APIT terutama sekali karena mereka memiliki banyak keperluan yang berkaitan dengan ‘urusan’ toko atau warung. Anggota kelompok lain yang bukan dari lingkungan keagamaanpun sama demikian, misalnya beberapa usahawan yang memiliki toko di daerah Taoyuan, terutama usahawan ‘lama’ yang telah merintis usaha mereka sejak tahun 1998an, rata-rata sudah saling mengenal satu sama lain dan sering melakukan kontak. Hal ini terjadi karena dulu belum begitu banyak usahawan yang melakukan bisnis sehingga mereka lebih dapat mengenal satu usahawan dengan usahawan yang lain.

4.2.2 Kelompok Informal

Identifikasi Kelompok

Selain kelompok formal yang telah tergabung dalam satu wadah asosiasi usahawan, ada pula kelompok lain yang penulis katakan kelompok informal. Jumlah kelompok usahawan ini cukup banyak karena masing-masing kelompok pertemanan berasal dari satu daerah yang sama sewaktu di Indonesia atau berasal dari sekolah yang sama ketika mereka sedang belajar bahasa Mandarin. Kelompok usahawan informal yang cukup populer di Taiwan di antaranya adalah ‘grup Kalimantan’, kemudian kelompok usahawan yang berasal dari istri-istri pria Taiwan, ‘grup Medan’, ‘grup Surabaya’ serta kelompok usahawan yang anggota-anggotanya berasal sebagai mantan buruh migran atau agen buruh migran. Rata-rata keanggotaan kelompok ini ada yang mengatasnamakan kedaerahan maupun kesamaan etnis. Kelompok ini sifatnya lebih cair, dimana keberadaan kelompok mereka tidak memiliki ruangan kesekretariatan sendiri seperti yang dimiliki oleh kelompok formal. Kelompok

mereka sering mempergunakan ruang-ruang publik yang ada (sekolah, taman, café, tempat bilyar atau rumah sewa mereka) sebagai sarana untuk tempat bertemu sesama anggota kelompok. Dari sisi keanggotaanpun tidak terbatas pada satu jenis kelamin, ada yang perempuan dan laki-laki.

Selain kelompok yang disebutkan di atas, ada pula kelompok usahawan lain yaitu ‘geng nongkrong’. Sesuai dengan namanya kelompok ini memiliki kebiasaan ‘bersantai-santai sambil nongkrong’ dan melakukan aktivitas yang tidak terlalu serius. Kelompok ini merupakan grup pertemanan yang seperti yang telah disebutkan di atas memiliki suatu kebiasaan sering ‘nongkrong’ atau berkumpul bersama yang tidak dapat ditentukan dimana mereka akan melakukan aktivitas tersebut. Tempat yang biasa dijadikan ajang berkumpul biasanya di kantin universitas, taman kota, café, tempat bilyar atau rumah sewa mereka untuk sekedar menghabiskan waktu sehabis pulang kerja sambil berbincang-bincang sesuai dengan keperluan masing-masing. Tempat-tempat tersebut menjadi pilihan, karena dianggap cukup netral dan bebas untuk dikunjungi. Yang sudah pasti tempat yang bisa dijadikan sebagai tempat nongkrong bersama adalah dekat tempat kerja dan serta mudah di akses. Dari sisi keanggotaanyapun lebih membaaur dan cair dengan usahawan yang lain, dengan mahasiswa Indonesia atau dengan buruh migran Indonesia sehingga jumlah keanggotaanya jauh lebih banyak. Keanggotaan mereka bisa berjumlah antara 7 hingga 10 orang, dan mereka bisa bebas bergaul dengan siapa saja.

Sebagai catatan di Taiwan khususnya di Taipei city, orang Indonesia yang beretnis ‘keturunan Tionghoa’ dapat dibagi menjadi 4 kelompok. *Pertama*, yakni kelompok berjudi, dan pemabuk (mayoritas adalah pemuda Hakka & Tiao Ciu Kalimantan, dan Jakarta. Hanya sebagian kecil pemuda yang berasal dari Sumatera, maupun Surabaya). Yang *kedua*, kelompok orang yang rajin belajar, dan bekerja (mayoritas adalah pemuda Hakka - Tiao Ciu Jakarta & Kalimantan, pemuda-pemudi Hokkian Surabaya, Hokkian Medan, juga Tionghoa lainnya dari kota besar, seperti Semarang, Bandung, dsb), yang *ketiga*, adalah kelompok ‘tua’ & para pengantin asing yang sudah lama tinggal di Taiwan, dan memiliki KTP Taiwan). Yang *terakhir* adalah kelompok ‘suku’, yakni orang-orang yang suka berkelompok berdasarkan etnisitas, maupun kota. Sejauh yang saya tahu, baru ada kelompok orang Hakka, dan kelompok orang Surabaya. Menurut pengamatan saya, selain kelompok IOCA yang sudah ‘dewasa’, terorganisir dan bisa saling bantu, kelompok lainnya masih ‘mentah’. Kelompok – kelompok orang Tionghoa lainnya tersebut kurang kompak. Hal ini terbukti ketika banyak anggota saling melaporkan ke polisi ketika di antara mereka ada yang berselisih paham atau membuat salah satu anggota menjadi tersinggung perasaannya. Maksudnya, banyak di antara

mereka akan melaporkan temannya yang bekerja 'ilegal' supaya segera dipulangkan ke Indonesia, dan si pelapor akan 'puas' dan mendapatkan imbalan sejumlah uang dari polisi.

Pembentukan dan Proses Sosialisasi

Pada kelompok informal, bisa dikatakan terbentuk kelompok ini dikarenakan adanya satu kesenangan atau hobi yang sama, salah satunya adalah kelompok yang terdiri dari beberapa usahawan yang menyukai kegiatan olahraga seperti bulu tangkis, sepakbola, volley, bermain bilyar dan basket. Lebih banyak terbentuknya kelompok informal secara tidak sengaja, misalnya, karena kebetulan sama-sama berasal dari daerah yang sama kemudian bertemu lantas berteman dan sering main bersama. Adapula yang terbentuk dimana dulunya sama-sama pelajar yang belum saling mengenal namun karena sama-sama ikut 'nimbrung' pada suatu kesempatan nongkrong bersama yang kemudian menjadi satu kelompok pertemanan. Sifat kesamaan terhadap jenis kegiatan yang diikuti dan minat terhadap bidang kegiatan tertentu adalah faktor lain pembentukan kelompok informal. Misalnya karena memiliki minat terhadap kegiatan gereja. Didasari oleh ketertarikan yang sama terhadap kegiatan sehingga menjadi tertarik untuk ikut dalam kegiatan yang ada gereja (persekutuan). Pertama-tama karena karena ikut dalam kegiatan dan melihat contoh yang ditampilkan oleh para pendahulu mereka sehingga mereka menjadi tertarik bergabung.

Identifikasi maupun imitasi dari contoh yang ditampilkan oleh orang lain merupakan salah satu bentuk ketertarikan untuk mengikuti kegiatan yang ada di lingkungan mereka bekerja/tinggal. Hal lain yang menumbuhkan minat terhadap untuk bergabung selain identifikasi dan imitasi adalah popularitas yang muncul karena mengikuti kegiatan yang dilakukan. Usahawan yang mengikuti kegiatan olah raga, misalnya, di karenakan rasa gengsi yang cukup tinggi dan dapat dikenal luas oleh usahawan lain atau migran lain sehingga bila ikut bergabung tentu saja akan dikenal dan tentu saja mendapat popularitas. Anggota kelompok nongkrong juga memiliki semangat yang sama, diilhami oleh pandangan bahwa kelompok ini bercirikan orang yang kuat-kuat dan pemberani disamping sikap acuh tak acuh yang kadang diperlihatkan oleh anggota kelompok ini. Pada kelompok jemaat gereja (persekutuan), kecenderungan menyukai hal-hal yang menyangkut rohani keagamaan daripada aspek popularitas atau hura-hura saja.

Salah satu contoh kelompok informal yang cukup populer adalah kelompok "grup Kalimantan". Grup ini keanggotaan maupun jumlahnya terbilang cukup banyak. Kelompok Kalimantan untuk ukuran kota Taipei dapat dikatakan cukup populer. Kepopuleran mereka di kalangan para usahawan maupun mahasiswa dan pekerja Indonesia di Taiwan tak ada yang

menandingi. Kepopuleran lain adalah kelompok ini terkenal juga dengan kebiasaan berjudi yang sering mereka lakukan. Sembari menjalankan kegiatan berkumpul bersama yang dilakukan terkadang di antara anggota melakukan “selingan” dengan bermain judi atau bertaruhan. Taruhan yang dilakukan biasanya dilakukan dalam pertandingan olah raga, misalnya ketika bermain bilyar atau melakukan pertandingan bola volley atau sepakbola. Siapa yang kalah dalam pertandingan dia harus membayar pada yang menang. Besarnya taruhan pun bervariasi, dari NTD 100 hingga NTD 1000. Cukup besar bila di kurs kan ke dalam rupiah saat ini yang berkisar sekitar Rp. 300an.

Kelompok ini terbentuk dari gabungan orang-orang yang berasal dari Kalimantan, terutama Pontianak dan Singkawang. Salah satu kawasan yang menjadi daerah ‘jajahan’ mereka adalah Pasar Malam Shi Da. Kompleks Pasar Malam Shi Da sangat populer bagi warga migran Indonesia di Taipei. Letaknya yang berdekatan dengan kampus National Taiwan Normal University yang juga merupakan daerah tempat kos mahasiswa Indonesia. Di wilayah ini banyak akan banyak ditemukan usahawan maupun mahasiswa yang menyambi kerja, dan tentu saja orang-orang yang banyak melakukan kegiatan tersebut adalah anggota yang berasal dari Kalimantan. Secara singkat, cerita mengenai terbentuknya kelompok kalimantan dapat dilihat dari uraian hasil wawancara dengan beberapa anggota kelompok yang dilakukan penulis ketika sedang bermain bilyar bersama mereka, jumlah mereka ada sembilan orang.

“Acuy kenal Joni sudah sedari SMP, temenan gitu. Marisha kenal Yulia dari Aci kawan sekelas bahasa Mandarin sewaktu belajar di kampus Shida sedang Awie dan Huang juga emang asalnya sama-sama satu kampung di Pontianak, yang dua lagi juga udah temenan karena satu kampung dan satu sekolah waktu kursus bahasa Mandarin. Awalnya kita belum terlalu deketan, sekedar tau-tau aja, awal kedekatan kita dimulai sejak kita-kita sering ketemuan bareng ngga sengaja, pas makan atau ketemu di sekolah. Ada satu kejadian gara-gara Yulia mau jadian sama Joni, terus temennya Joni dan teman Yulia jadi saling kenal, selanjutnya ya kemudian sering jalan bareng kemudian cerita-cerita dan curhat-curhatan gitu. Acuy dan Joni jadi kenal dengan temen-temen Aci, Yulia dan Marietha, lama-lama jadi sobatan gitu! Kejadian lain mantannya Aci (si Awie) pernah dapat kerjaan *part time* dari informasi yang diberikan Acuy di restoraan milik orang Taiwan, sehingga teman-teman kelompoknya Aci dan Marisha kenal dengan kelompoknya Acuy dan Joni, jadinya kenal juga sama Awie dan temannya Huang yang dari awal sudah sering main bareng. Awie dan Huang itu sekarang kerja jualan barang elektronik, dulu pernah kerja sama perusahaan orang Taiwan, kenal dekat gara-gara suka makan di restoran Borneo milik Acuy dan suka main bilyar jadi sering ketemu juga. Sampai sekarang kita sering kumpul-kumpul bareng sambil olahraga. Grup kita bisa dibilang terbentuk karena kenal terus sering jalan bareng”.

Tidak hanya dari perkenalan yang tidak sengaja, terbentuknya anggota suatu kelompok di dasari oleh urusan pekerjaan. Awie dan Huang terkadang menjadi *supplier* barang elektronik seperti *handpone* bila ada yang membutuhkan atau kadang mensuplai kebutuhan *voucer handphone* di restoran Borneo karena Acuy. Acuy yang walaupun usaha bisnis yang dilakukan adalah restoran namun juga kadang nyambi jualan vocer untuk pelanggan-pelangan restorannya. Namun diluar kegiatan bisnis yang dilakukan, sebenarnya kelompok ini mempunyai satu kesamaan dan ketertarikan. Kesamaan yang pertama adalah karena berasal dari kelompok etnis yang sama (orang Khek) dan berasal dari daerah yang sama pula yaitu Kalimantan. Ketertarikan pada hal-hal yang tidak terlalu serius, kemungkinan karena mereka sudah lelah bekerja seharian dan lebih menyukai jenis kegiatan yang sifatnya menyenangkan hati, '*kai wanxiao 開玩笑*' dalam bahasa mereka yang artinya ngobrol-ngobrol sambil becanda melepas kelelahan. Hal-hal yang sifatnya pembentukan organisasi formal atau serius seperti membangun kelompok asosiasi usahawan asal Kalimantan tidak 'diinginkan' secara serius dan mendalam oleh anggota kelompok ini. Hal seperti ini yang dituturkan melalui obrolan dengan Acuy mengenai kelompok pertemanan mereka:

“awal ketertarikannya dengan temen-temen tuh pada dasarnya karena kita sama-sama susah kerja, kumpul-kumpul kali aja ada yang bisa saling bantu. Kami datang ke Taiwan memang untuk cari kerja karena kita semua ini miskin gitu lho, rumah Joni di kampung lebih mirip barak. Penerangan menggunakan pelita minyak tanah. Ukurannya hanya 4x6 meter. Dinding dan lantainya, dari papan. Atapnya dari daun nipah. Ya kumpul-kumpul untuk saling bantu teman. Selain itu kita ngumpul-ngumpul memang untuk cari senang, biar ngga stress dengan kerjaan atau urusan di kampung, apalagi kalau lagi *bete*, yah...perlu suasana senenglah gitu. Judi itu sudah biasa di kampung kita, untuk ngeramein suasana aja, ngga gede-gede kok taruhannya itu kalau ada duit. Jadi ngapain kita terlalu ngomongin hal-hal yang serius, ngomongin kerjaan aja terus, khan juga *garing*. Kita khan anak muda, seneng sama yang asik-asik, nyantai gitu, bercandalah!”

Sedangkan pada kelompok yang menyenangi minat pada kegiatan keagamaan, kegiatan yang dilakukan dapat dikatakan berkaitan erat dengan waktu luang yang dimiliki oleh usahawan setelah usai menjalankan usaha. Waktu luang ini biasanya digunakan mengikuti kegiatan kreatif dan bermanfaat yang dilakukan bersama dengan teman-teman mereka. Anggota kelompok dalam mengisi kegiatan waktu luang mereka biasanya melakukan jenis kegiatan diskusi keagamaan, persekutian bersama maupun dalam penerbitan buletin intern yang dikelola anggota. Sementara itu pada kelompok usahawan yang masuk dalam

kategori 'santai' menunjukkan perilaku kegiatan mulai dari nonton film bersama, jalan-jalan, berkegiatan, saling menelepon, bahkan makan dan minum pun dilakukan bersama.

Solidaritas Berlapis Antar Anggota

Salah satu ciri dari kelompok informal ini, adalah keluwesan dan kebebasan dalam berhubungan. Mungkin ada peraturan yang tidak tertulis yang dipahami bersama oleh anggota yang lain yang ingin bergabung atau ingin dapat bersama-sama dengan mereka, salah satunya adalah menjaga sikap, '*nggak rese*', yang dapat diartikan bahwa harus bertindak sesuai dengan norma atau aturan yang berlaku dikelompoknya. Salah satu bentuk aturan tidak tertulis yang ditemukan selama masa penelitian, adalah kelompok informal kurang menyenangi mereka yang suka melaporkan ke polisi ketika di antara mereka ada yang berselisih paham atau membuat salah satu anggota menjadi tersinggung perasaannya. Seperti yang ditulis pada bagian sebelumnya, banyak juga orang-orang Indonesia yang suka melaporkan temannya yang bekerja 'ilegal' supaya segera dipulangkan ke Indonesia, dan si pelapor akan 'puas' dan mendapatkan imbalan sejumlah uang dari polisi.

Pengamatan yang dilakukan terhadap kelompok ini antara lain sikap solidaritas yang muncul di antara sesama anggota kelompok. Hasil pengamatan memperlihatkan bahwa jalinan solidaritas antar anggota kelompok terjadi baik pada saat anggota kelompok memberikan informasi peluang usaha dan perkembangan dunia usaha di Taipei kepada anggota yang lain. Biasanya informasi seperti ini akan di sebarkan dari mulut ke mulut kepada teman, saudara, atau tetangga yang lain yang membutuhkan. Solidaritas yang lebih dekat lagi, solidaritas muncul ketika membantu anggota kelompok yang lain mencari tempat usaha yang strategis, membantu permodalan, penyediaan barang dan kebutuhan toko.

Kesediaan para anggota untuk secara rela mematuhi aturan pembagian kerja yang ada di dalam kelompok tersebut. Pembagian kerja dalam kelompok usahawan toko orang Kalimantan di Taipei merupakan kesepakatan tidak tertulis bersama antara anggota kelompok. Biasanya, usahawan toko yang telah besar atau sudah mandiri secara otomatis menjadi ketua kelompok dan mempunyai anggota sebanyak empat sampai dengan delapan usahawan toko semi mandiri dan atau non mandiri. Ketua kelompok biasanya memiliki informasi yang memadai untuk mencari jenis bahan makanan atau barang yang dapat dijual sendiri maupun akan dijual oleh anggota kelompoknya. Keuntungan yang diambil dari memberikan informasi barang kepada para anggota kelompok biasanya berbentuk uang terimakasih ala kadarnya yang tidak berdasarkan pada kesepakatan yang dibuat oleh para anggota. Selain membantu dalam penyediaan barang, ketua kelompok juga akan membantu para anggotanya

untuk mencari lokasi usaha yang strategis dan sekaligus ijinnya, mencarikan alternatif bagi anggota yang tidak mempunyai dana untuk bisa berusaha mandiri.

Bentuk solidaritas yang lain juga terjadi dalam bentuk yang lain antara lain saling membantu jika ada yang mempunyai masalah keuangan, membantu dalam setiap acara 'hajatan' anggota kelompok, dan saling mematuhi kesepakatan yang telah dibuat bersama terkait bantuan yang diberikan dalam penyediaan barang atau makanan. Solidaritas di antara anggota kelompok terjadi dalam bentuk saling menghormati dalam pemilihan lokasi usaha yang strategis yang diusahakan tidak saling berdekatan, kesepakatan pengambilan barang dan makanan dari distributor lain pada saat ketua kelompok sedang berhalangan. Berdasarkan uraian di atas, jalinan solidaritas yang ada dalam anggota kelompok usahawan toko/warung di kota Taipei berbentuk upaya saling memberikan informasi tentang peluang usaha, membantu pemilihan lokasi usaha yang strategis, membantu permodalan, penyediaan barang dan makanan, membantu penyediaan tempat tinggal, saling menjalin hubungan kekeluargaan, dan saling menghormati dan mematuhi kesepakatan yang telah dibuat bersama.

Fenomena solidaritas menjelaskan bahwa kuatnya suatu ikatan dalam kelompok ternyata memudahkan seseorang untuk mengetahui ketersediaan pekerjaan atau bantuan lainnya yang di harapkan. Dalam hal ini, ikatan dalam kelompok memainkan peranan penting dalam bidang kewirausahaan migran. sikap dan perilaku yang muncul dalam kelompok merupakan ikatan antar pribadi yang mengikat para migran melalui mekanisme persahabatan yang berbasiskan pada ide yang sama bahkan dapat berdasarkan pada ikatan komunitas asal yang sama, agama yang sama atau bahkan pada etnis yang sama pula. Kebanyakan bentuk kewirausahaan yang terjadi pada komunitas migran menjadi dimudahkan oleh bentuk ikatan kelompok dalam bentuk saling tolong menolong, sirkulasi modal, bantuan dalam hubungan dengan penyediaan barang dan lain-lain.

4.3 Jaringan Usahawan Migran Indonesia

Kata pengusaha mengacu pada orang yang bekerja atas dasar usaha yang dijalankan. Usaha yang dijalankan ini biasanya dibuat dalam satu alur (sistem) tertentu dalam lingkungan unit usaha yang di jalankan. Dalam usaha toko atau warung dan lainnya, yang di jalankan oleh migran Indonesia di Taiwan, biasanya terdiri dari beberapa unit usaha seperti penyedia barang, penjual dan pembeli. Pekerjaan sebagai usahawan ini merupakan suatu perpaduan antara keahlian teknis dan perencanaan, seperti pelaksana usaha dan perencana kegiatan usaha (memilih dan menggunakan fasilitas yang ada, memilih dan mengkoordinir tenaga kerja, memilih dan mengadakan barang serta keahlian mengelola administrasi dan keuangan.

