

Faktor Determinan Jiwa Berwirausaha Pedagang Minang Perantauan

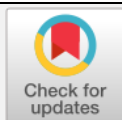
Hendra Cipta 

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam,
Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung,
33173 Bangka, Indonesia; hendracipta@iainsasbabel.ac.id

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Hasil Penelitian



Sitasi Cantuman:

Cipta, H. (2019). Determinant Factors of Entrepreneurial Spirits among the Minangkabau Migrant Merchants. *Society*, 7(2), 233-250.

DOI : [10.33019/society.v7i2.110](https://doi.org/10.33019/society.v7i2.110)

Hak Cipta © 2019. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh Society

OPEN  ACCESS



Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-NonKomersial-BerbagiSerupa (CC BY-NC-SA)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor penyebab banyaknya perantau Minang yang berprofesi sebagai pedagang. Suku Minang dikenal sebagai suku yang memegang teguh budaya dimana budayanya berbasis syariat dengan pepatah adat basandi syara'; syara' basandi kitabullah (adat bersendikan syariat; syariat bersendikan kitabullah). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ipuh Provinsi Bengkulu dengan 150 orang pedagang Minang sebagai sampel penelitian. Dipilihnya lokasi penelitian ini dengan pertimbangan perantau Minang yang menetap di Kecamatan Ipuh karena tidak jauh dengan perbatasan Provinsi Sumatera Barat sehingga pengaruh budayanya masih kuat. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, variabel yang digunakan adalah jiwa entrepreneur sebagai variabel dependen; sedangkan sebagai variabel independennya adalah faktor ekonomi, budaya, keturunan, pendidikan, dan kemandirian. Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metodologi kuantitatif dengan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan hanya variabel budaya yang mempengaruhi jiwa entrepreneur pedagang Minang di perantauan karena memang budaya yang tidak terpisahkan dengan syariat selalu dijunjung tinggi oleh suku Minang dimanapun berada. Tidak signifikannya pengaruh pendidikan, ekonomi, keturunan dan kemandirian berimplikasi bahwa untuk menjadi seorang wirausaha tidak harus berlatar belakang pendidikan tinggi, tidak harus mempunyai orang tua yang berwirausaha, dan juga tidak harus karena tekanan ekonomi membuat keinginan berwirausaha muncul. Temuan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh budaya matrilineal terhadap jiwa berwirausaha pemuda Minang, temuan berikutnya adalah

Dikirim: 31 Oktober, 2019;
Diterima: 27 Desember, 2019;
Dipublikasi: 31 Desember, 2019;

budaya matrilineal juga mampu meningkatkan jumlah wirausaha dari kalangan perempuan.

Kata Kunci: *Matrilineal; Migran; Minang; Pedagang; Tradisi; Wirausaha*

1. Pendahuluan

Jiwa *entrepreneurship* dimiliki oleh seseorang yang mempunyai jiwa berinovasi dalam dirinya (Qosja & Druga, 2015). Jiwa *entrepreneurship* (wirausaha) tumbuh dipengaruhi oleh faktor budaya yang berkembang di suatu masyarakat. Memang tidak semua budaya bisa memberikan pengaruh terhadap orientasi berwirausaha, namun beberapa budaya di daerah tertentu ada yang mempunyai pengaruh kuat terhadap orientasi berwirausaha masyarakatnya (Watson *et al.*, 2019).

Budaya memiliki pengaruh yang kuat bagi pertumbuhan pendapatan pengusaha. Di daerah yang memiliki relasi budaya yang tinggi, biasanya pengusaha laki-laki mendapat manfaat lebih dalam hal pertumbuhan pendapatan dari sisi luasnya jaringan, sementara pengusaha perempuan tidak diuntungkan dalam kondisi ini (Batjargal *et al.*, 2019).