Pengusaha toko yang bergerak dalam jasa jual beli barang mempunyai suatu pola, yaitu mereka menjual suatu barang, misalnya membuat makanan atau minuman dan kemudian menjualnya, namun di sisi yang lain mereka juga tidak dapat disamakan dengan produsen karena mereka hanya menjadi distributor barang untuk selanjutnya kemudian menjual. Sebagai seorang produsen menghasilkan sesuatu menurut minat dan pemikirannya sendiri dan selanjutnya ia mempunyai keinginan untuk menjual, sedangkan sebagai seorang distributor barang, mereka bekerja untuk mencapai tingkat penjualan tertentu dan mendapatkan keuntungan dari penjualan yang terjadi, selain itu mereka juga diwajibkan membayar barang yang mereka akan jual atau atas barang yang telah terjual. Seorang usahawan toko/warung memberikan jasa pelayan kepada konsumen, yang dapat berupa konsumen perseorangan atau suatu perusahaan. Dalam menjalankan jasa usahanya ini, usahawan biasanya berhubungan langsung dengan konsumen yang memerlukan jasa pelayanan mereka. Untuk jasa pelayan yang diberikan kepada suatu instansi, prosesnya agak sedikit rumit karena memerlukan waktu untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Berbeda halnya dengan konsumen yang membeli langsung barang yang mereka miliki. Begitupun halnya dengan penyedia barang atau pemilik modal, usahawan akan melakukan proses penyesuaian dalam hal ini membangun hubungan. Proses membangun hubungan diantara masing-masing individu ini membentuk suatu jaringan usaha yang jaringan ini ditujukan dalam upaya membangun jaringan yang sangat berguna bagi kelangsungan usahanya.

Di sisi yang lain, bagi pelaku migrasi, proses perpindahan dari desa ke daerah tujuan migrasi dalam prakteknya seringkali menimbulkan persoalan penyesuaian diri. Hal ini disebabkan antara desa asal dengan negara tujuan merupakan dua lingkungan dengan sifat yang berbeda. Perbedaan tersebut tidak hanya secara menyangkut masalah adaptasi sosial yang terkait dengan nilai-nilai, norma-norma dan model-model pengetahuan. Lingkungan tempat migran berada sangat mempengaruhi perilaku yang harus menyesuaikan dengan nilai kebudayaan setempat (nilai-nilai, norma-norma, dan model-model pengetahuan yang ada sesuai dengan lingkungan yang dihadapi). Kompleksitas kebudayaan ini tercermin dalam berbagai sistem organisasi serta struktur yang ada di negara tujuan dan dari berbagai tingkah laku para migran. Dalam bidang pekerjaan di negara tujuan, misalnya, di samping adanya pekerjaan yang berkaitan dengan keahlian spesialisasi tertentu dan menekankan pada pekerjaan otak, juga terdapat macam kegiatan ekonomi yang membutuhkan tenaga trampil yang dapat dilakukan dengan melalui suatu pendidikan ketrampilan atau keahlian khusus. Pengalaman dan pengetahuan tersebut sebenarnya sangat dipengaruhi dalam lingkungan pergaulan sehari-hari. Lingkungan ini pun membentuk menjadi suatu jaringan sosial seperti

yang telah digambarkan pada kelompok pertemanan informal pada bagian di atas. Sub bab selanjutnya akan menjelaskan bagaimana bentuk-bentuk jaringan yang terjadi dalam kelompok usahawan migran Indonesia di Taiwan.

4.3.1. Jaringan Sosial

Jaringan sosial sering didefinisikan sebagai hubungan interaksi interpersonal yang terbentuk dari hubungan kekerabatan, kelompok pertemanan, atau asosiasi lainnya yang direpresentasikan melalui aktivitas sosial dan ekonomi sebagai wahana terjadinya pertukaran informasi dan sumber daya. Setiap anggota dari sebuah jaringan sosial saling terkait oleh kebutuhan maupun kewajiban yang terjalin melalui hubungan kontak personal. Kelembagaan pertemanan migran usaha dalam hal ini menjadi berkembang menjadi jaringan sosial, baik pada level perorangan maupun kelompok. Dalam penelitian ini perkembangan dari kelompok pertemanan yang berdasarkan relasi kekerabatan, pertemanan, komunitas, membentuk jaringan sosial. Penelitian ini menemukan paling tidak tiga bentuk jaringan sosial sebagai salah satu strategi yang dikembangkan dan dipelihara para migran usahawan Indonesia di Taiwan dalam mengatasi kesulitan yang dihadapinya. Ketiga bentuk tersebut, yaitu: (1) jaringan sosial yang didasarkan pada sistem kekerabatan dan kekeluargaan. Jaringan sosial semacam ini sengaja dibentuk dan dikembangkan oleh para migran sebagai salah satu strategi mengatasi persoalan yang dihadapi di kota dan mempertahankan kehidupannya di kota; (2) Jaringan sosial yang dibentuk dan dikembangkan dengan kelompok-kelompok sosial dalam pola hubungan sosial vertikal, yaitu dengan orang-orang yang memiliki kegiatan usaha atau kondisi keuangan lebih mantap. Bentuk hubungan sosial semacam ini merupakan hubungan patron klien; (3) Jaringan sosial dibentuk pada kelompok-kelompok sosial baru guna saling memenuhi kebutuhan di antara migran. Kelompok-kelompok sosial ini bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya: kelompok ketetangaan, kelompok orang yang tinggal bersama, kelompok orang dengan nilai-nilai yang sama yang muncul di kota kelompok-kelompok yang terjadi karena kesamaan agama, profesi, dan kesenangan dan sebagainya. Namun demikian, di antara ketiga pola tersebut ternyata seringkali terjadi tumpang tindih antara pola yang satu dengan yang lain. Misalnya, ditemukan jaringan sosial yang didasarkan atas hubungan kekerabatan yang bersifat vertikal dan juga bersifat horizontal, dan jaringan sosial tersebut juga melibatkan adanya hubungan ketetangaan dalam arti di desa asal maupun di kota tujuan.

Dalam jaringan sosial horizontal, para migran yang terlibat dalam jaringan sosial tersebut memiliki status sosial ekonomi yang relatif sepadan. Beberapa migran yang sama-sama dibawa dan ditampung serta diajari migran terdahulu, dan kemudian mereka masih

menjalin ikatan merupakan contoh bentuk jaringan sosial horisontal. Sebaliknya dalam jaringan sosial vertikal, para migran yang terlibat jaringan sosial memiliki status sosial ekonomi yang tidak sepadan. Biasanya bentuk jaringan ini muncul manakala migran terdahulu yang mengajak dan membimbing migran yang dibawanya, kemudian diberi modal berdagang, sehingga ada keterikatan dan ketegantungan dengan migran terdahulu.

Bentuk Jaringan Berdasarkan Kekerabatan dan Pertemanan

Pengalaman yang terjadi pada Erwin, pengusaha yang menjalani bisnis jual beli barang-barang elektronik dan pengiriman barang, dalam perjalanan usahanya banyak mengandalkan jaringan kekerabatan dan pertemanan untuk memuluskan jalan usaha di Taiwan. Pria kelahirannya Palembang tahun 1975, memulai pekerjaannya sebagai buruh pabrik di daerah industri Taoyuan sejak tahun 2005. Memiliki 1 orang anak dan tinggal bersama keluarga istri yang berkewarganegaraan Taiwan. Kedatangannya ke Taiwan bermula atas inisiatif dari dirinya di mana saat lulus SMA tidak meneruskan kuliah karena persoalan tidak ada biaya. Untuk mengurangi beban keluarga maka informan berusaha mencari kerja. Pekerjaan awalnya dahulu adalah berdagang di Pulau Bali, yang sekaligus menjadi tempat bertemu dengan istrinya sekarang yang orang Taiwan.

Atas informasi yang diberikan oleh kerabat istrinya mengenai lowongan kerja di Taiwan dia mendapatkan tawaran pekerjaan di salah satu pabrik di Taiwan. Tawaran ini diterima dan akhirnya dia berpindah ke Taiwan mengikuti jejak istrinya dan mulai bekerja di Taiwan. Keputusan untuk pindah pekerjaan ke Taiwan karena sejak kerusuhan Bali pada tahun 2002 dan 2003, usaha dagang yang di jalani mengalami kelesuan. Selain itu juga ada beberapa temannya yang sudah bekerja di Taiwan, sehingga dia menjadi tertarik untuk berangkat dan bekerja di Taiwan. Namun ternyata jenis pekerjaan yang diterima tidak sesuai dengan keinginan dia. sebagai orang yang awalnya melakukan kegiatan usaha dagang, bekerja di pabrik sangatlah tidak sesuai, karena harus mengikuti ritme pekerjaan dan waktu yang sudah di tetapkan kapan masuk dan pulang kerja. Pekerjaan sebagai operator mesin tekstil pabrik pengolahan bahan kain tidak disukainya sehingga akhirnya diapun keluar dari pekerjaannya.

Beberapa pekerjaan pabrik lainnya pernah di singahi dengan beberapa jenis pekerjaan, dari mulai pengantar barang, pabrik sparepart kendaraan atau menjadi supir namun dari seluruh jenis pekerjaan yang dijalani rata-rata hanya bertahan selama 2 bulan saja karena merasa capek dan upah yang di terima sedikit. Akhirnya memutuskan untuk berwiraswasta sesuai dengan kesukaanya dan pekerjaanya terdahulu. Kegiatan usaha yang dilakukan yaitu melakukan usaha mengkreditkan barang pada pegawai di pabrik atau pada masyarakat sekitar.

Namun kendala permodalan menjadi alasan dimana kegiatan ini kemudian tidak dapat di teruskan. Untuk membeli barang tidak ada uang karena setiap mengambil barang harus dilakukan secara tunai.

Bekerja di Taiwan tidaklah mudah, berbekal modal nol atau modal nekad tidak cukup dan sia-sia. Berkali-kali mencoba menjadi pengusaha dengan cara itu, ternyata hasilnya kurang maksimal. Pada akhirnya gagal juga. Sempat merasa frustrasi karena uang atau modal yang dikeluarkan hilang begitu saja. “Kalau begini lebih enak jadi karyawan saja. Wah, ternyata susah jadi pengusaha, hasilnya tidak sesuai dengan yang diharapkan ya?” Itulah beberapa pernyataan yang terlontar dari Erwin menanggapi awal usaha yang dia lakukan dan merasa gagal saat merintis usaha. Sempat merasa menyesal namun setelah sekian lama berbagai usaha dijalani, dan kembali mengingat-ingat kembali masa-masa sulit tersebut, ternyata di sanalah Erwin mendapat banyak pelajaran. Beruntung, Erwin bertemu dengan banyak rekan yang dikenalnya selama mencari kerja. Kawan maupun kerabat yang membantunya tersebut memang tak membantu dalam bentuk materi berupa uang, namun justru pelajaran atas kisah-kisah mereka yang membuat Erwin jadi merenung, bahwa ternyata sebuah kegagalan dalam berwirausaha itu hanya satu langkah kecil agar kuat mental menghadapi segala tantangan menjalani usaha di Taiwan.

Satu hal yang dia petik dari kejadian tersebut adalah dalam menjalankan usaha kita tak kan bisa berkembang bila kita tidak bisa menjalin hubungan baik dengan relasi dan teman-teman. Merekalah yang justru akan jadi tiang pancang yang kokoh saat memulai usaha, bahkan hingga saat usaha telah menjadi besar. Kekuatan pertemanan, kekuatan relasi, kekuatan koneksi, adalah hal paling nyata yang bisa menjadi penguat pondasi kita saat akan memulai usaha, demikian penuturan Erwin. Maka, ketika beberapa orang menjadi lemah karena sebuah kegagalan saat memulai usaha, sebenarnya resepnya sederhana saja. Jika mau terus, bergabunglah dengan berbagai kelompok wirausaha, baik melalui mailing list, melalui pertemuan resmi maupun tidak resmi. Sebab, selain bisa saling memotivasi, kegiatan bergaul semacam itu kadang menawarkan sebuah solusi yang kadang nyeleneh namun ampuh.

Satu contoh nyata adalah ketika dia hendak berbisnis barang-barang elektronik dan penjualan voucher telepon. Ia sempat hampir putus asa karena barang dagangannya hampir selalu tidak pernah habis. Walhasil, karena tidak laku, barang jualannya banyak yang harus dijual murah, bahkan dijual tanpa mengambil keuntungan kepadanya. Padahal, dari segi barang tak kalah bagusnyanya dengan yang dijual di pusat penjualan barang elektronika milik orang Taiwan. Saat nyaris putus asa, tanpa sengaja, ia di kenalkan oleh kawan dia yang berasal dari Jakarta, dengan seorang pemilik kios di daerah Pasar malam Shida. Lokasinya

kebetulan dekat sekolah/universitas yang banyak sekali orang Indonesianya yang sedang belajar bahasa mandarin di sana. Pemilik kios itu bingung hendak diberdayakan untuk apa kios itu. Dari perkenalan itu, omong punya omong, akhirnya Erwin dan kawannya pun sepakat kerja sama untuk memanfaatkan kios itu untuk berdagang barang elektronik dan berjualan aneka barang kebutuhan anak muda.

Saat penelitian berlangsung, minimal 100 voucher pulasa HP terjual dengan selisih keuntungan 3-5 NTD per per voucher dalam sehari belum lagi dari barang-barang jualannya yang lain, seperti pernak pernik HP, kamera digital, MP4 dan lain-lain. Lokasi yang dekat sekolah inilah dan perkantoran ternyata cukup menyedot banyak pembeli ke sana. Dan, uniknya, dari nasihat salah seorang teman yang lain, usahanya ditujukan tidak hanya untuk orang Indonesia saja. Awalnya orang Indonesia yang banyak di berkeliaran di pasar Shi da di ambil sebagai target pembeli namun kemudian mulai mengarahkan ke pelanggan orang Taiwan sendiri. Akhirnya seluruh barang menyesuaikan dengan kebutuhan orang Indonesia yang ada di sana dan juga orang Taiwan sendiri. Dengan cara unik ini, banyak orang yang segera jadi pelanggan tetap pada tokonya sekarang ini. Saat di kontak melalui email beberapa waktu lalu, Erwin mengatakan, dia sudah siap mencari tempat baru untuk buka cabang di kota lain. Membangun usaha di tempat lain merupakan konsep yang beberapa waktu lalu ia sendiri tak tahu dan belum terbayang bagaimana dan caranya. Berkat pergaulan, berkat pertemanan, kini ia mulai bangkit, bahkan berkembang setelah nyaris bangkrut dan putus asa.

Inilah yang Erwin sebut dengan KKN (istilah dia untuk “kekoncoan” atau pertemanan) itu wajib kita miliki. Kalau sudah mulai melangkah menjadi pengusaha, jangan lupa untuk mau bergaul, dengan pelanggan, pembeli, supplier, orang besar, orang kecil, yang sudah sukses maupun yang masih memulai, dan siapapun serta di manapun kita berada. Dari merekalah kita bisa memperoleh informasi, apapun bentuknya, yang kadang tanpa kita minta, tanpa kita sangka, bisa menjadi jalan keluar bagi kebuntuan kita kala mengalami kendala.

Jaringan sosial yang terbentuk seperti gambaran di atas, baik bersifat horizontal maupun vertikal berdasarkan hubungan-hubungan kekerabatan, ketetanggaan/pertemanan, maupun campuran antara kekerabatan dan ketetanggaan. Hubungan-hubungan kekerabatan secara umum memang memegang peran penting dalam jaringan sosial. Pentingnya hubungan kekerabatan tersebut nampak ketika pertama kali seorang migran berangkat bermigrasi. Kelompok-kelompok kekerabatan mempunyai peranan dalam usaha saling tolong-menolong dan kerjasama dalam mengatasi berbagai masalah dan kesulitan hidup di kota-kota besar. Gejala seperti ini ditemukan misalnya, pada etnis Cina Indonesia yang bermigrasi ke kota Taipei. Dikatakan bahwa hubungan kekerabatan di antara mereka, baik yang tinggal di kota

maupun yang tinggal di desa, sangat kuat dan memiliki fungsi serta arti penting dalam kehidupan mereka.

Jaringan Berdasarkan Ketetanggaan dan Kesamaan Daerah

Jaringan sosial yang tergambar di atas terbentuk berdasarkan hubungan kekerabatan, yang mengalami pengembangan (kombinasi) dan dipelihara oleh migran usahawan melalui hubungan pertemanan. Bisa dipahami tentang pentingnya peranan kerabat dan tetangga atau teman, sebab dengan mereka itulah umumnya para migran sering mengadakan hubungan. Sebagaimana dikemukakan terdahulu bahwa keberangkatan migran baru pertama kali bermigrasi umumnya akan berhubungan dengan migran yang telah terlebih dahulu bermigrasi. Penelitian ini menemukan bahwa migran terdahulu pada dasarnya tidak selalu mengutamakan kerabatnya sendiri untuk diajak bermigrasi, seperti saudara kandung, saudara sepupu, kemenakan. Namun dalam konteks usahawan migran Indonesia di Taiwan, unsur ketetanggaan juga menjadi faktor dalam menjalin suatu hubungan. Menarik juga untuk dicermati bahwa baik jaringan sosial horisontal maupun vertikal, faktor hubungan kekerabatan memegang peranan penting. Dalam jaringan sosial horisontal, peranan kekerabatan terutama berfungsi sebagai sarana untuk saling tolong-menolong di antara sesama mereka bila menghadapi kesulitan, saling pinjam-meminjam uang atau barang, atau menitipkan uang atau barang ketika salah seorang di antara mereka saat dibutuhkan.

Berhubung tempat tinggal migran Indonesia umumnya bertetangga, maka hubungan sosial mereka dapat dikatakan cukup intensif untuk berbagai kepentingan. Sementara itu dalam jaringan sosial vertikal, adanya status sosial ekonomi yang tidak sepadan di antara migran yang terlibat jaringan sosial, yang muncul adalah adanya ketergantungan antara migran status sosial ekonomi yang lebih rendah terhadap migran yang status sosial ekonomi lebih tinggi. Jaringan sosial tersebut umumnya terjadi dalam bentuk hubungan antara majikan dengan pekerjanya, atau hubungan antara migran yang melakukan aktivitas usaha sendiri, tetapi modal usaha berasal dari migran lain. Kadang terjadi perubahan bentuk hubungan dalam jaringan sosial yang semula merupakan hubungan vertikal kemudian berubah menjadi bersifat horisontal. Contoh kasus, pada hubungan seorang migran yang diambil dari kasus pertemanan kelompok Kalimantan (Singkawang), antara migran baru dengan migran terdahulu yang mengajaknya pada awalnya dalam bentuk hubungan sosial vertikal, ketika dalam proses migran baru magang yang dilanjutkan dengan pemberian modal pertama untuk usaha. Migran yang diajaknya semakin mampu mandiri dan mengembalikan modal pinjamannya, dan bahkan kemungkinan lambat laun bisa lebih sukses dan lebih baik kondisi

sosial ekonominya dibanding migran yang dulu mengajaknya, maka hubungan sosial berubah menjadi bersifat horisontal.

Proses pembentukan jaringan migran asal Singkawang Migran yang bekerja di Taiwan umumnya berlangsung di antara migran lama dengan migran baru. Migran lama adalah orang yang bisa dianggap sebagai patron yang akan membantu melakukan sosialisasi kehidupan di Taiwan bagi migran baru. Sebelum mendapat pekerjaan, sehari-hari migran baru membantu migran terdahulu dengan berbagai pekerjaan domestik seperti mengambil air, membersihkan rumah, mencuci, memasak bahkan mengasuh anak. Waktu senggang dipakai mengamati dan mendengar cerita para pekerja migran dalam bidang usaha mereka sebagai proses pengenalan lingkungan kerja usaha di Taiwan. Proses pengenalan menjadi wadah belajar migran yang sangat berarti sebelum terjun dalam dunia pekerjaan secara nyata.

Migran terdahulu berperan membantu migran baru mencarikan pekerjaan sesuai kemampuan dan relasi yang dimiliki. Jaringan sosial di dalam maupun di luar usaha yang dijalani di pelihara sebagai sumber informasi kesempatan bekerja. Migran baru yang umumnya adalah tetangga, keluarga atau teman migran terdahulu di desa asalnya. Kedatangan mereka umumnya berdasarkan kemungkinan pekerjaan yang diperkirakan ada di sekitar lingkungan tempat usaha migran terdahulu tersebut. Proses ini merupakan gambaran terbentuknya lapangan pekerjaan tertentu di suatu kota atau daerah, yang sering didominasi oleh migran yang berasal dari etnis atau daerah tertentu, seperti misalnya daerah yang dikuasi oleh migran asal Singkawang yang banyak menguasai daerah Pasar malam Shida, Taipei. Hal ini dikarenakan proses mencari pekerjaan itu berkisar antar relasi migran sederhana. Ditinjau dari sisi upaya migran baru untuk mencari pekerjaan, proses ini sangat bermanfaat sekali untuk menghemat biaya dan juga bisa cepat untuk mendapatkan pekerjaan.