Budaya merupakan kumpulan dari kepercayaan, nilai, perilaku, adat-istiadat dan sikap yang membedakan antara satu individu dengan individu yang lainnya (Sagy *et al.*, 2018). Nilai-nilai budaya ini mempengaruhi budaya yang berkembang di suatu masyarakat, sehingga jika ingin melihat identitas suatu budaya bisa dilihat berdasarkan nilai-nilai budayanya. Budaya tertentu akan memperlihatkan karakternya jika mendapat perhatian dari pihak yang bukan bagian dari budaya tersebut (Fitriyani *et al.*, 2019).

Presiden Joko Widodo, ketika memberi kata sambutan di acara Jambore Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Perguruan Tinggi se-ASEAN pada tanggal 23 Mei 2016 di Telkom University Bandung, menyampaikan masih rendahnya jumlah pengusaha yang ada di Indonesia. Sampai dengan tahun 2016, jumlah pengusaha di Indonesia masih di angka 1,56%, padahal pada standar bank dunia, setiap negara minimal mempunyai 4% jumlah pengusaha. Menurut Presiden Joko Widodo, jika mengikuti angka minimal 4%, maka Indonesia harus mempunyai 5,8 juta orang pengusaha (Tempo.co, 2016).

Entrepreneur dan inovasi berperan besar dalam meningkatkan pertumbuhan dan kesejahteraan nasional di suatu negara (Baluku *et al.*, 2018). *Entrepreneur* yang mampu berinovasi dan mempunyai jaringan yang luas sangat dibutuhkan bagi pertumbuhan ekonomi (Sajilan & Tehseen, 2019). Maka dari itu, dengan semakin banyak *entrepreneur* akan semakin banyak pula peluang terbukanya lapangan kerja baru.

Jusuf Kalla dalam forum Minang *Entrepreneur Award* menyampaikan tidak kurang dari 1 juta orang lulusan sarjana di 4.500 kampus yang terdapat di seluruh Indonesia, dari jumlah tersebut hanya 2% (sekitar 50 ribu orang) yang bisa diangkat menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN) (jurnalsumbar.com, 2019). Dari informasi ini, ada 98 persen potensi yang tidak mendapatkan pekerjaan bagi para lulusan sarjana. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemahaman sejak dini bagi para pemuda agar memunculkan keinginan untuk berwirausaha.

Salah satu suku di Indonesia yang dikenal karena jiwa dan keterampilan *entrepreneur* adalah suku Minang. Hampir di setiap daerah di Indonesia terdapat orang Minang dan rata-rata profesinya sebagai pedagang. Bahkan di beberapa negara di luar negeri juga ada orang Minang yang berdagang.

Kata Minangkabau berasal dari sejarah kedatangan pasukan Enggang yang akan menyerang dari lautan. Melihat hal ini, Datuak Katumanggungan dan Datuak Parapatiah Nan Sabatang menemukan ide agar pasukan Enggang tidak jadi menyerang, maka dibuatlah pertandingan adu kerbau. Pasukan Enggang menggunakan kerbau yang sangat besar, sementara berdasarkan nasehat Cati Bilang Pandai, orang Minang hanya menggunakan bayi kerbau yang baru beberapa hari lepas dari susuan induknya dan pada hidung kerbau tersebut dipasang besi. Ketika hari pertandingan adu kerbau, bayi kerbau tersebut menghampiri kerbau besar milik pasukan Enggang karena dikiranya adalah induknya dan besi yang ditempelkan di hidung bayi kerbau ini menancap di perut kerbau milik tentara Enggang dan melukai serta membelah perut kerbau tersebut. Akhirnya bayi kerbau ini memenangkan pertandingan, berdasarkan kisah ini, Minangkabau berasal dari kata Minang yang berarti kemenangan dan Kabau yang berarti kerbau (Fahma, 2016).