Awalnya atau umumnya, migran baru bekerja secara *part time* seperti dilakukan oleh Dede yang telah digambarkan pada bab sebelumnya. Apabila sudah cukup mampu untuk beradaptasi dengan budaya Taiwan dan kualitas pekerjaan yang dianggap baik, beberapa bulan kemudian, migran terdahulu biasanya akan menarik yang bersangkutan pada usaha bisnis yang sedang di jalankan atau membantu untuk memfasilitasi dalam bentuk mencarikan informasi agar yang bersangkutan dapat memulai usahanya secara mandiri. Bila bekerja dalam satu pekerjaan dengan lingkup kerja yang sama migran terdahulu menjadi atasan langsung migran baru. Sebagai contoh, migran terdahulu bekerja dalam bidang bisnis restoran, sedang beberapa migran baru bekerja sebagai pelayan di restoran tersebut. Pekerjaan mereka terkait dalam satu sistem, dimana migran baru berada di bawah pengawasan migran terdahulu yang berperan sebagai atasan langsung. Hal ini memudahkan proses belajar dan proses

adaptasi pekerjaan bagi migran baru karena bisa berlangsung di dalam maupun di luar jam kerja. Kedekatan berdasarkan desa asal menciptakan mental dan motivasi belajar yang kuat karena tidak terdapat jarak psikologis yang menghalangi antara orang yang mengajari dengan yang belajar.

Bagi mereka yang penguasaan bahasa Mandarin masih belum lancar, terkadang mempengaruhi rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan. Percakapan sehari-hari di antara para migran sederhana, baik di dalam maupun di luar pabrik menggunakan bahasa lokal mereka (bahasa dengan dialek Khek atau Kanton). Tinggal bersama dalam satu wilayah, dijadikan wahana pergaulan, ibadah, maupun pengaturan pola pengeluaran yang sekaligus juga mempertahankan perasaan sekelompok. Suasana sosial desa asal diciptakan di Taiwan dalam rangka adaptasi dan ketenangan psikologi.

Seperti yang telah di ceritakan pada bagian bab sebelumnya, migran membentuk perkumpulan informal seperti arisan atau asosiasi perkumpulan, baik formal maupun non formal, yang berbasiskan jaringan personal, agama, kampung halaman di Indonesia, maupun kota tempat mereka bekerja. Adapaun perkumpulan usahawan migran ini terkadang bergabung dengan para pekerja migran yang lain, seperti, Keluarga Muslim Indonesia (KMI) atau Persekutuan Gereja Indonesia-Taiwan (Katolik atau Prostestan) adalah salah satu contoh organisasi yang berbasis keagamaan dan tumbuh subur di kota-kota di Taiwan seperti di Taipei, Taoyuan, Zhongli, Tainan, Taizhong, Kaoshiung, dan kota lainnya. Sementara itu, asosiasi non-agama berdasarkan tempat pekerjaan yang didirikan oleh pekerja migran asal Indonesia di Korea antara lain Ilan Indonesian Community, Persekutuan Buruh Migran Indonesia atau taoyuan Indonesian Community, Indonesian Community in Taiwan (ICT) di kota Taipei, serta Tainan Indonesian Workers (KIW) di kota Tainan. Lebih lanjut, banyak juga asosiasi pekerja migran yang muncul dari kesamaan etnis maupun kampung halaman, seperti Asosiasi Pekerja Migran Singkawang, Asosiasi Pekerja Migran Lombok, dan organisasi serupa lainnya yang didirikan oleh migran asal Bengkulu, Jawa Barat, Kendal, Sragen dan Magelang.

Fungsi utama organisasi-organisasi tersebut adalah sebagai wadah atau forum untuk kegiatan keagamaan, menjalin relasi sosial, berbagi informasi mengenai lowongan pekerjaan, forum pembelajaran, konseling atas permasalahan pekerjaan, serta sebagai shelter sementara bagi para migran yang baru tiba maupun yang telah habis masa kerjanya. Disamping itu melalui perkumpulan ini di jadikan kesempatan untuk berbagi cerita dan nostalgia di desa, memasak makanan khas desanya, dan merencanakan bersama kegiatan libur pada saat tahun baru Cina. Perkumpulan ini sesekali merencanakan perjalanan ke tempat rekreasi yang ada

seperti gedung tertinggi Taiwan 101 atau mengunjungi daerah-daerah wisata pantai yang banyak di Taiwan, atau terkadang dipakai juga untuk kegiatan berjudi yang dapat dikatakan sebagai kegiatan besenang-senangnya kelompok migran asal Singkawang ini.

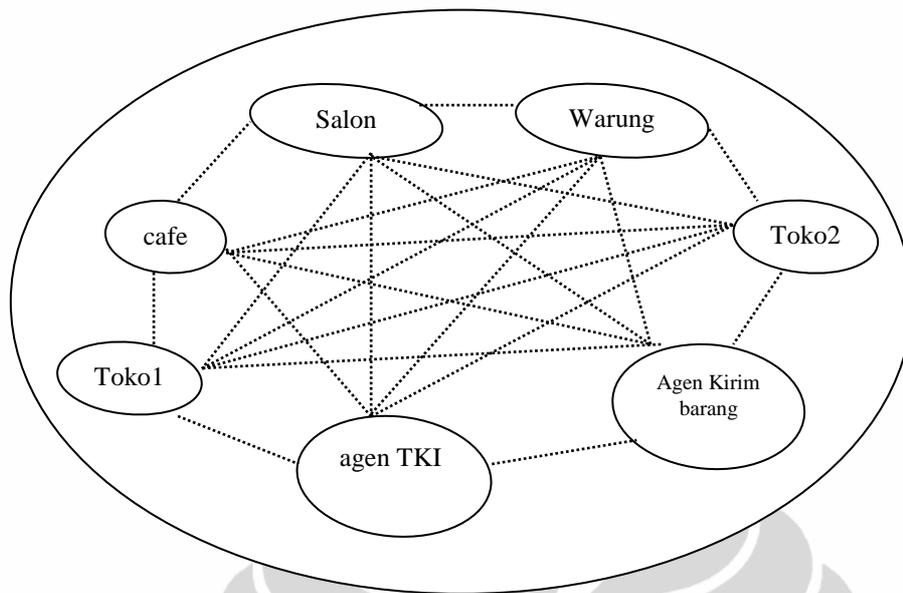
Sebagai bentuk migrasi berantai (*chain migration*), gelombang kedatangan migran di kota atau di tempat bekerja mempunyai pengaruh terhadap pembentukan struktur ikatan kekeluargaan diantara sesama migran. Pengalaman bekerja dan luasnya jaringan kerja, dihormati sebagai kemapanan individu. Migran terdahulu yang mempunyai posisi usaha yang telah mapan, di dudukkan sebagai tokoh panutan atau patron di luar lingkungan kerja. Pada konteks ini, penghargaan terhadap bantuan dan rasa empati yang diberikan kepada migran baru mendapatkan penghormatan yang pantas.

Sentimen-sentimen seperti di atas ikut mewarnai keseriusan para migran melaksanakan pekerjaan. Menurut konsep mereka, sebagai orang di anggap telah berhasil, migran terdahulu turut menentukan nasib migran baru sebagai usahawan baru. Kualitas kerja migran baru pun turut menentukan kesuksesan karir migran terdahulu. Ketergantungan timbal balik ini mengharmonikan hubungan dan perasaan dalam kelompok migran. Migran baru kualitas kerjanya agar migran terdahulu sebagai pembawa mereka ke dalam lingkungan usaha, akan sangat terbantuan bila mendapat bantuan yang diberikan oleh migran terdahulu. Sentimen ini menciptakan implikasi terhadap kelanggengan kelompok. Artinya, di luar jenis pekerjaan yang dilakukan, dalam aktivitas yang tidak berkaitan dengan pekerjaan migran terdahulu menjadi disegani. Kelihatannya selain faktor kedudukan dalam pekerjaan, faktor ikatan persaudaraan, faktor usia, dan ikatan seasal kemungkinan mempengaruhi kebutuhan migran baru untuk meminta saran dan pandangan pada migran terdahulu. Dari sisi migran terdahulu, ada kepuasan tersendiri bisa membantu sedesanya. Sikap moral membantu mendirikan usaha dan membantu beradaptasi dengan pekerjaan atau lingkungan secara implisit mendudukkan keberadaan kelompok tetap terjaga.

Dinamika Pola Jaringan

Dari gambaran jaringan sosial migran usahawan yangtelah di di jelakan di atas, hubungan-hubungan yang terjadi tampaknya membentuk suatu pola tertentu. Pola inihanyalah suatu ilustrasi dari dinamika yang ada. Kemungkinan besar jauh lebih kompleks dan simpul-simpul keanggotaan yang ada lebih banyak. Secara sederhana gambaran ini menguraikan berbagai kelompok yang ada dimana mereka saling berhubungan, saling berinteraksi dengan sesama anggota maupun dengan anggota kelompok yang lain. Secara umum pola jaringan dapat di gambarkan dalam diagram berikut ini:

Diagram 4.1 Gambaran Umum Hubungan Pertemanan Antar Usahawan



Keterangan gambar:

1. ○ = lingkungan usaha
2. Toko 1 = usaha toko hp/pulsa
3. Cafe = usaha cafe
4. Toko 2 = usaha kelontong
5. Agen = usaha agen BMI
6. Agen = agen usaha pengiriman barang
7. Salon = usaha warung
8. Warung = usaha warung makan
9. = hubungan saling mengenal tetapi tidak tergabung ke dalam jaringan usaha

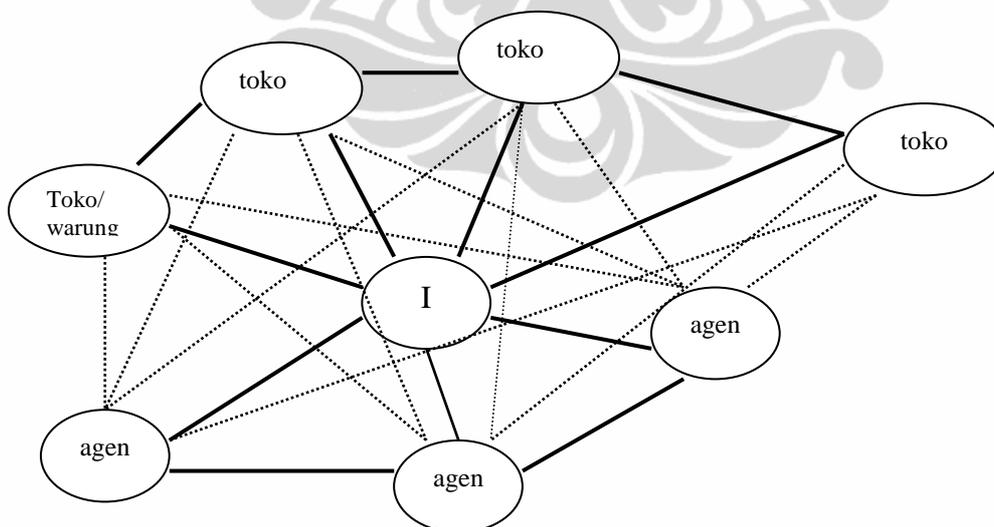
Dari gambar diagram pola hubungan hanya terbatas pada saling mengenalnya seorang usahawan dengan usahawan lain, di dalamnya tidak terdapat hubungan yang sifatnya mendominasi satu kelompok terhadap kelompok lain. Hubungan antar kelompok lebih bersifat setara dimana kelompok merupakan bagian dari satu kesatuan lingkungan usaha. Walaupun ada satu kelompok usaha yang maju seperti toko makanan atau agen buruh migran namun tidak ada dominasi antar usahawan yang disebabkan karena seorang usahawan kegiatan bisnisnya lebih besar atau bermodal dengan yang kecil atau bermodal sedikit.

Bila di lihat pada garis yang terputus-putus, hubungan sosial di antara sesama anggota ini interaksi dan komunikasinya terjalin tidak begitu intensif. Hubungan hanya terjalin pada saat-saat tertentu saja atau kebetulan bertemu ketika sedang berpapasan, seperti saat-saat berangkat kerja, saat jam istirahat, ketika saat berlangsung kegiatan yang ada di kedutaan dan lain-lain. Meskipun demikian di antara kelompok tersebut tetap saling menghormati, menghargai dan berusaha ramah satu dengan yang lainnya. Bahkan adakalanya interaksi

dengan kelompok lain atau siswa dari kelompok lain selalu didasari oleh sopan santun yang berlaku dalam etika pergaulan seperti saling mengucapkan salam, 'hai', 'hallo', 'lagi ngapain disini', 'kemana aja' dan ungkapan lain yang menunjukkan sikap respek terhadap orang lain. Terkadang juga saling membicarakan isu yang sedang hangat seputar masalah TKI atau bila ada kegiatan yang melibatkan usahawan bersama, komunikasi bisa berjalan cukup intensif. Namun tidak mengurangi kadar keekatan masing-masing hubungan di antara sesama usahawan. Hal lain yang menunjukkan simbol keakraban antara lain dengan berjabat tangan atau menggunakan kata-kata yang cukup sopan sehingga keadaan tersebut cukup memberi kesan keakraban. Hal-hal yang menjadi kurang dekat dalam kelompok dengan kelompok lain disebabkan karena setiap anggota lebih mengutamakan hubungan diantara kelompok di lingkungan mereka sendiri, oleh karenanya anggota suatu kelompok jarang terlihat berkumpul ataupun bermain dengan teman-teman di luar kelompok pertemanan itu sendiri.

Di samping pola hubungan kelompok usahawan seperti pola di atas, ada pula model pertemanan lain dimana adakalanya juga seorang usahawan masuk dalam suatu kelompok usaha namun memiliki kelompok pertemanan atau tergabung dalam kelompok lain. Gambaran sederhana pola hubungan individu antar kelompok ini dapat digambarkan dalam bentuk diagram berikut:

Diagram 4.2 Pola hubungan usahawan berdasarkan kelompok usahawan



Keterangan gambar:

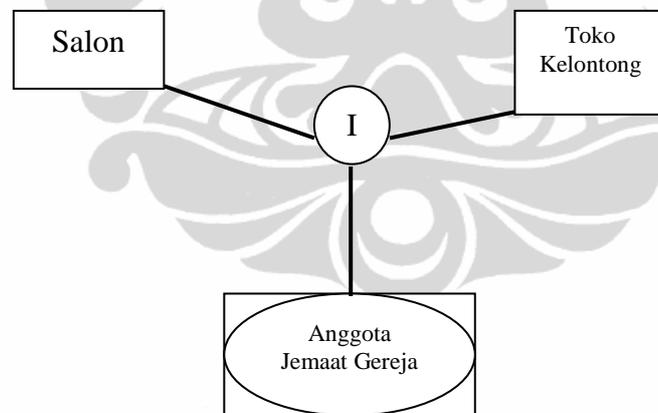
1. I = individu
2. Toko = teman-teman dalam satu jenis usaha kelontong
3. Agen = teman-teman satu kelompok yang berasal usaha agen BMI
4. = hubungan saling mengenal tetapi tidak tergabung dalam kelompok

5. ————— = hubungan saling mengenal dan tergabung dalam kelompok pertemanan

Diagram diatas menunjukkan bagaimana seorang usahawan memiliki jaringan perkawanan dengan kelompok dari jenis usaha lain dan tergabung di dalamnya. Seorang usahawan tersebut tergabung dalam kelompok namun dia sendiri memiliki kelompok pertemanan lain di luar kelompok kegiatannya. Dari diagram tersebut dapat dilihat bagaimana hubungan individu dengan anggota kelompok yang terhubung dengan menggunakan garis tegas tidak terputus sedangkan hubungan lain dalam kelompok yang berbeda terhubung dalam bentuk garis putus-putus yang artinya tidak terikat dalam satu kelompok tetapi saling mengenal karena pernah dikenalkan atau mengetahui dari kebiasaan yang dilakukan.

Pola pertemanan lain yang melibatkan seorang individu tidak hanya terlihat dari seorang usahawan yang tergabung dalam satu kelompok pertemanan, baik itu formal atau informal, namun terjadi juga hubungan karena seorang usahawan memiliki hubungan dengan teman dari kelompok usahawan lain mereka atau salah satu usahawan karena sesuatu sebab misalnya memiliki istri dari kelompok lain seperti yang teruraikan dalam diagram berikut:

Diagram 4.3 kelompok pertemanan usahawan dengan anggota kelompok lain



Keterangan gambar:



I
—————

= anggota kelompok usahawan salon

= anggota kelompok usahawan toko kelontong

= anggota jemaat gereja

= Usahawan

= hubungan saling mengenal dan tergabung dalam kelompok pertemanan

Pada diagram terlihat bahwa usahawan memiliki ikatan dalam kelompok pertemanan salah satu usaha salon (dalam bentuk garis tegas) dengan kelompok usaha toko kelontong dan kelompok pertemanan dalam keanggotaan jemaat gereja. Di sisi yang lain seorang usahawan juga memiliki hubungan dekat karena menjadi istri dari salah satu anggota kelompok jemaat gereja (dihubungkan dengan garis tegas) sehingga dirinya terhubung dengan pertemanan yang berasal dari pihak suami namun karena dia terlebih dahulu telah memiliki jaringan tersendiri seperti dalam jaringan usaha salon dan jaringan toko kelontong. Hubungan antara usahawan dengan anggota kelompok lainnya cukup baik terutama dalam pergaulan sehari-hari. Hal ini dikarenakan lokasi usaha yang saling berdekatan sehingga hampir setiap hari usahawan bisa sering bertemu dan berinteraksi dan dalam hal-hal tertentu juga melakukan bentuk kerjasama seperti membeli makan namun tidak harus langsung membayar cukup memberitahukan mengambil makana namun di lain saat nanti akan membayarnya. Begitupun sebaliknya bila ada anggota toko kelontong yang hendak memotong rambut bisa meminta tolong untuk memotong rambut namun pembayaran bisa di utangkan. Interaksi lain bisa berupa saling meminjam barang lainnya, pada saat waktu sengang tidak terlalu sibuk dapat digunakan untuk saling bercerita satu sama lain atau sekedar sharing tentang info-info seputar buruh migran atau masalah pekerjaan yang berhubungan dengan kegiatan mereka di Taiwan. Di dalam lingkungan pekerjaan mereka juga terkadang satu usahawan memiliki kelompok pertemanan lain yang tergabung dari beberapa kelompok semacam ini.

4.3.2. Jaringan Usaha

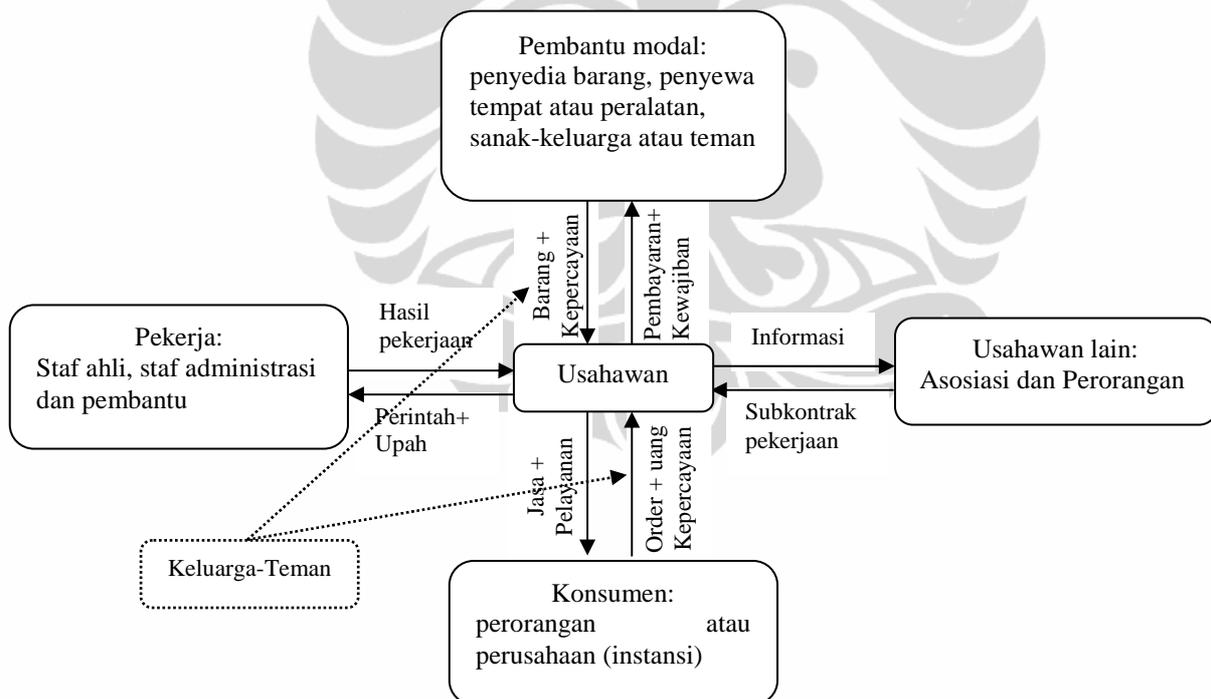
Dalam konteks buruh migran usahawan ini, konsep jaringan yang digunakan tentunya berkaitan dengan dimensi jaringan usaha yang mereka lakukan. Jaringan usaha (*networks*) disini dipahami sebagai suatu tatanan organisasi ekonomi yang mengatur koordinasi dan kerjasama (antar) unit usaha. Pembentukan jaringan usaha terbentuk melalui berbagai interaksi antar unit usaha atau individu yang pada akhirnya menentukan pola jaringan usaha yang terbentuk. Dilihat dari lingkup kegiatannya, seorang usahawan toko/warung mempunyai jaringan usaha yang mencakup empat macam hubungan, yaitu:

1. Hubungan dengan para pembantu modal yang terdiri dari penyedia barang, penyewa tempat atau peralatan, sanak-keluarga atau teman sebagai peminjam uang tanpa bunga,
2. Hubungan dengan pekerja, yaitu dengan para pekerja yang membantu menjalankan usaha beserta staf administrasi,
3. Hubungan dengan para konsumen, baik perorangan maupun suatu perusahaan (instansi)

4. Hubungan dengan sesama usahawan, ada kalanya dalam menjalankan usaha diperlukan kerjasama dengan usahawan yang lain, hubungan semacam ini banyak membantu bila seorang usahawan memerlukan barang-barang yang dibutuhkan bagi keperluan toko/warung yang mereka kelola. Dengan semakin banyaknya usahawan yang membuka toko/warung hubungan ini ada yang dilembagakan dalam bentuk asosiasi usahawan toko/warung Indonesia.