Minangkabau merupakan salah satu suku dari 140 suku yang tersebar pada 3.000 pulau yang ada di Indonesia. Suku Minangkabau terletak di provinsi Sumatera Barat yang dikelilingi oleh gunung Marapi, gunung Singgalang, dan gunung Sago. Banyaknya gunung mengindikasikan secara geografis daerah ini adalah daerah yang subur. Namun, walaupun daerahnya subur, kecenderungan orang Minang lebih suka merantau. Merantau ini adalah aktivitas keluar dari daerah asal dan pergi ke daerah lain untuk mencari penghidupan yang lebih baik, pendidikan yang lebih berkualitas, dan pengalaman yang lebih mendalam. Merantau sudah menjadi tradisi hidup dalam budaya Minang (Franzia *et al.*, 2015). Tradisi merantau ini sudah lama dilakukan oleh suku Minang. Petru (2018) menyatakan, salah satu leluhur orang Malaysia adalah orang Minangkabau.

Suku Minangkabau menggunakan bahasa Melayu sebagai bahasa komunikasi. Suku Minangkabau dikenal mempunyai kesadaran etnis yang tinggi dibandingkan dengan suku-suku lain yang ada di Indonesia. Suku Minangkabau juga dikenal dengan religiusitasnya yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman. Kehidupan sosial suku Minang juga menjunjung tinggi hukum adat (*customary laws*) sebagai basis kehidupan sosial (Murao, 2013).

Metode berfikir Orang Minangkabau bersifat metaforikal karena sifat alam dimetaforakan kepada perilaku kehidupan sehari-hari sehingga dikenal filosofi Minang *Alam Takambang Jadi Guru* (alam terkembang dijadikan sebagai guru). Menurut filosofi ini, orang Minang tidak bisa terlepas dari alam beserta elemennya karena pada hakikatnya manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan membutuhkan pasangan, seperti siang berpasangan dengan malam, langit dan bumi, dan air dengan api. Sebagai bagian dari alam, manusia mempunyai kemampuan untuk belajar dan membaca tanda-tanda yang disampaikan oleh alam (Hadijah, 2019). Orang Minangkabau (dikenal juga dengan orang Minang atau *urang awak*) terkenal dengan kebiasaan merantau. Hampir di seluruh wilayah di Indonesia ditemui orang Minang, bahkan di luar negeri pun juga banyak perantau Minang. Merantau disinggung juga dalam pepatah adat Minang, yang berbunyi: "*karatau madang di hulu, babuah babungo balun, ka rantau bujang daulu, di rumah baguno balun*" (Karatau tumbuh di hulu, belum berbuah dan belum berbunga, pergilah merantau terlebih dahulu, di rumah belum berguna).

Pepatah adat Minang memberikan nasihat kepada pemuda Minang yang masih belia dan belum menikah untuk pergi merantau karena belum mempunyai fungsi dalam struktur adat Minang. Dengan merantau diharapkan menambah pengetahuan dan pengalaman sebagai bekal mempersiapkan diri berperan dalam struktur adat Minangkabau (Munir, 2013).

Budaya Minangkabau merupakan budaya yang unik karena menggunakan sistem kekerabatan matrilineal. Sistem kekerabatan yang berbasis perempuan (jika ditarik ke atas dari garis keturunan ibu dan jika ditarik ke bawah dari garis keturunan anak perempuan). Sistem

kekerabatan dari garis keturunan perempuan ini masih dipegang teguh oleh orang Minangkabau sampai dengan sekarang meskipun sudah ada arus globalisasi dan modernisasi. Sistem kekerabatan matrilineal bersifat kompleks karena mengatur semua hal yang terdapat dalam kehidupan masyarakat adat, baik dalam hal warisan dan perkawinan (Tono *et al.*, 2019).

Beberapa provinsi di Indonesia banyak dihuni oleh orang Minang yang merantau dan kebanyakan dari perantau Minang berprofesi sebagai pedagang yang biasanya berdagang pakaian dan membuka rumah makan. Dari sini muncul pertanyaan, apa yang membuat banyak perantau Minang berprofesi sebagai pedagang? Dan apa faktor yang membuat perantau Minang banyak menjadi pedagang?