Secara teoritis, jaringan usaha modelnya bersifat saling melengkapi. Jaringan usaha terbentuk karena adanya relasi-relasi sosial di antara pelaku-pelakunya. Relasi-relasi ekonomi menjadi pusat aktivitas: unit-unit usaha bergabung dengan jaringan usaha untuk memperoleh manfaat yang timbul dari bidang-bidang yang ada dalam suatu jaringan usaha. Hubungan-hubungan di atas dapat digambarkan dalam pola diagram sebagai berikut:

Diagram 4.4 Jaringan Usaha Pekerja Migran Usahawan Indonesia di Taiwan



4.3.1 Hubungan dengan Pembantu Modal

Seperti dalam gambaran di atas, untuk memperoleh tambahan modal, di samping modal yang telah dimiliki sendiri, seorang pengusaha mendapat bantuan dari penyedia barang (distributor), penyewa alat atau tempat, dan sanak keluarga atau teman sebagai pinjaman uang tanpa bunga. Modal sangat diperlukan oleh usahawan yang sangat bermanfaat untuk

mengembangkan usahanya lebih lanjut. Penulis tidak akan membicarakan transaksi usahawan dengan penyedia modal yang biasanya dilakukan secara singkat dan terhenti dengan selesainya transaksi tersebut. Penulis ingin membicarakan hubungan usahawan dengan penyedia barang yang mengutang barangnya atau mengizinkan penundaan pembayaran kepada usahawan.

Hubungan dengan penyedia modal pada dasarnya di dasari oleh kepercayaan pemilik barang atau penjual barang, sehingga yang bersangkutan bersedia menghutangkan barangnya kepada usahawan. Utang ini sangat meringankan usahawan karena dengan demikian ia dapat menggunakan uang atau modal yang dimilikinya untuk keperluan lain yang lebih mendesak dan tidak dapat di utang. Utang atau penundaan pembayaran ini dapat dilakukan berulang kali selama usahawan yang bersangkutan dapat mempertahankan kepercayaan penyedia modal kepadanya. Ia harus menepati janji pembayaran yang di ucapkannya, atau paling tidak menjelaskan alasan mengapa bila tidak dapat menepati janji sehingga penyedia modal yang bersangkutan dapat mengerti atau memahami kesulitan si usahawan.

Oleh karena faktor kepercayaan merupakan kunci utama terjalinnya hubungan antara penyedia modal dan usahawan, kesulitan usahawan yang utama adalah bagaimana mendekati seorang penyedia barang untuk memulai hubungan tersebut. Dalam hal ini hubungan pertemanan dan sanak saudara dapat memberikan sumbangan yang cukup besar. Selain itu bisa pula di usahakan melalui kontak yang berulang-ulang dan sering, dalam arti melalui proses yang perlahan-lahan. Kelemahan dari cara yang terakhir ini adalah si usahawan tidak bisa mendapatkan keuntungan dari hubungan tersebut dengan segera. Hal ini akan sangat menyulitkan bagi si usahawan bila dana atau modal yang dimiliki tidak cukup banyak.

Dalam hal hubungan keluarga dapat membantu pendekatan terhadap penyedia barang. Bagi usahawan yang beretnis Cina, kebiasaan menggunakan jaringan keluarga sudah biasa dilakukan. Selain faktor keluarga, kesamaan etnis juga dapat dianggap mendukung keberhasilan tersebut. Penyedia barang yang sama-sama etnis Cina akan sangat memudahkan dalam hal membangun relasi ini. Faktor etnis dan keluarga cukup dominan walaupun sulit diukur derajat keeratannya, keduanya kadang saling kait mengkait atau bahkan kadang kala saling tumpang tindih.

Seorang usahawan dapat melepaskan ketergantungan pada penyewa peralatan bila ia sanggup memiliki sendiri barang atau peralatan yang diperlukan. Namun untuk hal ini, seorang usahawan harus di tunjang oleh modal pribadi yang cukup besar. Bila kepemilikan modal yang terbatas, maka untuk mengatasi persoalan tersebut adalah harus mempunyai hubungan baik dengan penyewa alat-alat dan barang. Maka seperti halnya proses

pembentukan dan pembinaan hubungan usahawan dengan penyedia barang, hubungan ini juga dilandasi oleh suatu kepercayaan. Dalam hal inipun keluwesan dan keluasan relasi sosial usahawan yang beretnis Cina dinilai sebagai suatu keuntungan dalam membina hubungan yang cukup penting bagi kehidupan usahanya.

Keluasan dan keluwesan relasi sosial usahawan etnis Cina dalam mencari dan membina hubungan dengan penyedia barang maupun penyewa peralatan terlihat dari kemudahan-kemudahan atau keringanan-keringanan yang di dapat. Usahawan etnis Cina dapat memperoleh keringanan hingga 5 – 10% dari pada usahawan pribumi dalam membeli barang atau menyewa peralatan yang sama. Selain itu usahawan etnis Cina dapat mengutang barang pada kontak pertama walaupun bagi usahawan pribumi hal ini agak sulit untuk didapatkan. Biasanya penyewa peralatan juga mempercayakan miliknya kepada usahawan etnis Cina walaupun dengan sedikit persyaratan tertentu namun tidak berbelit-belit, paling tidak mereka mengharapkan bahwa penyewa menjaga alat-alatnya agar tidak rusak.

Dalam hal pinjam meminjam uang, merupakan kebutuhan yang tidak bisa di hindari dalam kehidupan seorang usahawan. Jarang sekali ada usahawan yang bisa mempertahankan usahanya tanpa meminjam uang dari orang lain. Pola meminjam uang yang biasa di lakukan biasanya bersifat perorangan, biasanya dilakukan kepada sanak saudara maupun kepada teman. Peminjaman ada yang dilakukan dengan bunga ada pula yang dilakukan tanpa bunga. Peminjaman kepada sanak keluarga atau teman sangat dipengaruhi oleh derajat keakaraban hubungan, namun keuntungan yang di dapat adalah terkadang bebas tidak mendapat bunga walaupun juga tidak bebas dari kewajiban untuk membayar pinjaman tersebut. Biasanya kejadian kelalaian atau kesengajaan untuk menghindari kewajiban membayar utang akan berakibat pada merusak hubungan keluarga atau pertemanan yang sebelumnya telah berlangsung dengan baik.

4.3.2 Hubungan dengan Pekerja

Hubungan usahawan dengan para pekerja terbagi atas tiga jenis hubungan; pertama hubungan dengan para pekerja yang membantu kegiata usaha di toko atau warung mereka, yang kedua hubungan dengan orang yang di percaya mengelola toko ketika yang berangkutan sedang sibuk atau berhalangan, dan yang ketiga hubungan usahawan dengan pekerja yang ditunjuk menjadi staf administrasi khusus. Kondisi hubungan ini sagat tergantung pada besar kecilnya usaha, bila hanya membutuhkan karyawan sekitar 4-5 orang, maka biasanya usahawan bisa berperan sebagai pekerja atau penanggungjawab usaha hingga menjalankan kegiatan administrasi. Ketiganya bisa saling silang berhubungan.

Ketiga hubungan tadi semuanya merupakan hubungan vertikal, dalam arti bahwa hubungan mirip dengan hubungan atasan dan bawahan, dimana perintah berjalan dari atas. Arus balik dari bawah ke atas sangat tergantung pada kepribadian atasan yang bersangkutan serta sistem kepemimpinan yang diterapkan. Pemimpin yang otoriter tidak mengharapkan masukan dari bawahannya. Ia mengharapkan semua bawahannya akan melaksanakan perintah yang diberikan kepadanya. Ia merencanakan sendiri segala macam perencanaan kerja yang nantinya akan dilaksanakan oleh anak buah mereka. Sebaliknya, pemimpin yang demokratis mengharapkan sekali masukan dari para pegawainya dan merencanakan perencanaan kerja usaha berdasarkan masukan-masukan yang mereka berikan. Masing-masing sistem mempunyai kelebihan dan kekurangan, namun seorang usahawan sebagai pemimpin harus memilih keduanya, walaupun kadangkala dalam pelaksanaannya kedua sistem ini juga sering tumpang tindih.

Di dalam bidang usaha toko/warung, kedua sistem tadi dapat diterapkan. Sebenarnya pilihan terhadap salah satu model atau sistem tidak hanya dipengaruhi oleh kepribadian sang usahawan. Tetapi juga di arahkan pada sasaran-sasaran tertentu yang mengadopsi sistem apapun yang dipakai akan tetap ditujukan demi keuntungan sang usahawan. Penerapan sistem kepemimpinan otoriter memungkinkan usahawan untuk mengkoordinir anak buahnya untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai jadwal yang direncanakan. Sementara itu, usahawan yang menggunakan sistem kepemimpinan demokratis dapat melakukan perbaikan-perbaikan terhadap sistem mutu hasil kerjanya berdasarkan masukan-masukan yang diberikan anak buahnya. Sebaliknya, kebaikan sistem yang satu juga merupakan kelemahan sistem yang lain. Usahawan yang menjalankan kepemimpinan otoriter sulit menerima kritik sehingga dirinya tidak mengetahui kekurangannya sendiri, sedangkan pemimpin yang demokratis tidak dapat bertindak tegas kepada anak buahnya; atau dengan kata lain tidak dapat memaksakan pendapatnya dan keinginannya sendiri kepada mereka. Disamping itu, hubungan antara usahawan yang otoriter dengan anak buahnya biasanya bersifat kaku, berbeda dengan hubungan antara usahawan yang demokratis dengan anak buahnya yang biasanya lebih akrab dan saling terbuka menerima pendapat.

Model-model hubungan antara pemimpin dan anak buah biasanya dapat difasilitasi melalui peran perantara atau *'middle man'* yang akan menghubungkan bila ada masalah-masalah terkait urus pekerjaan. Biasanya seorang usahawan yang memimpin suatu usaha dia tidak pernah melakukan hubungan dengan pembantu-pembantu mereka selama perantara ini ada. Jadi setiap ada pekerjaan pemimpin mendelegasikan perintah melalui perantara ini, yang bisa saja orang yang ditunjuk sebagai penanggung jawab atau melalui bantuan staf dia yang

lain. Sebaliknya begitu pula dengan pekerja bawahan mereka biasanya berhubungan dengan pemimpin melalui perantara ini, namun hal ini tidak berlaku pada jenis usaha yang mempekerjakan karyawan hanya beberapa orang saja. Hubungan antara atasan dan bawahan biasanya berhubungan dengan koreksi atas kegiatan usaha yang dijalankan, sedangkan hubungan antara bawahan dengan atasan mereka terkait dengan masalah upah mereka. Seluruh kunci dari hubungan ini baik pekerja yang membantu usaha, staf administrasi atau staf kepercayaan seluruhnya berada di tangan pemimpin usaha, karena biasanya tanpa perintahnya seluruh kegiatan usaha akan terhenti, atau dengan kata lain faktor kepemimpinan sangat menentukan jalannya usaha.

Tidak ada perbedaan yang terjadi antara kepemimpinan usaha yang dijalankan oleh golongan etnis Cina Indonesia atau pribumi. Pada hakekatnya sistem yang dijalankan tidaklah jauh berbeda. Keduanya ingin mendapatkan tujuan yang sama yaitu ingin mengembangkan usaha mereka. Walaupun cara yang digunakan sangat bervariasi, garis besar atau inti cara yang dilakukan tersebut tidaklah berbeda. Yang paling kentara membedakan adalah terletak dari pengelolaan keuntungan yang diperoleh. Usahawan yang memiliki kegiatan usaha cukup besar dia dapat memaksimalkan keuntungan yang diperoleh ke dalam modal yang sudah, dalam arti dia dapat memperbesar modal dan membangun usahanya menjadi jauh lebih besar lagi. Sedangkan usahawan yang menjalankan kegiatan usaha tidak begitu besar akan cenderung menggunakan keuntungan yang didapat untuk memutar usaha mereka saja atau untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka saja.

4.3.3 Hubungan dengan Konsumen

Seperti telah disebutkan di atas, konsumen yang berhubungan dengan toko atau warung yang mereka jalankan bisa perorangan atau instansi. Konsumen yang berasal dari suatu instansi biasanya karena mereka membutuhkan jasa yang mereka jual, seperti makanan, tiket atau pengiriman barang yang dilakukan dalam jumlah besar. Biasanya dilakukan bila instansi yang bersangkutan sedang memiliki acara tertentu yang sedang mereka adakan. Dari sisi keuangan bersumber dari anggaran yang dimiliki instansi tersebut. Suatu keuntungan bila seorang usahawan bisa mendapatkan konsumen yang berasal dari suatu instansi. Keadaan semacam ini tentu saja membawa implikasi pada jumlah penjualan mereka yang semakin meningkat dan disisi lain juga keuntungan yang diperoleh dari order yang mereka terima.

Secara umum tidak ada kendala yang dihadapi dalam menghadapi konsumen, baik perorangan maupun instansi. Transaksi dengan konsumen biasanya berlangsung cepat pada saat jual beli berlangsung. Bahkan untuk penjualan bagi konsumen perorangan para usahawan

menggunakan pola antar langsung dengan persyaratan tertentu, misalnya jumlah pembelian di atas NTD 500 maka barang-barang akan di antar langsung ke alamat konsumen. Sistem ini lebih ditujukan untuk kemudahan dalam mendapatkan barang dan di sisi lain membuat hubungan dengan konsumen juga terjalin dengan baik melalui pelayan yang diberikan.

Yang agak menyulitkan misalnya berhubungan dengan keinginan konsumen yang bermacam-macam, terutama yang berasal dari instansi. Dalam mengadakan transaksi dengan suatu instansi, usahawan dihadapkan pada suatu prosedur yang cukup panjang dan harus berurusan dengan sekelompok orang. Sekelompok orang ini biasanya merupakan panitia yang diberi wewenang mengatur dana atau anggaran untuk mendapat jasa layanan yang akan mereka dapatkan atau oleh instansi yang bersangkutan. Prosedur yang lebih panjang ini memang terkait dengan detail kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Di sisi yang lain kerjasama kerja dengan instansi memberikan jaminan keuangan yang lebih besar dari kontak jual beli yang bersifat perorangan. Selama mereka menjalankan usaha, seorang usahawan belum pernah tidak memperoleh pembayaran dari suatu kerjasama. Walaupun kadang memakan waktu yang cukup lama untuk memperoleh pembayaran atau tidak tepat waktu, namun mereka pasti mendapatkan pembayaran. Biasanya yang umum dilakukan terkait dengan sistem pembayaran adalah dengan membuat suatu perjanjian pembayaran sebesar 50% dimuka dan sisanya dibayarkan pada saat pelunasan atau pengambilan barang.

Mengenai pola pendekatan yang dilakukan oleh para usahawan kepada konsumen, usahawan tidak memakai prosedur yang biasa yang digunakan dalam berdagang seperti umumnya di Indonesia. Menjemput bola adalah kata yang tepat menggambarkan pendekatan yang dilakukan oleh usahawan migran Indonesia ini. Bagi order yang di dapat dari suatu instansi, biasanya seorang usahawan menggunakan jalur hubungan informal seperti keluarga dan pertemanan, yang berlaku juga sebaliknya bagi instansi yang hendak memanfaatkan jasa pelayanan usahawan ini. Jalur ini cenderung digunakan karena secara tidak langsung memberikan rekomendasi tentang konsumen yang akan diperolehnya, dan juga memberikan kemungkinan lebih besar ke arah terciptanya hubungan kerja yang diharapkan. Tampaknya usahawan yang beretnis Cina sangat memahami pola seperti ini. Usahawan etnis Cina cukup paham dan berusaha memahami seluk beluk pasaran jasa yang bisa mereka dapatkan sehingga lebih sering usahawan etnis Cina yang mendapatkan pekerjaan tersebut. Dalam mendapatkan jasa ini tampaknya usahawan etnis Cina ditunjang oleh para supplier (penyedia barang) yang sama-sama dari golongan etnis Cina. Keberadaan supplier ini sangat menguntungkan karena dapat memberikan potongan harga 5-10% bila mendapatkan order jasa pelayanan mereka, sehingga usahawan etnis Cina ini dapat menawarkan biaya jasa mereka lebih murah dari jasa

yang diberikan oleh usahawan yang lain terutama golongan usahawan yang tidak memiliki hubungan dengan supplier.

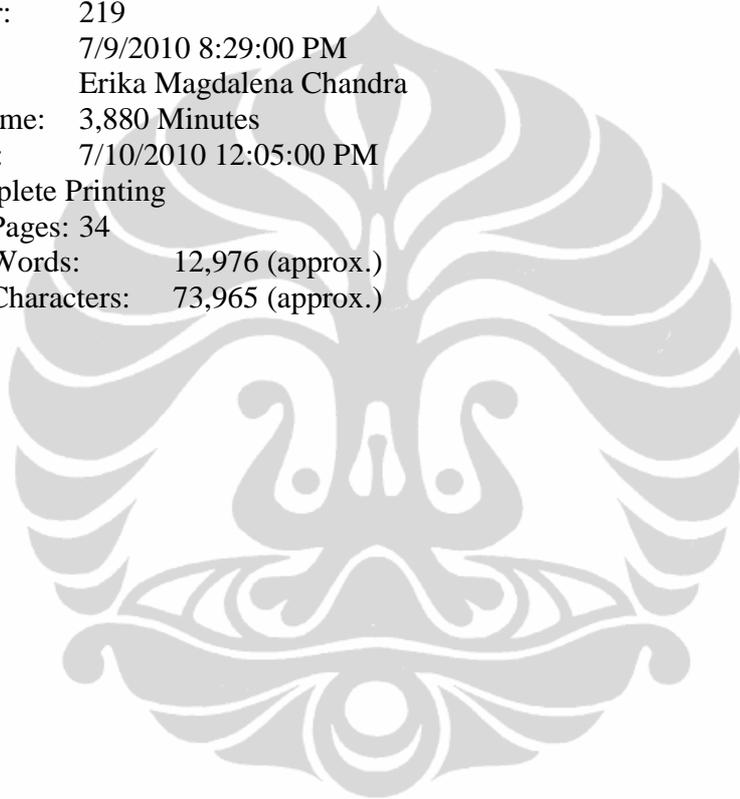
4.3.4 Hubungan Dengan Sesama Usahawan

Hubungan usahawan dengan usahawan lain lebih banyak diwarnai oleh persaingan dalam memperebutkan konsumen atau pelanggan. Namun mereka juga menjalin kerjasama. Kerjasama ini dilakukan baik secara perseorangan maupun melalui suatu asosiasi. Kerjasama perseorangan biasanya terjadi bila salah satu pihak menjadi subkontraktor bagi pihak lain, atau menjadi sumber informasi yang mendatangkan pekerjaan bagi pihak lain. Di samping memberikan informasi, usahawan yang bersangkutan juga dapat memberikan rekomendasi, dengan catatan bila ia kenal baik dengan calon pemberi kerja tersebut, sehingga lebih besar kemungkinan pekerjaan itu diberikan kepada usahawan yang direkomendasikan.

Sementara itu, hubungan antar usahawan melalui asosiasi merupakan jaringan sosial yang berfungsi sebagai wahana pertukaran informasi dan pengalaman serta pengembangan pengetahuan, terutama dalam bidang jasa perdagangan. Melalui pertemuan-pertemuan, atau seminar-seminar yang diselenggarakan oleh asosiasi, para usahawan dapat mempelajari kekurangan masing-masing dan kelebihan masing-masing usahawan lain sehingga dapat lebih meningkatkan diri. Pengenalan situasi dan kondisi perdagangan serta informasi mengenai prospek usaha lain yang menjanjikan dapat difasilitasi melalui keberadaan asosiasi ini.

Seperti yang telah terurai dalam keterangan di atas Asosiasi Pengusaha Toko Indonesia Di Taiwan (APIT) merupakan satu wadah, yang kini masih tunggal karena belum ada asosiasi lain yang mewadahi para usahawan migran Indonesia di Taiwan. Visi APIT adalah menjadikan toko Indonesia sebagai tempat utama untuk memasarkan produk Indonesia di Taiwan. Untuk mencapai tujuannya itu APIT mempunyai misi dan melakukan usaha, yaitu: menjadikan satu-satunya wadah bagi pengusaha toko Indonesia di Taiwan serta senantiasa memberi dukungan terhadap pengembangan usaha-usaha toko Indonesia di Taiwan; menjadikan APIT sebagai organisasi yang bermanfaat bagi pengembangan produk Indonesia dalam segala aspek positif yang terkait kepadanya; menjadi jembatan antara pengusaha toko Indonesia dengan Kepala KDEI Taipei menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan registrasi / perizinan / legalitas, dan lain-lain; bekerjasama dengan instansi pemerintah terkait seperti : KDEI Taipei dalam rangka memperkenalkan dan memasarkan produk Indonesia di pasar domestik maupun pasar global; mengembangkan budaya memakai produk Indonesia di kalangan orang Indonesia maupun orang Taiwan, agar produk Indonesia makin dikenal luas di Taiwan.

Filename: Bab IV Baru
Directory: D:\TESISP~1
Template: C:\Documents and Settings\T o m y\Application
Data\Microsoft\Templates\Normal.dotm
Title: Bab III
Subject:
Author: Erika Magdalena Chandra
Keywords:
Comments:
Creation Date: 5/14/2008 4:32:00 PM
Change Number: 219
Last Saved On: 7/9/2010 8:29:00 PM
Last Saved By: Erika Magdalena Chandra
Total Editing Time: 3,880 Minutes
Last Printed On: 7/10/2010 12:05:00 PM
As of Last Complete Printing
Number of Pages: 34
Number of Words: 12,976 (approx.)
Number of Characters: 73,965 (approx.)



BAB V

BUDAYA DAN IDENTITAS DALAM BISNIS USAHAWAN MIGRAN

5.1 Pengantar

Penjelasan dalam bab-bab sebelumnya telah memperlihatkan keragaman dan dinamika kehidupan buruh migran usahawan Indonesia di Taiwan, baik itu dilihat dari kemunculan fenomena usaha, awal melakukan karir sebagai usahawan di Taiwan, strategi adaptasi hingga relasi dan jaringan sosial yang terbentuk di antara mereka. Namun, dalam kehidupan nyata tentu saja dinamika yang berlangsung sesungguhnya masih jauh lebih kompleks. Dalam penjelasan pada bab sebelumnya dijelaskan hubungan di antara para pelaku usaha menjadi suatu bentuk strategi, baik individu maupun kelompok, yang secara langsung maupun tidak langsung, memberikan manfaat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dalam kehidupan mereka dan usahanya. Salah satu elemen yang belum di jelaskan dalam membangun proses adaptasi di kelompok migran usahawan Indonesia di Taiwan ini adalah bagaimana hubungan dengan kelompok lain di luar kelompok migran Indonesia. Kelompok lain yang di maksud adalah orang Taiwan itu sendiri. Tidak hanya berkaitan dengan individunya saja, namun berkaitan pula dengan dinamika sistem budaya dari masyarakat Taiwan itu sendiri. Migran usahawan yang berada dalam kondisi berupaya membangun usaha dan mengatasi permasalahan yang muncul; mengatasi situasi yang penuh ketidakpastian (resiko), sangat terkait dengan berbagai praktik budaya dalam berbisnis setempat. Penggunaan sistem bisnis *guanxi*, menjalankan pola kepercayaan (*trust*) atau identitas adalah bentuk praktik budaya yang memberi pengaruh dalam tindakan pekerja migran usahawan Indonesia menjalankan usaha mereka. Berdasarkan uraian di atas, bab ini akan melihat sejauh manakah gambaran praktik budaya bisnis Taiwan menyentuh aspek adaptasi migran usahawan saat mereka menjalankan usaha.

5.2 Budaya Bisnis di Taiwan

Dalam kaitannya dengan studi adaptasi migran usahawan pemikiran mengenai perilaku dan tindakan (budaya bisnis) dalam usaha yang di jalankan merupakan suatu kerangka sistem yang bekerja pada masyarakat, tindakan individu maupun rumah tangga tersebut tidak bekerja sendirian tetapi berada dalam suatu bentuk relasi sosial yang memiliki wadah di dalamnya. Seperti yang telah di sebutkan pada bab satu, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia melakukan berbagai aktifitas berbeda yang pada hakekatnya

memperlihatkan bahwa segala kelakuan manusia diorganisasikan berdasarkan gagasan pengetahuan akan budaya atau suatu dunia simbolik yang digunakan atau dijadikan patokan dalam menjalankan usaha mereka sehari-hari. Pemahaman tersebut dimungkinkan oleh adanya kemampuan dalam membaca, memahami serta menginterpretasi secara tepat berbagai gejala, peristiwa atau obyek lainnya yang ada dalam lingkungan kehidupannya itu. Sebagai migran yang menjalankan usaha bisnis di Taiwan, mereka memupuk berbagai pengetahuan budaya, agar dapat menguasai aset-aset yang berguna bagi usaha mereka.

Pola Guanxi, Ganqing, dan Xinyong

Salah satu pengetahuan budaya bisnis di Taiwan yang migran Indonesia penting pelajari dan diketahui adalah gagasan tentang bagaimana sistem yang bekerja dalam ranah membangun suatu kegiatan usaha di dalam konteks lingkungan tempat mereka bekerja. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini, terdapat suatu variasi sistem yang kadangkala disebut ketika melakukan wawancara, yaitu sistem/pola *Guanxi*, *Ganqing*, dan *Xinyong*. Sebenarnya baik penulis maupun migran usahawan tidak memahami betul secara definitif apa dan bagaimana arti dari gagasan ini. Ketika menanyakan seperti apakah gambaran apabila kita hendak melakukan bisnis atau ketika sedang melakukan bisnis terutama yang berhubungan dengan orang Taiwan? Informan yang di wawancarai mengatakan orang Taiwan apabila melakukan kegiatan dagang (bisnis) sangat menekankan pada rasa kesetiaan, rasa hormat, relasi dan kepercayaan. Mas Dodo, misalnya, mengatakan bahwa toko atau salon miliknya sekarang terbangun berdasarkan informasi yang diberikan oleh kawannya yang menjadi supervisor toko di stasiun. Kawannya tersebut adalah tetangga dekat pemilik tempat salon yang kini di sewa Dodo. Beberapa penyewa banyak yang meminta penyewa tempat agar mau memberikan tempatnya agar dapat disewa. Namun justru penolakan yang diberikan oleh si penyewa tempat.

Konon sebelum Dodo menyewa toko untuk salon di daerah Stasiun Taiwan, penyewa sebelumnya adalah orang Myanmar yang juga membuka jenis toko yang sama. Penyewa asal Myanmar ini menurut pemilik tempat digambarkan sebagai penyewa yang tidak baik, dalam arti ketika menjalankan bisnisnya seringkali tidak mematuhi kesepakatan yang di diskusikan di awal proses menyewa. Pada suatu kesempatan Dodo, sedang mencari-cari tempat untuk usaha salonyang akan di kelola oleh istrinya. Sebagai sahabat dekat Dodo kawannya untuk menghubungkan dengan si penyewa tempat dan diminta untuk meyakinkan si pemilik tempat agar mau menyewakan tempatnya. Paling tidak agar supaya dia kenal terlebih dahulu oleh si pemilik tempat. Ketika saatnya bertemu dan menanyakan hendak menyewa toko untuk salon

miliknya, Dodo mengatakan dirinya banyak melakukan adu argumen dengan pemilik tempat tokonya sekarang berdasarkan berbagai penjelasan yang diberikan oleh si penyewa.

Misalnya saja mengenai masalah pembayaran sewa tempat, aturan yang disepakai adalah pembayaran dilakukan setiap akhir bulan disertai dengan pembayaran untuk penggunaan air, listrik dan kebersihan. Namun dalam kenyataannya si penyewa orang Myanmar sering tidak mengindahkan masalah pembayaran mengenai air, listrik dan kebersihan. Alasan yang sering digunakan karena penggunaan air, listrik dan kebersihan tidaklah besar, sehingga mereka sering meminta keringanan pembayaran untuk hal-hal tersebut. Karena seringnya meminta keringanan biaya tersebut dan juga kadang disertai dengan perilaku tidak menjaga kebersihan dan mengganggu lingkungan sekitar karena keributan yang selalu di timbulkan, kontrak untuk menyewa dihentikan pada batas waktu yang telah ditetapkan, yaitu selama satu tahun. Atas kejadian ini, ketika Dodo hendak menyewa tempat ini, pemilik tempat mengajukan beberapa persyaratan yang harus di patuhi oleh kedua belah pihak. Dari awal harus sudah sangat jelas mengenai hak dan kewajiban apa yang harus di penuhi oleh pemilik maupun penyewa tempat. Mengenai masalah kesepakatan ini juga, tidak ada bentuk perjanjian tertulis antara pemilik tempat dan penyewa. Ketika saya tanyakan, mengapa tidak ada perjanjian tertulis, menurut Dodo hal itu tidak lumrah terjadi di Taiwan. Ada semacam kesepakatan tidak tertulis yang masing-masing harus di pahami oleh kedua belah pihak. Dan walaupun ada beberapa hal yang tidak berkenan maka persoalan itu harus di diskusikan pada mitranya. Ini yang oleh Dodo di katakan sebagai kebiasaan tawar menawar dalam melakukan suatu kesepakatan¹.

Tampaknya karena pola berbisnis menekankan kepada hubungan yang bersifat pribadional, maka sangat diperlukan proses tawar menawar ini. Diskusi tentang kesepakatan akan terus di jalankan dan kelihatannya dibutuhkan kesabaran yang cukup bila mitra bisnis masih berbicara tentang suatu persoalan secara bertele-tele. Sebenarnya hal semacam ini dilakukan untuk menghimpun informasi sebanyak mungkin tentang sosok kepribadian klien bisnisnya. Oleh karena itu perlu diperhatikan agar kedua belah pihak bisa menyisakan ruang untuk diskusi (atau kompromi atau konsesi). Karena proses tawar-menawar adalah sesuatu

¹ Pengalaman penulis ketika pertama kali datang ke Taiwan dan hendak menyewa tempat juga mengalami hal yang sama. Namun waktu itu belum memahami maksud yang tersirat di dalamnya. Pemilik rumah menjelaskan berbagai macam aturan yang ada dalam menyewa kamar. Dari mulai masalah pembayaran tempat hingga bagaimana caranya apabila hilang kunci dan melakukan hubungan pertemanan dengan orang Taiwan. Penulis pikir banyak sekali aturan yang ditetapkan, namun sebenarnya hal itu adalah bagian dari proses tawar menawar. Apabila ada hal-hal yang kurang berkenan maka di sampaikanlah hal tersebut pada saat tawar menawar tersebut. Hasil akhir yang muncul setelah proses tawar menawar selesai di anggap sebagai kesepakatan yang akan di patuhi kedua belah pihak, bila ada persoalan yang muncul maka si pemilik akan merujuk pada bentuk kesepakatan yang telah dilakukan pada pertama kali di lakukan.

yang mesti dilakukan oleh orang-orang Cina. Klien bisnis yang tidak mau melakukan bargaining hanya akan memberi kesan tidak serius dengan negosiasi yang sedang dilangsungkan. Sikap pamer diri atau mengiyakan saja apa yang dikatakan bisa jadi malah menjadi sesuatu yang dianggap mencurigakan dalam kegiatan bisnis.

Penulis kira persoalan tentang tawar menawar ini sebenarnya sedang mengerucut pada gagasan tentang sistem/pola *Guanxi*, *Ganqing*, dan *Xinyong* yang ada dalam masyarakat Cina (Taiwan). Penulis melakukan kajian literatur mengenai makna dari sistem ini. Dari pembacaan yang dilakukan kata “Guanxi (关系)” secara etimologis berasal dari dua kata; *guan* (关) yang berarti pintu (noun) atau mengamati dari dekat (verb) dan *xi* (系) yang berarti mengikat atau menghubungkan (verb) atau sebuah sistem atau sebuah jejaring (noun). *Guanxi* dalam acuan definisi kata tersebut mengacu pada suatu bentuk gagasan/ide yang menggambarkan suatu koneksi yang berkaitan dengan bagaimana menjaga hubungan baik secara personal. *Guanxi* dalam terminologi praktik ekonomi sederhana dapat diartikan sebagai upaya tentang bagaimana membina hubungan dengan baik serta penuh pengertian yang tentunya secara jangka panjang akan berdampak pada hubungan bisnis. Lebih khusus lagi, *guanxi* mempunyai arti pembentukan hubungan secara pribadi, yang bisa dikatakan bahwa hubungan ini sebenarnya lebih dari hubungan secara pribadi (Yadong Lu, 2007:)². Jadi sebenarnya dalam proses tawar menawar di atas, dari informasi yang diberikan oleh kawannya, kemudian permintaan untuk dihubungkan, hingga proses berjalan mencapai kesepakatan dan di laksanakan oleh kedua belah pihak maka, hubungan antara kedua belah pihak itu bisa dikatakan baik, artinya sistem *guanxi* telah tercipta di antara kedua belah pihak.

Selanjutnya dalam hubungan sosial yang tercipta antar individu atau kelompok tersebut memiliki beberapa elemen-elemen penting yang lahir dari setiap aktivitas kegiatan usaha yang dilakukan. Beberapa elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain, yaitu: (1)

² Sejarah asal usul tradisi “Guanxi” pada awalnya berkembang pada masyarakat Cina tradisional dipengaruhi oleh nilai-nilai ajaran Konfusianisme. Ajaran yang muncul pada dinasti Zhou Timur (500 SM) ini mengajarkan suatu gambaran ideal tentang bagaimana hubungan antara masyarakat dan negara seharusnya dijalankan. Inti ajarannya adalah menekankan kepada pendidikan moral berdasarkan suatu sistem yang hierarkis. Konfusius mengajarkan bahwa negara harus dijalankan secara hierarkis, yaitu: dibangun berdasarkan negara keluarga, satu organisasi sosial yang otokratis, hierarkis, dan tidak demokratis. Kemakmuran bersama dicapai dari hasil-hasil mengolah sumber daya. Kestabilan suatu negara dapat dijamin dengan hierarki yang jelas. Dengan kata lain, yang lebih rendah taat kepada yang lebih tinggi, dan yang lebih tinggi menunjukkan kemurahan hati sebagai balasan terhadap kesetiaan tersebut. Dalam konvensi moralnya Konfusius juga mengajarkan tentang paham kolektivisme. Menurutnya, kolektivisme ini menentukan status individu yang ditentukan oleh hubungannya dengan sistem hierarki. Oleh karena itu, dalam pandangan Konfusius, orang yang beretika akan bertindak sesuai dengan harapan orang lain daripada harapan/keinginannya pribadi, sehingga mereka selalu bersedia bekerjasama. Individu tidak terpisah dari struktur sosial, melainkan sebagai komponen etis dari suatu bangunan sosial yang lebih besar. Semua hal yang disebut inilah yang mendasari atas berjalannya sistem sosial pada masyarakat Cina tradisional dan salah satu yang berkembang adalah model “Guanxi” (Yadong Lu, 2007:).

Guanxi itu sendiri, (2) Ganqing, (3) Xinyong (Yadong Lu 2007). Di Cina ada sebuah pameo yang menyatakan bahwa “di mana pun, kapan pun, dalam mengurus segala hal, orang Cina selalu “kao guanxi”, artinya pakai koneksi” (Wibowo 2006: 17). Praktik ini tampaknya berlaku pada lapisan masyarakat yang hendak melakukan usaha, tanpa memperhitungkan pengalaman seseorang tersebut atau bahkan besar kecilnya perusahaan sekalipun. Dari pengalaman yang terjadi pada Dodo, gagasan mengenai guanxi adalah suatu bentuk praktik sosial ekonomi yang berfungsi sebagai bagian untuk menjalankan kelancaran berbisnis. Guanxi dapat disebut ‘prosedur bayangan’ yang memiliki fungsi lain untuk meminimalisir kemungkinan dan mengatasi hambatan-hambatan lainnya yang muncul ketika/saat menjalankan usaha.

Bentuk-bentuk guanxi sebenarnya dapat muncul dalam berbagai pola, misalnya saja, untuk tetap menjaga hubungan baik dengan si penyewa tempat Dodo bekerja atau dengan pelanggan salon mereka. Dodo dan istrinya kerap datang atau mengundang ke pemilik tempat atau bahkan penulis pun juga kerap diajak makan malam atau ngobrol bersama dengan kawan-kawan Dodo atau pelanggan Dodo. Orang Cina memiliki kebiasaan makan malam bersama dalam keluarga atau dalam kelompok pertemanan mereka. Tujuan dari makan malam ini sebenarnya untuk mengikat tali persaudaraan di antara keluarga ataupun jaringan relasi yang dimiliki. Tujuan dari acara tersebut selain agar hubungan tercipta dengan baik, namun di harapkan juga akan muncul tawaran pekerjaan atau bisni yang bisa di raih. Dalam jamuan makan biasanya untuk orang-orang khusus yang makan, akan diberikan hadiah atau cinderamata sebagai bentuk rasa menghargai dan agar diingat oleh orang yang bersangkutan. Harapannya kemudian semoga usaha yang dijalankan akan lancar sehingga dapat pelanggan banyak atau bahkan mungkin akan mendapatkan pekerjaan baru lagi.

Sebenarnya selain gagasan guanxi adapula gagasan lain yang biasa menyertai atau berada dalam lingkaran yang sama dengan guanxi. Gagasan lain tersebut adalah sistem Ganqing. Ganqing (感情) secara harafiah berarti perasaan. Dalam budaya bisnis Cina konsep ganqing masih berhubungan dekat dengan guanxi. Ganqing merefleksikan suasana umum dari hubungan sosial dari dua individu atau kelompok yang saling berinteraksi. Seseorang dapat dikatakan memiliki ganqing yang baik jika hubungannya dengan orang lain tersebut baik, selain *track-record* hubungan yang baik di antara keduanya. Sedangkan ganqing yang mendalam adalah terdapatnya ikatan perasaan/hubungan batin yang dalam pada hubungan sosial itu sendiri. Contoh dari ganqing sering ditemukan pada perkataan atau tindakan yang diharapkan tidak melukai perasaan orang lain jika ingin terus bekerjasama (berbisnis) dengan

mereka. Konsep ganqing juga dekat sekali maknanya dengan konsep ‘muka/mianzi’ dalam budaya Cina. Orang Cina berusaha sebisa mungkin menghindari suatu konflik dalam melanggengkan hubungan dengan sesamanya. Ketika mereka menghindari konflik biasanya orang Cina akan berusaha untuk tidak menyebabkan seseorang kehilangan mianzi-nya, yaitu dengan tidak memunculkan kenyataan-kenyataan yang memalukan ke hadapan publik. Sebaliknya, ketika mereka ingin menantang suatu wewenang atau orang lain dalam suatu komunitas tertentu, orang Cina akan berusaha menyebabkan orang tersebut kehilangan lian atau mianzi³.

Menyoal masalah ganqing ini, ada suatu kejadian yang menimpa para usahawan Indonesia yang bekerja di daerah Stasiun Taipei. Ada tiga toko/warung Indonesia yang menggunakan satu nama yang sama yaitu ‘rasa’, yaitu toko Mirasa, Sarirasa dan Indorasa. Ketiganya mengklaim bahwa kata rasa adalah trademark yang sudah menjadi bagian dari nama toko mereka. Namun klaim kata-kata ini tidak berbuntut panjang karena ada keuntungan yang bisa di dapat yaitu orang akan mengingat bahwa ada restoran atau toko Indonesia yang namanya mirip dan saling berdekatan sehingga orang akan menuju pada tempat tersebut, nantinya terserah akan memilih toko yang mana yang akan dipilih untuk makan atau berbelanja. Namun konflik menjadi tidak terhindarkan ketika muncul masalah berkaitan dengan tindakan masing-masing toko yang ingin mengklaim pelanggan agar mau makan dan belanja di restoran atau toko mereka.