Salah satu daerah yang perantaunya masih memegang teguh budaya Minang adalah perantau Minang yang ada di Kecamatan Ipuh Provinsi Bengkulu. Di kecamatan Ipuh, kebanyakan perantau Minang berprofesi sebagai pedagang pakaian, sembako, toko emas, dan rumah makan. Penyebabnya karena daerah ini dahulunya merupakan bagian dari Provinsi Sumatera Barat sebelum berdirinya Provinsi Bengkulu. Pedagang Minang yang terdapat di daerah ini tidak memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi karena ketika mereka memasuki usia sekolah, mereka sudah meninggalkan kampung halaman untuk pergi merantau.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian Heryanto (2011) menemukan faktor-faktor yang membuat orang Minang merantau dan meninggalkan *parak* (sawah dan ladang) adalah faktor tekanan ekologi, tekanan geografis, pendapatan yang kecil pada sektor pertanian, tekanan demografi, tekanan ekonomi, ingin mendapatkan pendidikan yang lebih baik dan keinginan hidup di kota-kota besar. Di antara faktor-faktor ini yang paling dominan adalah faktor ekonomi alasan utama orang Minang pergi merantau dan meninggalkan lahan pertanian.

Penelitian Effendi (1999) menemukan faktor budaya adalah faktor paling besar yang mempengaruhi perilaku para pedagang Minang karena prinsip ekonomi pasar tidak terpisahkan dalam pemahaman budaya Minang secara umum. Keterlibatan yang antusias pada pasar didukung oleh tradisi masyarakat Minang. Orang Minang menjaga pola hidup lokal sosialnya melalui keterlibatannya di pasar dan perdagangan. Hal ini terlihat pada organisasi pasar di Minangkabau.

Hasil penelitian lainnya menemukan bahwa proses faktor pembelajaran terhadap siswa (memuat informasi tentang panduan belajar, upaya siswa, dan proses pendidikan) mampu memediasi hubungan antara aspek psikologi (kebutuhan terhadap pencapaian, kontrol internal, dan kemandirian) dengan niat berwirausaha (Córcoles-Muñoz *et al.*, 2019).

Sementara itu, dukungan relasional dari keluarga, sahabat dan pihak lain berperan dalam menumbuhkan niat berwirausaha. Keluarga dan sahabat merupakan dua pihak yang punya pengaruh besar dalam perjalanan karir seseorang (Ambad & Damit, 2016).

Ramadhan *et al.*, (2016) menemukan faktor-faktor perantau Minang banyak yang berprofesi sebagai pedagang adalah: (1) berdagang sudah menjadi jiwa orang Minang karena sudah turun temurun, (2) faktor kemandirian yang memang sudah tertanam sejak kecil bagi orang Minang, (3) pengaruh eksistensi budaya, dan (4) faktor ekonomi.

Berdasarkan beberapa penelitian yang dijadikan rujukan di atas, maka penelitian ini melanjutkan beberapa penelitian yang sudah ada dengan menambahkan beberapa variabel baru yang belum diteliti oleh beberapa penelitian sebelumnya.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metodologi penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan tahapan merumuskan permasalahan penelitian, melakukan penyusunan model penelitian, mencari data penelitian, mendapatkan solusi, melakukan pengujian terhadap solusi, melakukan analisis terhadap hasil penelitian dan menerapkan hasil penelitian (Kuncoro, 2011).

Populasi pada penelitian ini adalah perantau Minang yang berprofesi sebagai pedagang yang jumlahnya lebih kurang 241 orang di Kecamatan Ipuh Provinsi Bengkulu. Dipilihnya Kecamatan Ipuh sebagai lokasi penelitian karena kecamatan ini dahulunya sebelum bergabung dengan Provinsi Bengkulu merupakan bagian dari Provinsi Sumatera Barat, sampai dengan sekarang budaya Minang masih melekat di beberapa masyarakat Kecamatan Ipuh.

Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive random sampling* yang merupakan metode penentuan sampel berdasarkan kompetensi yang dimiliki oleh sampel yang sesuai dengan tema penelitian (Martono, 2012). Jadi, metode *purposive random sampling* ini merupakan metode pengambilan sampel secara acak, namun tetap mempertimbangkan kompetensi sampel yang diambil yang sesuai dengan tema penelitian ini, atau dengan penentuan sampel berdasarkan tujuan tertentu dari suatu penelitian (Arikunto, 1998). Besarnya sampel adalah 150 orang dengan menggunakan rumus Slovin hasil dari perhitungan populasi 241 orang dengan persentase 5%.

Instrumen pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket dengan skala Likert. Semua pernyataan yang dibuat dalam angket diukur dengan nilai tertinggi 5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = netral, 2 = tidak setuju, dan nilai terendah 1 = sangat tidak setuju. Angket disebarkan kepada para pedagang Minang yang ada di Kecamatan Ipuh Provinsi Bengkulu.

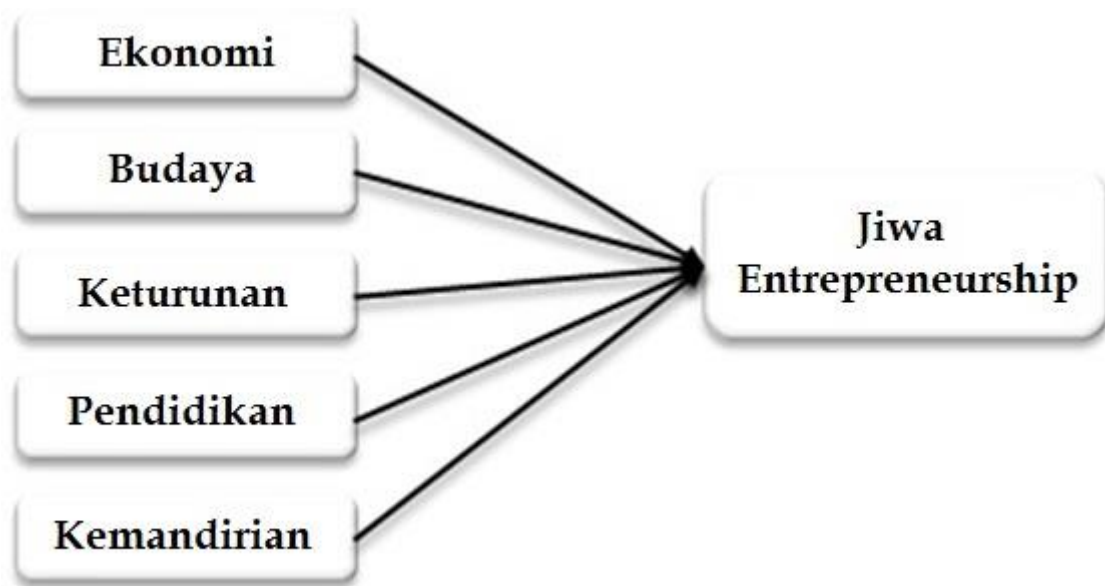
Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda atau *Ordinary Least Squares* (OLS) dengan model regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Y	= jiwa <i>entrepreneurship</i>
α	= konstanta
b_1 - b_5	= koefisien determinasi
X_1	= ekonomi
X_2	= budaya
X_3	= keturunan
X_4	= pendidikan
X_5	= kemandirian
ε	= variabel gangguan

Data penelitian yang sudah dikumpulkan dengan instrumen angket diuji dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, kemudian dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji F, uji T dan uji R^2 (koefisien determinasi). Alat pengolah data yang digunakan pada penelitian ini adalah EViews versi 9. Kerangka pikir penelitian ini terlihat sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pikir Penelitian