Suami ibu Rina adalah orang Taiwan yang istrinya tersebut membuka restoran Mirasa. Dia mengatakan bahwa ganqing di antara usahawan Indonesia itu sangatlah buruk. Terkadang di antara mereka sering mengungkapkan hal-hal buruk dari keberadaan toko/warung yang lain, terutama adalah pernyataan yang ditujukan kepada pemiliknya. Sesama usahawan tidak saling terikat perasaannya sebagai usahawan yang ingin menjalankan usaha dengan hasil yang baik, namun kalau bisa saling menjatuhkan. Seperti yang telah di jelaskan pada bab tiga mengenai siasat mengatasi masalah rumah tangga pada kasus Ibu Betty, pemilik Indorasa

³ Konsep ‘muka’ dalam kebudayaan Cina mengacu kepada dua hal yang berbeda tapi saling berhubungan, yaitu mianzi 面子 dan lianzi 脸子. Lian adalah kepercayaan masyarakat dalam karakter moral seseorang. Sedangkan mianzi merepresentasikan persepsi sosial terhadap prestise seseorang. Konsep menjaga muka sangat penting halnya dalam hubungan sosial masyarakat Cina karena muka mewakili kekuasaan dan pengaruh. Kehilangan lian berakibat pada hilangnya kepercayaan sosial terhadap seseorang. Dan kehilangan mianzi berakibat pada kehilangan wibawa dan wewenang seseorang. Contoh gampangnya, gosip tentang seseorang yang mencuri dari kas toko; Ia akan kehilangan lian bukan mianzi. Pada kejadian lainnya, memotong pembicaraan bos/atasan seseorang menyebabkannya kehilangan mianzi bukan lian. Satu contoh publik lain yaitu saat Tragedi Tian’anmen 1989 di mana Wu’er Kaixi mencemooh PM Li Peng karena datang terlambat untuk bertemu dengan para demonstran. Akibatnya, Li Peng kehilangan mianzi karena dia terlihat datang terlambat dan menjadi figur pemerintah yang sangat tidak populer di mata kalangan publik Cina, khususnya menyangkut peristiwa Tian’anmen.

bapak David sering menyatakan ungkapan perasaan tidak senangnya atas kehadiran toko Sarirasa milik Betty yang banyak mengganggu keberadaan toko/restoran miliknya. Hal ini sering di adukan kepada pemilik tempat yang mengatakan bahwa toko Betty tidak pernah dibersihkan dan kotor sehingga pemilik tempat akan merasa rugi bila menyewakan tempat tersebut karena dikemudian hari si pemilik tempat akan terpaksa membersihkan atau bahkan merombak tempatnya tersebut. Di lain kesempatan bapak David juga agar tampak bahwa tokonya tidak bermaksud untuk terlihat ingin menguasai kawasan stasiun sebagai tempat pekerja migran makan dan berbelanja, sering melakukan lobi-lobi dengan usahawan yang lain untuk meyakinkan bahwa tindakan yang dilakukan tersebut adalah demi menjaga nama baik toko Indonesia atau agar supaya pekerja migran merasa nyaman berbelanja di toko Indonesia.

Aturan yang ketiga adalah Xinyong (信用) yang dalam istilah bahasa Inggris disebut juga sebagai '*gentlement's agreement*' (Yadong Lu 2007). Xinyong dalam budaya bisnis Cina bermakna sebagai sebuah jaringan antar pribadi. Bagi orang Cina kepercayaan antar pribadi merupakan hal yang terpenting. Para pengusaha etnis Cina biasanya hanya berhubungan komersial dengan orang yang sudah mereka kenal. Oleh karena itu, reputasi seseorang penting artinya bagi transaksi bisnis⁴. Xinyong dapat tertuang dalam kontrak verbal di suatu transaksi bisnis. Penandatanganan kontrak kadang-kadang tidak diperlukan, biasanya hanya diperlukan dengan badan-badan pemerintah. Persetujuan verbal dianggap sudah cukup. Jika pihak pertama mengatakan akan melakukan sesuatu maka dia tidak akan ingkar. Bagi mereka ingkar adalah perbuatan yang dapat mencoreng *mianzi*. Jika tersebar reputasinya akan jatuh dan tidak akan ada lagi yang bersedia bisnis dengannya lagi (atau kehilangan *lian*). Fenomena ini dapat di lihat pada gambaran usaha yang di jalankan oleh Mas Dodo di atas, terutama yang berkaitan dengan kesepakatan yang dibangun bersama pemilik sewa tempat.

Praktik Budaya dalam Usaha

Di dalam masyarakat Taiwan dan Cina umumnya menggunakan *guanxi*, *ganqing* dan *xinyong* merupakan suatu pernyataan ketertarikan mereka bahwa mereka bisa membangun hubungan yang baik yang seterusnya akan meningkatkan kemampuan bisnis mereka. Umumnya, praktik *guanxi*, *ganqing* dan *xinyong* digunakan untuk memenuhi suatu keinginan serta pencapaian suatu tujuan. Dalam kehidupan sehari-hari hasil penerapan sistem tersebut

⁴ Konon pada jaman dahulu, para usahawan dan pedagang Cina secara pribadi akan berhubungan langsung dengan rekan-rekan bisnisnya, karena hal ini akan meningkatkan kemutlakan peran pemilik di samping tetap menjaga reputasinya sebagai pemilik perusahaan. Saat ini fenomena serupa terjadi di perusahaan-perusahaan milik etnis Cina di Asia Tenggara, seperti Singapura, Malaysia, dan lain-lain.

akan mempermudah urusan yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan atau di sisi yang lain dapat membantu memperoleh kesempatan mendapatkan lowongan pekerjaan yang baru terutama yang berkaitan dengan usaha yang sedang di jalankan, memperluas investasi serta kegiatan membangun usaha/toko secara lebih besar. Pada konteks usaha toko/warung, sebenarnya guanxi, ganqing dan xinyong sering juga digunakan sebagai alat dalam menciptakan serta mengembangkan toko/warung atau menciptakan pasar baru. Caranya dengan membina hubungan baik dengan karyawan maupun relasi sehingga nantinya akan berdampak pada peningkatan bisnis, profit serta proteksi terhadap usaha yang dijalankan. Sebagai contoh dapat di lihat pada manajemen toko/warung di Taiwan yang secara tidak langsung menerapkan praktik guanxi, ganqing dan xinyong. Berikut gambaran mengenai karakteristik yang dijadikan landasan nilai-nilai tersebut yang dijalankan pada salah satu toko. Contoh di ambil dari Toko Taiwan EEC INDEX (Indonesia Delivery Express) yang seluruh karyawannya banyak sekali menggunakan tenaga kerja migran asal Indonesia, namun kepemilikannya merupakan kombinasi kepemilikan orang Indonesia dan Taiwan..

Tabel 5.1 Contoh Mengenal Orang dan Menjalankan Perusahaan

Untuk mengetahui bagaimana bentuk praktik guanxi, ganqing dan xinyong tahap awal yang dapat ditelusuri adalah ketika melakukan proses penyaringan dan seleksi terhadap perekrutan karyawan. Tahap awal ini merupakan suatu tahapan tentang bagaimana menerapkan prinsip mengenali calon karyawan yang nantinya kan bekerja di perusahaan. Taiwan EEC INDEX adalah perusahaan multinasional (MNCs) yang melayani barang kebutuhan para migran termasuk di antaranya aalah perusahaan pengiriman barang. Karena termasuk perusahaan yang cukup besar, maka sangat penting untuk bisa merekrut orang-orang yang memiliki kemampuan. Biasanya perusahaan menggunakan jaringan karyawan dalam merekrut tenaga bagi perusahaan mereka. Adakalanya, untuk calon-calon posisi kunci, manajer atau anggota staf yang sudah senior akan terlibat langsung dalam proses rekrutmen.

Taiwan EEC INDEX memiliki cabang hampir di seluruh kota Taiwan yang memiliki jumlah migran cukup banyak. Sampai tahun 2008, telah memiliki cabang hampir di tiap daerah penting Taiwan, yakni : Taipei, Taoyuan, Hsinchu, Chungli, Taichung, Tainan dan Kaoshiung. Taiwan EEC INDEX pertama kali didirikan tahun 2002 khusus melayani teman-teman dari Indonesia baik yang bekerja maupun yang telah menetap di Taiwan. Perusahaan akan banyak mencari karyawan terutama bila mereka membuka cabang toko baru. Masing-masing calon yang potensial akan diwawancarai oleh 1 sampai 3 pewawancara, biasanya secara bertahap. Masing-masing wawancara akan memberikan komentar dan hasil pengamatannya kepada wawancara berikutnya sehingga ia bisa meneliti si calon lebih jauh dan terinci. Setiap musim libur terutama libur Tahun Baru Cina, perusahaan mengundang seluruh karyawan di perusahaan (berkisar 500 karyawan) datang ke perkumpulan di suatu tempat yang cukup luas. Pemilik perusahaan akan berbaur dengan seluruh karyawan, menjawab pertanyaan mereka, memberi nasihat dan menguatkan keinginan mereka untuk berkarir dalam perusahaannya. Bagi perusahaan Taiwan EEC INDEX, kemampuan mengenal dan menilai orang (yaitu karyawan yang akan mereka perkerjakan) akan menentukan

seberapa besar sukses perusahaan dalam persaingan dimasa depan.

Pada umumnya, perusahaan menggunakan orientasi manajemen pada unsur “Prestasi Bersama”. Para manajer Cina memegang teguh prinsip berorientasi pada kelompok atau kepentingan bersama. Tuntutan atas pengakuan prestasi individu biasanya ditolak. Sikap berorientasi pada kelompok ini masih menjadi hal yang utama dalam manajemen perusahaan. Para manajer yang menganut etika manajemen non-kompetitif ini, tetap berpandangan bahwa setiap individu hendaknya bekerjasama secara selaras dengan yang lainnya sehingga mendukung organisasi tersebut.

Namun dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari, perusahaan menerapkan prinsip ketidakpercayaan dalam organisasi. Terutama di kalangan para manager yang tidak sepenuhnya mempercayai bawahan, antara lain karena alasan nilai hierarkis. Mereka menganggap organisasi sebagai sistem keluarga. Dari sudut pandang budaya, menurut sistem ini bawahan diperlakukan sebagai “anak-anak” yang bergantung dan tidak dapat dipercayai sepenuhnya. Di sisi lain, manajer dipandang sebagai “orangtua” yang harus menjaga dan mengawasi “anak-anak”-nya. Oleh karena itu, perusahaan dijalankan diibaratkan hanya oleh satu figur ayah yang kuat. Segala keputusan penting perusahaan diambil secara mutlak oleh senior/para manajer atas perusahaan.

Kerjasama di dalam perusahaan berdasarkan kepatuhan dan pentingnya keserasian di dalam hubungan. Para manajer bekerja dalam lingkungan kerja yang dapat dikatakan semi otoriter. Dengan sistem manajemen yang top-down itu, para bawahan diharapkan tunduk sepenuhnya dan menjalankan instruksi manajer mereka dengan sungguh-sungguh. Kompromi dan kepatuhan bawahan merupakan nilai budaya yang fundamental. Pada dimensi yang sama, hubungan ini diharapkan dapat selalu selaras sehingga mendukung operasional organisasi tersebut. Oleh sebab itu, para manajer seringkali lebih banyak memperhatikan hubungan pribadi di lingkungan kerja dibanding tugas yang ada. Pada dimensi yang lebih luas, konsep guanxi selalu menjadi acuan utama perusahaan dalam interaksinya dengan organisasi lain.

Sumber: <http://www.eec-index.com.tw/INDO-about.html#about1>

Begitulah gambaran ringkas anatomi budaya bisnis di Cina. Seperti yang dikatakan oleh Yadong Lu (2007: V) dalam menjalankan suatu bisnis di Cina, paling tidak ada enam jurus yang patut diperhatikan agar dapat sukses berbisnis, yaitu *patience* (kesabaran), *power* (kekuasaan), *predispositio* (predisposisi), *personnel* (personalia), *protection* (proteksi), dan *perspective* (perspektif). Kesabaran dibutuhkan karena berbisnis di Cina memerlukan landasan usaha yang kuat. Kekuasaan berkaitan dengan kemampuan penguasa menyediakan modal yang kuat, termasuk untuk mengembangkan jaringan pertemanan dalam berbisnis. Predisposisi adalah kemampuan untuk membina hubungan personal yang baik dengan mitra bisnis. Personalia berkaitan dengan strategi pemilihan orang yang tepat dalam menjalankan bisnis. Proteksi penting untuk melindungi kegiatan bisnis dari kecenderungan melintasi batas-batas hukum legal yang berlaku. Dan, terakhir, perspektif, berguna untuk mempertinggi kepekaan pelaku bisnis terhadap realitas kultural masyarakat Cina.

Pola Kepercayaan Antar Pribadi

Gambaran mengenai guanxi, ganqing dan xinyong seperti yang tampak pada bagian di atas dibangun dan dipraktikan melalui saluran-saluran informal dan pribadi. Bentuk yang paling sederhana adalah melakukan atau mengundang jamuan ramah tamah dan saling memberikan hadiah di antara mereka yang sedang melakukan penjjajakan atau transaksi berbisnis. Sementara itu pada lingkup yang lebih luas lagi, di dalam guanxi, ganqing dan xinyong memiliki dimensi sosial yang cukup rumit. Guanxi, ganqing dan xinyong juga dibangun melalui sistem kepercayaan (*trust*) di antara para pelakunya. Di dalam guanxi, ganqing dan xinyong terdapat sistem kepercayaan sebagai suatu keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasarkan adanya rasa saling percaya satu sama lain. Menurut Kao Cheng-shu dalam Hamilton (1996), sistem kepercayaan (*trust*) ini muncul dari nilai-nilai yang diyakini oleh komunitas. Melalui mekanisme kepercayaan inilah, suatu komunitas akan saling percaya satu sama lain dan akan menghasilkan harmoni untuk dapat berperan dalam lingkaran usaha bersama yang dijalankan (Kao Cheng-shu 1996: 12). *Trust* ini juga akan mendorong mereka melakukan berbagai transaksi kegiatan menurut pandangan atau sesuai dengan kehendak mereka. Sistem *trust* ini juga digunakan untuk menjaga kelangsungan praktik dari guanxi, ganqing dan xinyong. *Trust* meningkatkan kerjasama di dalam dan antar anggotanya. Pada lingkup yang lebih luas, bahkan ketika individu yang berada dalam kondisi penuh ketidakpastian dan penuh resiko bisa menggunakan *trust* sebagai strategi untuk mengatasinya ketidakpastian tersebut⁵.

Berdasarkan pengamatan dalam penelitian ini, praktik dari model sistem kepercayaan dalam organisasi bisnis usaha tampaknya di jalankan terutama dalam hal menyeleksi

⁵ Dalam falsafah usaha Cina, nama Guan Gong sering dijadikan rujukan dalam tindak tanduk berbisnis. Guan Gong adalah pahlawan yang menjadi tokoh dalam kisah klasik Cina yang berjudul Kisah Tiga Kerajaan (san guó yān yì). Ia merupakan saudara angkat pendekar perang Liu Bei dan Zang Fei. Sebagai seorang lelaki pemberani, Guan Gong dikagumi karena kesetiiaannya dan rasa keadilannya. Dia orang yang tidak pernah mengkhianati teman dan rekannya. Sebagai seorang yang sangat dapat dipercaya, ia hanya mengabdikan kepada satu majikan. Dia hidup sangat rendah hati dan tidak pernah menyombongkan apa yang telah dicapainya walaupun ia merupakan kesatria andal dan komandan militer yang hebat. Guan Gong juga merupakan orang yang tidak pernah melupakan kebaikan yang dilakukan orang untuknya. Dengan kata lain, dia adalah orang yang tahu balas budi. Disamping itu dia berhati emas. Dia bersimpati kepada orang yang memerlukan bantuan. Guan Gong adalah orang yang sangat berfikiran logis dan analitis. Karena itu, tidak heran jika ia sangat dihargai masyarakat pengusaha Cina di di manapun. Misalnya, di Hongkong dan Taiwan, tak jarang ditemukan altar Guan Gong dipasang di perkantoran atau tempat usaha mereka. Tidak hanya untuk kalangan pengusaha, Guan Gong juga di kagumi oleh kalangan penegak hukum atau bahkan penjahat sekalipun. Sebenarnya, Guan Gong bukanlah pengusaha. Ketenarannya di mata pengusaha Cina lebih disebabkan karakter yang ia miliki. Dalam banyak hal kepribadian Guan Gong merefleksikan hal-hal yang sangat di kagumi oleh pengusaha Cina. Seperti dijelaskan sebelumnya, kesetiiaannya (*zhong chéng*), bisa dipercaya (*xìn yì*), keadilan (*yì qì*), keberanian (*yong méng*) serta kebajikannya (*rén cí*) merupakan hal-hal yang penting dalam dunia wairausaha. Hal-hal tersebut di atas membuat Guan Gong dipuja oleh banyak pengusaha etnis Cina.

karyawan dan menyeleksi mitra usaha. Tampaknya mereka tidak akan mempekerjakan seorang manajer di suatu perusahaan yang tidak mereka kenal dengan baik. Dengan kata lain, orang tersebut paling tidak sudah di kenal baik oleh bos mereka. Jarang sekali ada perusahaan yang mempekerjakan jabatan seorang manajer toko misalnya semata-mata karena kemampuan profesionalnya. Misalnya dalam kasus toko Indo Jaya, menempatkan manajer awalnya di pegang oleh Dede sendiri, namun kemudian dia mempekerjakan istrinya yang sudah dia kenal. Istrinya di tempatkan pada posisi menengah seperti membantu dalam mengatur toko dan di sektor pembayaran. Setelah beberapa waktu, apabila sudah dapat menguasai seluk beluk usaha, menunjukkan kualitas pekerjaan dan pemahaman terhadap bidang pekerjaan dagang yang baik, lambat laun akan mendapat predikat “bisa dipercaya”, dan baru kemudian dia mempunyai kesempatan promosi.

Pola ini juga berkembang pada beberapa toko Indonesia yang penulis amati, saudara atau kerabat yang potensial akan memiliki kesempatan memimpin suatu toko, hal ini dilakukan melalui proses perekrutan yang sama. Biasanya seorang katakanlah pengganti di posisikan sebagai orang yang bertanggung jawab atas pekerjaan sehari-hari suatu toko. Sebagai contoh adalah restoran makanan Borneo milk Acuy. Ketika restoran dia mulai beranjak cukup stabil, Acuy mempekerjakan salah seorang kerabatnya (sepupu) dari Singkawang untuk membantu dia dalam menjalankan usaha. Awalnya, saudara sepupu dia yang datang ke Taiwan lantas di pekerjakan pada posisi bantu-bantu. Lambat laun setelah sepupu Acuy ini yang bekerja hanya bantu-bantu saja, kemudian pekerjaan naik menjadi pengawas dan bagian promosi. Bagian pengawas dan promosi ini adalah pekerjaan yang dilakukan oleh Acuy sebelumnya. Pekerjaan yang menuntut kemampuan berhubungan dengan pelanggan atau konsumen. Selain mempersilakan dan menyambut konsumen yang datang, tugas dan kewajiban bagian pengawas dan promosi ini adalah membuat nyaman konsumen yang datang. Misalnya saja, dengan mengajak berbincang-bincang dan beramah tamah agar supaya konsumen tetap setia untuk membeli makan di restoran tersebut.

Apabila sudah mengenal organisasi pekerjaan dengan baik termasuk juga hubungan dengan karyawan lain terjalin dengan baik, kemungkinan untuk mendapat posisi sebagai orang yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan toko dapat di raihinya. Proses semacam ini tampaknya sangat diperlukan karena untuk menjadi pemimpin suatu perusahaan (walaupun hanya sebuah restoran), calon pengganti atau karyawan yang menempati posisi tertentu tidak hanya butuh kepercayaan dari seniornya atau bosnya atau dari anggota karyawan yang lain (lebih disukai), namun juga mendapatkan dukungan dari konsumen yang datang. Bentuk dukungan ini bisa dilihat dari kemampuan dia menjalin komunikasi yang baik

dengan konsumen hingga pelayan yang memuaskan bagi konsumen. Tanpa adanya dukungan tersebut, kepemimpinannya tidak akan efektif. Dalam kasus yang penulis teliti, banyak calon pengganti yang membutuhkan waktu satu sampai tiga tahun untuk dapat mencapai posisi puncak dalam suatu perusahaan.

Prinsip yang sama juga di terapkan dalam proses mencari mitra kerja. Acuy biasanya tidak akan melakukan mitra kerjasama tanpa adanya hubungan yang akrab. Biasanya hubungan antar dua usaha melibatkan dan berdasarkan kepercayaan pribadi antara dua bos (laoban). Selama 8 tahun bekerja di Taiwan, Acuy banyak mengenal beberapa bos yang menjalankan usaha tertentu. Dari beberapa bos tersebut beberapa di antaranya memiliki reputasi yang baik. Biasanya kalau sudah saling mengenal dan saling percaya persetujuan bisnis akan mudah dan langsung di jalankan. Namun banyak pula kejadian mereka tidak berhasil menemukan orang yang dapat dipercaya untuk bisa di ajak kerjasama dan memilih untuk bekerja sendiri saja. Pada beberapa usaha yang di jalankan oleh Acuy ternyata kelompok inti mereka adalah terdiri atas para anggota keluarga, rekan-rekan karib, atau sahabat-sahabat lama. Dari yang telah diamati, kepercayaan pribadi ini terdiri atas unsur-unsur inti, salah satunya adalah kedekatan pribadi, walaupun tidak sama kedekatan pribadi bisa mendapat kepercayaan. Penulis melihat kepercayaan adalah suatu bentuk hubungan yang di bina. Artinya kepercayaan terbentuk setelah mengalami proses terus menerus hingga bisa tercapai hubungan saling percaya. Tidak ada jaminan bahwa seseorang bisa mendapatkan kepercayaan, untuk memperoleh kepercayaan, maka seseorang tersebut harus membuktikan bahwa dirinya layak atau dapat dipercaya.

Untuk mendapatkan suatu kepercayaan, justru seorang individu harus membuktikan dan menunjukkan kualitas-kualitas tertentu sesuai dengan aturan kesepakatan yang diterapkan oleh perusahaan atau aturan yang telah diteapkan oleh si bos/laoban. Aturan ini memang tidak dirumuskan secara obyektif, namun orang-orang yang terlibat di dalamnya mengakuinya. Norma-norma informal tersebut secara luas digunakan untuk mengatur kegiatan usaha. Argumennya bisa di balik dengan kesepakatan yang menggunakan kontrak formal. Apabila sudah ada kepercayaan antar pribadi, kontrak formal sebetulnya tidak begitu diperlukan lagi, atau hanya berfungsi sebagai alat tambahan untuk mengingatkan. Hubungan kepercayaan timbal balik antar individu dalam sebuah kelompok menciptakan kesepakatan di antara mereka. Aturan ini bersifat mengikat anggota-anggotanya dalam melakukan interaksi bisnis usaha. Kepercayaan yang diikat oleh norma akan membangun guanxi, ganqing dan xinyong yang baik bukan hanya di dalam kelompok tersebut tetapi juga di luar kelompok.

Pada umumnya, kalau seseorang melakukan bisnis dengan orang yang dia percaya, kontrak dan norma yang ditentukan secara formal dipandang sebagai tanda ketidakpercayaan. Tata cara formal hanya diterapkan untuk kerjasama bisnis yang dilakukan dengan orang yang kurang dikenal. Oleh karena itu dalam sistem kepercayaan pribadi, sangat jelas terlihat yang namanya hierarki hubungan pribadi dan tidak membedakan-orang. Oleh karena itu hubungan semacam ini akan melibatkan peran dari guanxi yang cukup akrab, namun guanxi ini juga sebenarnya hanyalah langkah pertama yang kemudian harus diikuti oleh dengan pengembangan rasa saling percaya. Baru kemudian hubungan pribadi menjadi fungsional dalam bisnis.

Kepercayaan pribadi dalam skala kecil, misalnya terbentuk dalam aktivitas arisan. Sistem arisan banyak di praktikan di kalangan usahawan Indonesia terutama mereka yang perempuan. Menarik untuk dikaji mengapa usahawan ini senang mengikuti kegiatan arisan. Kegiatan arisan ini sebenarnya diikuti dengan berbagai bertujuan atau kepentingan. Bagi mereka yang sudah merasa berkecukupan secara modal, kegiatan arisan lebih banyak di gunakan sebagai ajang sosialisasi di antara sesama penguasaha. Namun hal itu tidak berlaku bagi usahawan yang memang sedang membutuhkan kecukupan modal, arisan dapat digunakan untuk mengakumulasi modal yang bisa digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha ke arah yang lebih besar. Bisa saja orang mengikuti arisan karena ia memiliki tujuan tertentu, didasarkan pada kepentingan pribadi, dan tidak dipaksa oleh siapa pun (independen).

Bentuk Kepercayaan Dalam Praktik Dagang

Dalam suatu kesempatan berbincang-bincang dengan usahawan dari golongan etnis Cina penulis mendengar cerita dari para pengusaha yang memuja Kuan Kong. Kuan Kong (dulu Kwan Kong) yang nama aslinya Kuan Yi (dulu Kwan Ie), adalah seorang hakim yang dihormati karena sifatnya yang satria, jujur, setia dan moralnya yang tinggi. Kejujuran adalah tidak menipu konsumen maupun supplier, kesetiaan adalah etika bisnis, bila setelah anda menyanggupi meskipun tanpa bukti tertulis, anda tetap harus menepatinya. Ini yang disebut xinyong atau kepercayaan. Pengusaha tradisional selalu mencoba mentaatinya, kalau tidak namanya hancur dan tak ada orang yang akan mempercayai lagi. Sistem ini menjadi rumit karena sekarang pengusaha banyak sakali, sehingga kalau ada pengusha yang nakal, biarpun namanya rusak, yang kenal dia cuma sebagian kecil, sehingga ia masih tetap hidup. Meskipun demikian, di antara pengusaha yang erat berhubungan, sistim xinyong ini masih berlaku.

Dodo suami Ria pengusaha salaon, yang pernah bekerja di perusahaan milik orang Taiwan, dia menceritakan bahwa sering dilihatnya banyak orang Taiwan, yang melakukan

bisnis dengan sistem kepercayaan. Pernah dia melihat seorang pengusaha kawan dari bosnya di perusahaan menyerahkan uang cukup banyak tanpa tanda terima untuk suatu pembelian sparepart kendaraan. Di lain peristiwa untuk urusan pengiriman barang, bisnis dilakukan hanya lewat telpon dan barang akan dikirim langsung karena mereka saling kenal, waktu itu Dodo belum mengerti, belakangan baru tahu, bahwa itu hanya berlaku di antara orang-orang yang sudah saling kenal dan dipercaya. Bentuk kebiasaan semacam ini mulai banyak ditiru oleh bisnis yang dilakukan migran usahawan Indonesia. Khususnya bagi usaha yang menjalankan bentuk usaha toko barang kebutuhan. Untuk mendapatkan barang si konsumen bisa mendapatkannya melalui telepon. Apabila konsumen dan pemilik toko sudah saling mengenal akan jauh lebih mudah dan lebih cepat di kirim daripada konsumen yang baru dikenal. Kalau kita bisa bicara Mandarin ditambah dialek, kepercayaan itu lebih cepat kita dapat.

Pernah penulis mendapatkan pengalaman menarik selama mengamati usaha toko Indonesai di Taipei. Penulis dan seorang kawan sedang berjalan-jalan di daerah Taoyuan yang banyak sekali migran Indonesia bekerja di sana. Di jejeran toko di sepanjang daerah stasiun Taoyuan ini ada banyak toko-toko, ada juga toko makanan. Kawan penulis langsung ke toko makanan, sedang penulis masuk ke toko penjual lagu-lagu. Ini adalah kali ketiga masuk ke toko tersebut, sehingga sudah mengenal toko tersebut dan beberapa pegawai yang ada di toko tersebut. Penulis coba memilih beberapa lagu lalu diserahkan kepada si penjualnya. Ketika penulis mau membayar, baru penulis sadari bahwa dompet tidak ada di kantong. Penulispun berkata, minta maaf tunggu dulu mau cari kawan dulu, sebab ternyata ia sudah keluar dari toko dan penulis tak tahu. Keluar dari toko tengok kiri tengok kanan tak ada, penulis segera balik lagi, minta maaf lagi karena batal membeli, penulis tak membawa dompet, kawan pergi entah ke mana. Si penjual yang kebetulan adalah bos toko tersebut memaksa penulis untuk mengambil barang, ia bilang bayarnya bisa kapan-kapan saja. Namun penulis menolak karena rumah agak jauh, dan jarang datang ke sini, tapi si bos mengatakan tak apa kapan-kapan saja membayarnya. Penulis tetap tak mau, ketika itu kawan saya datang lagi. Penulis pinjam uang dan dibayar. Di pemilik toko, cuma geleng-geleng kepala, ia bilang anda terlalu *seji* (sungkan), masa ia tak percaya. Penulis bilang jarang datang ke sini, mengapa anda bisa percaya kepada orang yang saja anda kenal? Ya percaya saja, katanya, karena anda orang terdidik dan sudah mengenal cukup baik, kalau buruh migran yang lain dia mungkin tidak percaya.

Dari contoh-contoh diatas, tidaklah mengejutkan jika para pengusaha Indonesia di Taiwan mengikuti model menjalankan bisnis ala Cina yang menempatkan kemampuan

“mengenal orang” pada tempat yang penting. Ini karena secara tradisional, pengusaha Cina selalu mementingkan hubungan (*guanxi*) dan rasa percaya (*xinyong*) dalam kesepakatan bisnis mereka daripada kontrak tertulis. Sebab itu bisa dimengerti jika bisnis mereka cenderung berpusat pada seseorang (*zhong ren*). Bila seseorang mempercayai orang lain, perjanjian tidak diperlukan lagi. Penulis pernah menanyakan hal ini kepada bapak David Auw, orang Indonesia yang pernah ama tingal di Taiwan. Menurut bapak david, dunia Cina adlah dunia filsafat, untuk kasus di bidang bisnispun sebenarnya kalau di ikuti tidaklah rumit. Bagaikan di dalam keluarga antara orang tua dan anak. Siapa yang perlu membuat perjanjian dengan anaknya tentang tugas dan kewajiban kedua pihak? Jaman dahulu di Cina tidak ada surat pernikahan. Pasangan yang akan menikah hanya berjanji didepan penduduk desa. Tidak ada dokumen yang membuktikan bahwa mereka sudah menikah. Namun mereka menjalani hidup dengan mematuhi kewajiban masing-masing. Karena itu, dari sudut pandang orang Cina, bila bisnis semakin lama semakin tebal, menunjukkan kedua pihak semakin percaya satu sama lain⁶.

Menurut pak David, manajemen ala Cina melakukan pendekatan yang berorientasi pada manusia, jadi biasanya dilakukan dengan membina hubungan dan jaringan bisnis. Karena berorientasi manusia maka hubungan bisnis cenderung mendekat pada perasaan (*zong qing*). Konsep “wajah” (*mian zi*) juga menjadi manifestasi dan representasi hubungan dan perasaan yang sangat penting. Oleh karena itu hal-hal yang bersifat manusia sangat penting. Karena itu, jika ada ketidaksepakatan atau perselisihan antara kedua pihak, menghargai perasaan orang lain sangat penting. Ini bisa juga termasuk menyelamatkan muka orang lain. Jika tidak bisa dicapai persetujuan, mereka akan selalu mencoba menyelesaikan masalah, perbedaan, pertikaian atau ketiksepakatan mereka melalui tawar menawar (*bargaining*). Bagi orang Cina, sekali dilakukan usaha hukum, maka seluruh hubungan akan rusak dan akan sulit bagi kedua pihak untuk bekerja sama kembali.

Untuk memberikan salah satu bentuk contoh kepercayaan pribadi adalah bisnis penukaran mata uang asing yang ada di Stasiun Taipei. Karena banyaknya pekerja migran yang sering lalu lalang pada hari minggu. Banyak usahawan yang bekerja sama dengan pekerja migran yang memiliki kelompok-kelompok tertentu. Di dalam kelompok tersebut terdapat ketua yang biasanya menjadi pemimpin. Agen pengiriman uang akan membangun relasi dengan para ketua ini agar bisa mengumpulkan para pekerja migran yang akan

⁶ Pepatah berikut ini menekankan terbinanya hubungan langsung:

1. Bertemu secara pribadi akan memastikan adanya rasa (*jian mian san fen qing*)
2. Lama mendengar berita tentang seseorang tidak sebanding dengan menemuinya (*jiu wen bu ru yi jian*)
3. Saat kita bertemu, serasa seperti kita sudah berteman lama (*yi jian ru gu*)

mengirimkan uang ke Indonesia. Dengan imbalan tertentu misalnya mendapatkan voucher pulsa gratis atau biaya pengiriman barang ke Indonesia yang di gratiskan.

Tabel 5.2 Contoh Sistem Kepercayaan Pribadi:
Kurir Pengirim Uang di tempat Pengiriman Uang Stasiun Taipei

Seni mengenal orang dalam perilaku bisnis tidak hanya terbatas pada orang Cina Taiwan saja. Orang Indonesia juga menerapkan model yang mengandalkan hubungan pribadi dalam kesepakatan bisnis mereka. Penting diketahui bahwa mengandalkan hubungan pribadi jaringan antara usahawan dengan pekerja migran, contohnya di bawah ini:

Di Taiwan, ada suatu tempat yang cukup terkenal bernama Kampung Indonesia (*Little Indonesia*) di sepanjang Taipei Main Station, terdapat banyak kios tempat penukaran mata uang asing yang ramai. Pasar ini melayani pekerja-pekerja Indonesia dan pekerja asing lainnya yang bermaksud mengirmkan hasil kerja kerasnya ke keluarga di desa asal mereka. Biasanya pada hari Sabtu atau Minggu, jumlah migran di Taipei Main Station itu bisa mencapai ratusan orang. Para pekerja ini akan membentuk kelompok-kelompok kecil yang telah memiliki salah satu orang yang menjadi sangat penting di sana. Setiap kelompok yang berkumpul tersebut terdapat seorang “ketua/laoban/bos” yang memimpin atau dianggap ketua dalamkelompok pekerja migran. Harga nilai tukar mata uang asing diumumkan ke orang-orang yang mengelilinginya. Seorang pekerja biasanya telah memiliki kelompok sendiri sesuai dengan daerah asal mereka dan tentu saja dengan laoban di tengahnya, ia akan mengatakan kepada si ketua itu kemana dan kepada siapa ia ingin mengirimkan uang itu. Ketua akan mencatat tujuan uang itu dalam sebuah buku yang dimilikinya, dan “memetraikan” kesepakatan bisnis ini dengan janji dan jabatan tangan. Selesai sudah, tidak ada tanda terima yang diberikan kepada kliennya (para pekerja asing itu). Setelah itu si ketua akan pergi ke tempat pengiriman uang dan mengirimkan uang berdasarkan catatan yang sudah dia buat tadi. Usahawan yang memiliki jasa pengiriman uang pasti akan bekerja sama dengan para ketua-ketua kelompok pekerja migran ini.

Di Taipei sebenarnya tidak kekurangan bank atau agen pengirim uang, namun para pekerja asing khususnya orang Indonesia lebih banyak memilih pada ketua mereka. Ada beberapa alasan. Para ketua ini biasanya datang dari negara, latar belakang bahkan desa yang sama dengan para pekerja migran itu sendiri. Beberapa di antaranya juga dulu ada pernah atau masih bekerja sebagai pekerja migran seperti mereka, jadi dapat dikatakan bahwa ketua ini sudah mengerti cara dan kebiasaan pekerja migran. Kalau bukan berasal dari pekerja migran biasanya mereka adalah agen yang menjadi penyalur tenaga kerja di Taiwan. Jadi ketua bukan hanya bisa merasakan kerja keras dan keadaan kliennya, mereka juga memiliki keterkaitan dengan rumah dan keluarga para pekerja. Lagipula para ketua ini memberikan harga nilai tukar yang tidak jauh berbeda daripada bank atau agen penukaran uang lainnya. Hanya sedikit memberikan beban biaya tambahan ataupun komisi secukupnya. Yang lebih penting lagi, ketua yang biasanya relasi dari suatu toko dimana usahanya telah mapan mendapatkan reputasi yang baik karena mereka terbukti bisa diandalkan dan dipercaya dalam memegang janjinya dan mengirimkan barang yang disepekati.

Sistem penukaran dan pengiriman uang seperti ini tidak hanya ada di Taipei saja. Di daerah-daerah Taiwan dimana banyak tenaga kerja asing, jaringan kerja informal semacam ini biasanya akan muncul. Selain alasan-alasan yang dikemukakan sebelumnya, perlu diperhatikan bahwa tenaga kerja asing yang tidak punya kemampuan khusus biasanya adalah orang-orang yang tidak berpendidikan atau berpendidikan sangat

rendah. Jadi mereka cenderung takut memasuki bank dan segala birokrasi dan pelayanannya yang impersonal. Juga adanya biaya tambahan. Sebaliknya, ketua adalah orang-orang yang mereka kenal. Jika sampai keluarga mereka tidak menerima uangnya maka mereka akan memburu laoban tersebut karena mereka mengenalnya secara pribadi. Ini adalah sistem yang dibangun di atas dasar kepercayaan, sebab itu para ketua diharapkan menjaga kepercayaan mereka sehingga bisnisnya bisa terus berlanjut.

5.3 Manipulasi Identitas

Tanpa disadari, siasat yang dijalankan saat menjalankan usaha atau bahkan ketika menanggulangi persoalan itu memunculkan persoalan identitas. Tampaknya migran usahawan ketika menyesuaikan dengan lingkungan dimana mereka berada baik dalam lingkungan usaha maupun dalam lingkungan pergaulan sehari-hari membentuk identitas yang berbeda-beda dan berubah-ubah. Tindakan seorang migran melakukan manipulasi identitas dilakukan dengan tujuan untuk kepentingan/keperluan yang mereka butuhkan. Seperti yang telah di kupas secara umum dalam bab satu, bahwa seorang migran usahawan bisa mengklaim beberapa identitas dalam situasi yang berbeda-beda sebagai bagian dari pragmatisme manajemen kesan pribadi (untuk tujuan tertentu misalnya mendapat demi mendapat keuntungan, memperoleh gengsi, mendapatkan pembagian distribusi sumber daya atau pengakuan dari orang lain).

Pada sub bagian ini akan dikupas mengenai pembentukan identitas dan mekanisme penggunaannya di lingkungan mereka biasa digunakan untuk mengatasi persoalan individu/rumah tangga buruh maupun kolektif. Dalam studi ini penulis menggunakan istilah identitas yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan. Identitas yang disesuaikan ini untuk menunjukkan suatu penghayatan seorang individu tentang gambaran dirinya dan juga menunjuk pada penghayatan individu dalam membangun kesatuan tentang dirinya dalam pengalaman emosional yang mereka alami. Identitas semacam ini sifatnya fleksibel karena mudah berubah, menyesuaikan dengan kondisi sosial dan budaya dimana mereka berada⁷. Penggunaan identitas yang menyesuaikan dalam studi ini menunjuk pada pentingnya proses identifikasi dan bukan pada sifat dasar yang melekat dalam diri individu tersebut. Identifikasi melalui proses di mana individu memasukkan dan mengintegrasikan atribut yang dimiliki

⁷ Menurut James Brown (1998) isi dari identitas diri bisa memiliki jangkauan yang luas yang mencakup aspek material, spiritual maupun sosial. Aspek material akan menunjuk pada obyek, orang dan tempat yang secara nyata menandakan kepemilikan individu. Ada dua kategori yang dapat dipisahkan untuk aspek ini yakni tubuh secara fisik dan perluasan dari tubuh yakni tubuh secara sosial. Aspek ini akan mencakup semua orang, tempat, dan suatu benda yang secara psikologis menjadi bagian dari diri individu. Kemudian, aspek spiritual akan menunjuk pada kepemilikan kualitas psikologis seperti kemampuan, sikap, emosi, minat, motif, pendapat, ciri sifat dan kehendak. Selanjutnya, aspek sosial secara umum mengekspresikan peran dan posisi yang menyediakan tempat bagi individu dalam konteks sosial yang luas. Misalnya, 'Saya warga negara suatu negara, 'Saya seorang *manage, bankir, sales*, 'Saya anak seorang jenderal dan lain sebagainya.

orang lain atau kelompok, dan mentransformasikan ke dalam diri individu melalui tindakan yang mereka pilih. Identifikasi dilakukan melalui upaya penggabungan: pengambilan objek, keseluruhan maupun sebagian, untuk membentuk basis identitas diri. Atau dengan kata lain, identitas diri itu dibangun, diciptakan melalui kegiatan memilih dan mengambil bagian tertentu dari orang atau objek lain.

Bersosialisasi Melalui Bahasa Mandarin

Berdasarkan hasil pengamatan, penulis mendapatkan gambaran bahwa mayoritas pengusaha Indonesia di Taiwan terdiri atas dua golongan yaitu golongan pengusaha yang beretnis Cina Indonesia dan golongan pengusaha Indonesia dari etnis Jawa dan lain-lain. Untuk golongan Cina terdiri dari orang-orang yang berasal dari etnik *Khe (Hakka)* yang merupakan mayoritas, dan pula golongan *Hokkian, Kongfu, Kanton* dan *Teociu*. Pada kelompok etnis Cina ini dalam menjalankan proses identifikasi diri ke dalam kebudayaan masyarakat Taiwan tampaknya lebih mudah untuk bercampur dengan kehidupan warga Taiwan. Salah satunya karena ada kesamaan secara ras (warna kulit dan muka yang tidak jauh berbeda) sehingga tidak tampak suatu perbedaan yang mencolok. Namun persoalan akan muncul bila telah berinteraksi secara langsung dengan warga masyarakat lainnya. Khusus bagi mereka yang telah memiliki kemampuan bahasa mandarin, dalam percakapan akan tidak mengalami banyak masalah. Namun bagi mereka yang belum menguasai bahasa mandarin akan kesulitan untuk berkomunikasi.

Pengalam dari usahawan Erwin yang ketika datang pertama kali ke Taiwan sama sekali tidak bisa berbahasa Mandarin, sempat membuat dia merasa kesulitan untuk melakukan proses adaptasi dalam lingkungan maupun dalam lingkungan pekerjaan dia. Sedikit ataupun banyak bahasa adalah faktor yang dapat menentukan keberhasilan dalam berusaha. Apalagi dia berada di dalam lingkungan sehari-hari yang lebih banyak orang Taiwannya daripada lingkungan orang Indonesia. Istri dan keluarganya adalah orang Taiwan. Artinya dia akan berusaha agar tidak terlalu tampak berbeda dengan lingkungan dia. Ketika ada perkumpulan keluarga atau mengikuti acara dalam keluarga Erwin pada awalnya tampak seperti orang asing karena sama sekali tidak mengerti apa yang sedang dibicarakan dan di komunikasikan kepada dia. Menjadi orang yang berbeda karena ketidakmampuan berbahasa akan sangat mengganggu dalam usaha menyatu dengan masyarakat atau lingkungan tempat dia berada.

Pada kelompok usahawan yang beretnis Cina banyak sekali ditemukan kasus semacam ini, bila mereka belum menguasai bahasa mandarin mereka akan mengikuti kursus

bahasa yang banyak dibuka di berbagai kampus yang ada di Taiwan. Seperti telah dikisahkan oleh Dede pada bab sebelumnya, banyak di antara mereka melakukan kursus bahasa sambil di selingi dengan kegiatan kerja paruh waktu. Mengapa mereka perlu untuk melakukan kursus bahasa, hal ini dikarenakan beberapa tujuan, diantaranya adalah, kedatangan mereka ke Taiwan hampir rata-rata adalah keinginan bekerja di berbagai perusahaan atau kantor milik orang Taiwan, sehingga mereka memerlukan kemampuan bahasa mandarin yang fasih untuk bisa masuk dan bekerja pada perusahaan Taiwan tersebut. Jadi kemampuan berbahasa mandarin juga digunakan agar mereka bisa segera identik dengan orang Taiwan pada umumnya. Selain gengsi dan kebanggaan pribadi tentunya bisa berbahasa mandarin dengan fasih.

Walaupun tidak semua mereka berkeinginan dan dapat masuk pada perusahaan atau kantor milik orang Taiwan. Banyak di antara mereka bahkan malah terjun ke dalam dunia bisnis yang marak terjadi belakangan ini. Persoalan berbahasa mutlak diperlukan dalam dunia usaha migran Indonesia terutama sekali sangat diperlukan ketika harus berurusan dengan para petugas administrasi yang mengurus berbagai aturan dan keperluan dalam membuka toko. Di samping itu, bahasa mandarin sangat diperlukan juga ketika berhubungan dengan warga sekitar toko, paling tidak mereka dapat menjelaskan beberapa alasan mengapa mengapa mereka membuka toko di wilayah tersebut. Atau untuk keperluan dalam percakapan sehari-hari dengan warga sekitar. Kemampuan berbahasa merupakan salah satu identitas yang sangat penting untuk memperlihatkan bahwa mereka juga adalah sama sebagai Cina seperti warga Taiwan pada umumnya. Walaupun mereka Cina dari Indonesia bila mereka tidak memiliki kemampuan berbahasa Cina dampak yang dirasakan adalah mereka akan mendapatkan image yang buruk, bahwa mereka dianggap sudah bukan bagian dari masyarakat Cina lagi.

Dari gambaran di atas pendekatan identitas diri ini tampak bersifat hubungan timbal balik. Hal ini sejalan seperti pendapat dari Mead (1990) yang menyatakan bahwa diri (*self*) dan identitas itu sendiri dimulai dengan asumsi terdapat hubungan yang resiprokal antara diri dengan masyarakat. 'Diri' (*self*) akan mengikuti sistem yang berlaku di masyarakat melalui perilaku secara individual yang dengan demikian akan membentuk berbagai pola adaptasi. Di sisi yang lain, masyarakat juga telah memberikan pengaruh terhadap diri melalui bahasa dan pemaknaan yang memungkinkan seseorang untuk mengambil perannya terhadap lingkungan di sekitar mereka. Pola ini terikat dalam interaksi sosial, dan merefleksikan dirinya sebagai objek. Proses selanjutnya dari refleksifitas membentuk inti dari 'diri' (*selfhood*). Pernyataan ini lebih bersifat sosiologis dimana identitas adalah tentang diri dan

sosial, tentang diri kita dan tentang relasi kita dengan orang lain. Identitas bukanlah suatu hal yang paten yang kita miliki, melainkan suatu proses menjadi. Dengan kata lain, identitas merupakan hasil dari proses sosial seperti yang dikatakan oleh Richard Jenkins (1996) dalam teori identitasnya mengenai identitas sebagai produk sosial.

Karena identitas merupakan proses sosial yang berhubungan dengan manusia lain, maka perlu melihat pula hubungan di antara mereka. Khususnya untuk berbahasa di kalangan sesama etnis mereka, pada umumnya menggunakan “bahasa keakraban”, yaitu bahasa Cina dialek dari daerah mana mereka berasal. Ada banyak dialek yang penulis temukan pada golongan pengusaha ini, misalnya pada usahawan etnis Cina yang berasal dari Bangka atau Medan. Di antara sesama mereka banyak yang menggunakan bahasa Melayu Bangka atau bahasa Cina Medan. Usahawan etnis Cina Melayu menggunakan “bahasa solidaritas” yaitu bahasa Melayu Bangka (walaupun kadang-kadang bercampur dengan katakata dan istilah dari bahasa *Khe'*). Penggunaan bahasa seperti ini merupakan salah satu bahasa komunikasi. Bahasa subetnis *Hokkian*, *Kong Fu*, dan lain-lain juga digunakan dalam lingkungan pergaulan masing-masing karena pada umumnya masing-masing subetnis tidak memahami bahasa subetnis lainnya.

Meraih Keuntungan Dengan Perkawinan

Perkawinan dengan warga Taiwan juga sudah sering terjadi. Yang cukup menarik disini adalah perkawinan sering dijadikan alat untuk memperoleh identitas ke-Cina-an juga dan sekaligus untuk mendapatkan keuntungan. Pada awalnya tidak ada kepentingan apapun dari suatu perkawinan campur ini. Namun ketika di letakan dalam kerangka hubungan bisnis, perkawinan sering dijadikan tujuan agar dapat memperoleh hidup layak atau kemudahan-kemudahan yang bisa di raih. Seperti halnya Acuy yang memperistri seorang wanita Taiwan, dia dapat memanfaatkan untuk keperluan membangun bisnis yang dia inginkan semenjak dia berangkat bekerja ke Taiwan. Atau Dede yang juga memanfaatkan hubungan perkawinannya dengan adiknya Usman yang juga menjadi warga negara Taiwan sehingga perkara administrasi dan hubungan bisnis yang dia jalankan bersama dengan kawan atau koleganya orang Taiwan dapat berjalan lebih mudah. Menyamakan diri atau mempersepsikan diri menjadi seperti orang Taiwan tampaknya memudahkan usahawan dari golongan etnis Cina Indonesia untuk membuka jalan yang lebih luas membangun usaha ke arah yang lebih besar.

Dalam kegiatan praktis seperti bisnis atau pertemanan di antara kelompok-kelompok migran, suatu hubungan antar dua budaya seringkali tidak terelakan. Henny, orang Taiwan keturunan Hongkong, misalnya, merasa lebih memahami dunia dan pengetahuan baru setelah

bergaul dengan Acuy, orang Indonesia yang berasal dari Kalimantan. Pandangannya tentang stereotipe pada budaya Indonesia dan juga pandangan dia tentang pekerja migran yang sering bermasalah serta miskin menjadi kian berkurang. Henny yang dulunya bekerja sebagai suplier alat-alat rumah tangga, banyak mempekerjakan migran yang berasal dari Indonesia. Dengan semakin banyak mengenal orang Indonesia, Henny merasa lebih efektif dalam menyelesaikan konflik yang terjadi dalam hubungannya dengan orang Indonesia maupun budaya lain. Dalam perkembangan selanjutnya, seringkali terjadi kedekatan antara sesama pekerja migran. Henny yang sehari-hari sering berhubungan dengan Acuy sebagai manajer pegawai menjadi dekat. Dari kemesraan hubungan pertemanan, berlanjut pada perkawinan campuran. Mereka memilih kawin dengan pasangan campuran karena merasa memiliki minat yang sama dengan pasangannya. Ketertarikan fisik, kesukaan akan hiburan yang sama dan bahkan kesamaan sosial ekonomi juga merupakan alasan pemilihan pasangan. Seperti pasangan pada umumnya, pasangan perkawinan campuran ini tertarik pada pasangannya karena memandang atas kesamaan di antara mereka, di bandingkan atas perbedaannya.

Kemungkinan terjadinya perkawinan campuran ini karena kontribusi dari akulturasi budaya. Orang yang melebur atau asimilatif pada suatu budaya campuran sesama migran, cenderung berfikir positif pada perkawinan campuran. Dia tidak merasa bermasalah. Apalagi kedua orang tua mereka adalah pasangan Cina campuran juga, yang dibedakan secara geografis, antara Taiwan dan Cina Daratan. Bagi Acuy sendiri, dengan perkawinan campuran ini tentunya akan mendapatkan keuntungan lain yaitu perolehan status kewarganegaraan. Faktor ekonomi juga turut mempengaruhi. Fenomena ini tampaknya lebih kuat terjadi pada kaum migran yang berasal dari luar Taiwan. Misalnya, Acuy yang memilih pasangan bukan dari etnisnya karena diantara calon yang tersedia saat itu, lebih berprospek secara ekonomis bagi kehidupannya kelak dibandingkan calon pasangan yang sama-sama dari Kalimantan. Di Taiwan bila ada pasangan menikah, salah satu pasangannya dapat memilih menjadi warga negara Taiwan dan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah memungkinkan adanya hal ini. Kebanyakan perempuan Indonesia yang menikah dengan pria Taiwan dapat menjadi sponsor istrinya tersebut untuk menjadi warga negara Taiwan. ada alasan lain yang cukup unik dan kerap disampaikan sambil lalu adalah 'perbaikan keturunan'. Mungkin saja terjadi karena ada perasaan superioritas dari etnis tertentu menjadi daya tarik untuk melakukan perkawinan campuran.

Secara umum alasan orang melakukan perkawinan campuran dapat dilandasi oleh beberapa hal. Pertama, karena masalah tempat tinggal. Di Taipei, dapat kita temui, darah-

daerah yang menjadi kantong migran dari etnis tertentu, daerah Filipina, daerah Afrika, Indonesia dan lain-lain. Mengingat percampuran yang sering terjadi, migran dari daerah tertentu dapat memungkinkan terjadinya kawin campur. Mereka bahkan lebih memahami dan bahkan merasa nyaman dengan budaya setempat. Kepekaan terhadap dimensi-dimensi budaya setempat, kian membuat migran merasa menjadi bagian dari budaya migran setempat.

Menjual Atribut Demi Keuntungan

Seluruh informan menyatakan bahwa ketika menjalankan bisnis yang mereka lakukan difokuskan sebagian besar adalah untuk melayani kebutuhan dari buruh migran Indonesia yang ada di Taiwan. Ketika seorang usahawan melakukan usaha tentu saja tujuan akhir adalah mendapatkan keuntungan. Dengan banyaknya jumlah toko/warung Indonesia yang ada di Taiwan memperlihatkan bahwa menjalankan bisnis toko atau warung Indonesia adalah menguntungkan. Selain mendapatkan keuntungan ada juga gambaran mengenai keinginan untuk membantu kawan-kawan senasib dan sepenanggungan yang merantau mengadu nasib di negeri Taiwan. Toko Indojaya milik Dede dan Toko Anugerah milik Rosi adalah toko Indonesia yang tidak hanya melulu menjual barang-barang produk Indonesia namun juga memberikan pelayanan bagi pekerja migran seperti; kursus bahasa mandarin, kursus internet, penyediaan majalah, memberikan ruang khusus untuk konseling, hingga fasilitas karaoke.

Melihat dialektika hubungan ini, dapat dikatakan bahwa tampaknya loyalitas terhadap nasib kawan-kawan migran dan segala kebutuhannya mewarnai pembentukan toko/warung Indonesia. Dua bidang dari kehidupan usaha mereka ini, yaitu bidang kehidupan pribadi (untuk mendapatkan keuntungan) dan bidang kehidupan umum (dengan melayani kebutuhan migran) saling berhubungan. Kedua loyalitas itu tampaknya lebih saling melengkapi daripada saling bersaing atau saling terlibat dalam konflik. Namun bila dicermati lebih dalam, dua atribut yang mengatasnamakan bantuan bagi pekerja migran dan pelayanan barang-barang kebutuhan adalah upaya halus untuk sebesar-besarnya mendapatkan pelanggan. Pada masa akhir waktu penelitian yang dilakukan penulis, tampak sekali bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh usahawan mencantumkan atribut semacam ini. Persaingan antar toko menjadi latar belakang jualan atribut ini. Persaingan bukan hanya dengan sesama pemilik toko/warung Indonesia namun juga bersaing dengan toko milik usahawan dari negar lain seperti Filipina, Vietnam, Thailand dan lain-lain.

Dengan menjual atribut yang berbau pekerja migran, sebenarnya mereka berharap bisa menarik pelanggan lain sesama pekerja migran lainnya. Rata-rata migran dari negara lain

juga membutuhkan barang-barang yang tidak jauh berbeda, seperti kebutuhan untuk komunikasi atau membeli barang-barang makanan atau untuk mengirimkan uang kepada keluarganya di negara asal mereka. Atau di waktu senggang libur pekerja dari Filipina dan Thailand ingin melakukan hiburan bernyanyi karaoke, para usahawan ini juga berusaha untuk dapat memfasilitasi pula. Atau bahkan seperti yang di gambarkan pada bab dua, bila ada pria-pria/wanita-wanita pekerja asing yang ingin mencari teman wanita/teman pria sering sekali mengunjungi toko/warung Indonesia untuk bersenang-senang.

Pertalian antaretnis juga menjadi atribut yang dimanipulasi sebagai upaya untuk membaurkan diri dan sekaligus bagaimana usahawan dapat mengambil keuntungan. Seperti contoh restoran Borneo milik Acuy, atau restoran Surabaya milik Mba Ai atau restoran Anugerah milik Rosi, mereka juga tetap mempersatukan dirinya dengan gagasan mengenai tempat daerah asal mereka di Indonesia, tidak melulu dengan budaya migran di Taiwan. Mereka mengidentifikasi diri dengan negeri tempat mereka lahir dan tetap sadar sebagai orang Indonesia. Mereka memiliki “identitas nasional” sebagai orang Indonesia, “identitas komunal” sebagai orang Indonesia, dan juga bahkan “identitas budaya” sebagai orang *Hakka (Khe)*, *Kongfu*, *Kanton*, *Hokkian* dan *Teociu*. Dengan identitas yang mudah di kenali ini, maka secara tidak sadar si pelanggan merasa akan berada di negerinya sendiri dan beradda dalam lingkungan teman-teman sederhana di mana dia berharap bisa mendapatkan nostalgia tentang kampung daerah asal mereka. Usahawan sangat jeli memanfaatkan model-model identitas semacam ini yang berasal dari identitas budaya migran. dengan kejelian ini mereka dapat meraih keuntungan dengan mendatangkan banyak pelanggan/konsumen berbelanja taua sekedar mampir ket oko/warung milik mereka ini.

Selain golongan usahawan yang merupakan orang Cina Indonesia, sebenarnya adapula golongan usahawan yang bukan dari etnis Cina Indonesia. Penulis juga banyak menemukan pengusaha yang berasal dari Jawa dan beragama Islam. Dapat dikatakan bahwa mereka adalah pengusaha muslim yang pada umumnya dalam menjalankan usahanya terkonsentrasi di dekat Mesjid atau daerah yang banyak konsentrasi perkumpulan Muslim Indonesia. Misalnya dekat Masjid Agung Taipei, Masjid Kecil, dekat kampus yang banyak mahasiswa dan buruh migran Indonesia berkumpul. Pengusaha muslim yang bergerak pada usaha yang bermacam-macam. Pengusaha Muslim banyak yang bergerak dalam bidang usaha toko pakaian jadi khusus baju-baju Muslim, ada juga yang berusaha pada jenis usaha, seperti, kounter hand phone, rumah makan dan toko swalayan, wilayah penyebarannya agak terkonsentrasi pada tempat-tempat yang di sebutkan di atas namun masih banyak yang di pusat kota. Pengusaha Muslim yang menjadi pengusaha sukses tidak berangkat dengan modal

usaha yang besar, tetapi mereka berangkat dengan modal semangat dan jaringan yang berasal dari kelompok mereka. Yang tidak kalah menarik dari etos kerja pengusaha Muslim adalah bahwa tingginya etos kerja mereka tidak hanya didorong oleh motif-motif ekonomi semata, tetapi juga didorong oleh motif religi dan sosial. Mereka menjalankan identitas Muslim dengan memelihara sejumlah pranata seperti pranata pendidikan yang tercermin dari bentuk pengajian atau ceramah yang ada di mesjid atau mushola. Secara tidak langsung mereka-mereka yang sering melakukan kegiatan keagamaan akan datang ke toko mereka untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan.

Di satu sisi pengusaha Muslim di Taiwan sudah menunjukkan profesionalisme yang memadai baik dalam menyediakan kebutuhan konsumen, pelayanan sampai pada penataan barang. Tetapi, di sisi lain mereka masih lemah dalam hal kerjasama sesama pengusaha. Hal tersebut terbukti bahwa di antara para pengusaha muslim tersebut belum ada forum yang bisa dijadikan sebagai media komunikasi, meskipun banyak di antara mereka sangat menginginkan terbentuknya forum tersebut. Seperti yang dituturkan oleh Zainal Abidin, yang mengatakan bahwa hingga saat ini belum ada yang khusus mengorganisasikan pengusaha Muslim. Tetapi sebetulnya memang perlu di bentuk. Hal ini perlu karena pertama, untuk bidang usaha dan kedua, adalah untuk memelihara aqidah kita. Penuturan Zainal Abidin, pemilik warung makan Zainal Abidin di kota Kaoshiung, kota paling selatan di Taiwan menyatakan sebenarnya sudah pernah tetapi gagal karena ada sekat-sekat organisasi. Terkait dengan promosi usaha melalui dunia periklanan, kebanyakan pengusaha Muslim di Taiwan belum banyak memanfaatkannya. Namun demikian, bukan berarti mereka menjadi pasif terhadap promosi atas kegiatan usahanya. Kereliasian dengan berbagai masyarakat Islam di Taiwan selalu mereka kembangkan melalui organisasi-organisasi sosial atau kegiatan yang mereka ikuti, seperti ceramah, pengajian atau bahkan arisan. Dalam mengembangkan kiat untuk menjaga kereliasian dengan mitra maupun konsumen, mereka membawa atribut agama yang akan lebih mudah masuk kepada konsumen mereka. Dari contoh usahawan Muslim ini, tampaknya mereka juga memanfaatkan identitas keagamaan sebagai basis mereka dalam berusaha atau berdagang.

Filename: BAB V Baru
Directory: D:\TESISP~1
Template: C:\Documents and Settings\T o m y\Application
Data\Microsoft\Templates\Normal.dotm
Title: BAB IV
Subject:
Author: Erika Magdalena Chandra
Keywords:
Comments:
Creation Date: 5/14/2008 4:35:00 PM
Change Number: 170
Last Saved On: 7/9/2010 8:35:00 PM
Last Saved By: Erika Magdalena Chandra
Total Editing Time: 2,329 Minutes
Last Printed On: 7/10/2010 12:05:00 PM
As of Last Complete Printing
Number of Pages: 24
Number of Words: 9,448 (approx.)
Number of Characters: 53,855 (approx.)