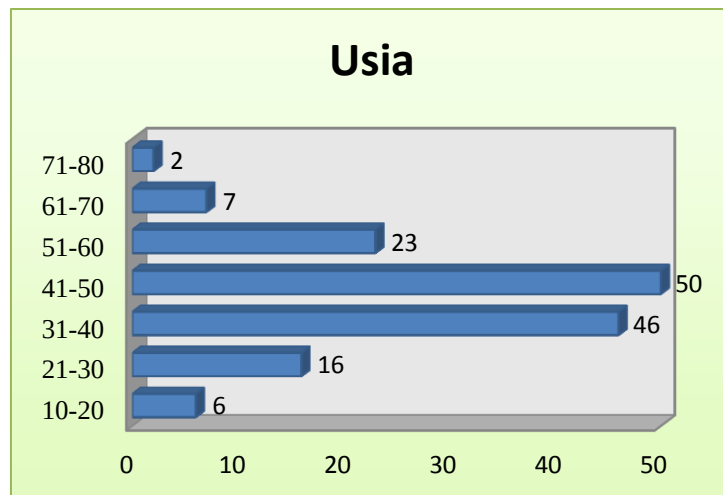


4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Sebelum dilakukan uji terhadap data penelitian, berikut ini disampaikan data deskriptif responden yang mengisi angket:

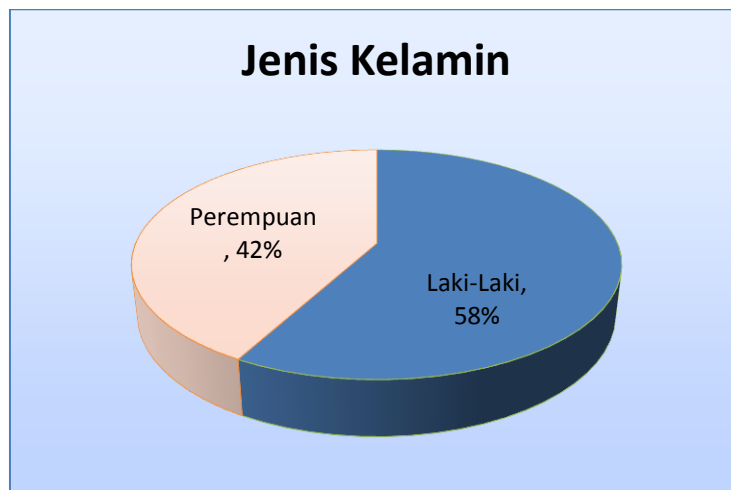
Gambar 2
Pembagian Responden Berdasarkan Usia



Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Kelompok usia terbanyak yang mengisi data angket penelitian ini adalah rentang usia 41-50 tahun sejumlah 50 orang. Sedangkan kelompok usia paling sedikit yang mengisi angket penelitian ini adalah rentang usia 71-80 tahun sejumlah 2 orang. Berdasarkan jenis kelamin, data responden penelitian ini memperlihatkan:

Gambar 3
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

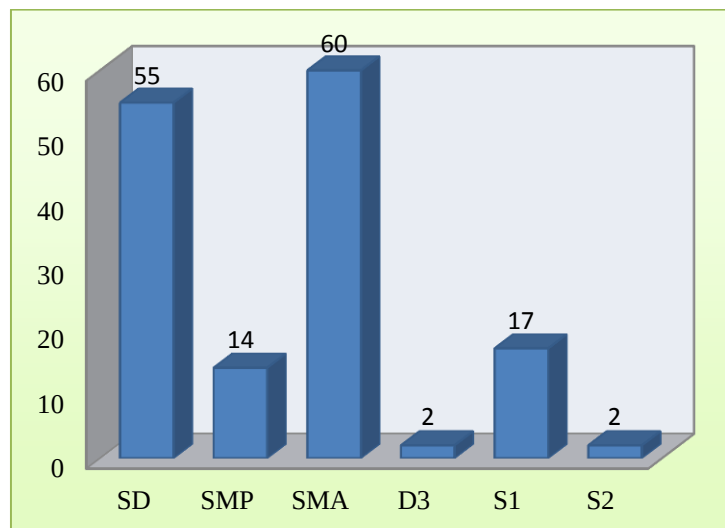


Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Berdasarkan jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 42%. Jika diperhatikan, persentase antara pedagang laki-laki dan pedagang perempuan yang menjadi responden penelitian ini tidak jauh selisih persentasenya.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden yang menjawab kuesioner ini dibagi menjadi:

Gambar 4
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) mayoritas menjawab kuesioner ini (60 orang), kemudian responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) terbanyak kedua yang mengisi kuesioner penelitian ini (55 orang).

Setelah data deskriptif penelitian ini disampaikan, selanjutnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap seluruh pernyataan yang terdapat dalam angket penelitian. Hasil uji validitas terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Uji Validitas Variabel Y

	Pearson Correlation Score_Total	r table	Decision
S1	0,076	0,1603	Invalid
S2	0,46	0,1603	Valid
S3	0,354	0,1603	Valid
S4	0,469	0,1603	Valid
S5	0,157	0,1603	Invalid
S6	0,327	0,1603	Valid
S7	0,194	0,1603	Valid

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Ada tujuh pernyataan dalam variabel jiwa berwirausaha (Y). Dari tujuh pernyataan ini terdapat dua pernyataan yang tidak valid karena nilai r hitungnya $< r$ tabel, yaitu pada pernyataan pertama dan kelima. Nilai r hitung dari pernyataan pertama adalah $0,076 < 0,1603$ (r tabel) dan nilai r hitung dari pernyataan kelima adalah $0,157 < 0,1603$ (r tabel). Pernyataan pertama dan kelima yang tidak valid pada variabel Y ini tidak bisa digunakan lagi dalam uji reliabilitas, sehingga hanya pernyataan yang valid saja yang bisa digunakan pada uji reliabilitas.

Tabel 2
Uji Validitas Variabel X₁

	Pearson Correlation Score_Total	r table	Decision
S1	0,238	0,1603	Valid
S2	0,522	0,1603	Valid
S3	0,352	0,1603	Valid
S4	0,516	0,1603	Valid
S5	0,666	0,1603	Valid
S6	0,393	0,1603	Valid
S7	0,572	0,1603	Valid

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Pada variabel ekonomi (X₁), tujuh pernyataan yang diuji validitasnya semuanya dinyatakan valid karena nilai r hitung $> 0,1603$ (r tabel). Sehingga diputuskan tujuh pernyataan yang terdapat pada variabel X₁ bisa digunakan di uji reliabilitas.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel X₂

	Pearson Correlation Score_Total	r table	Decision
S1	0,577	0,1603	Valid
S2	0,599	0,1603	Valid
S3	0,702	0,1603	Valid
S4	0,704	0,1603	Valid
S5	0,591	0,1603	Valid
S6	0,562	0,1603	Valid
S7	0,447	0,1603	Valid

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Tujuh pernyataan yang terdapat pada variabel budaya (X₂) juga dinyatakan valid dan bisa digunakan pada uji reliabilitas.

Tabel 4
Uji Validitas Variabel X₃

	Pearson Correlation Score_Total	r table	Decision
S1	0,424	0,1603	Valid
S2	0,352	0,1603	Valid
S3	0,428	0,1603	Valid
S4	0,476	0,1603	Valid
S5	0,564	0,1603	Valid
S6	0,515	0,1603	Valid
S7	0,558	0,1603	Valid

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Variabel X₃ dalam penelitian ini adalah variabel keturunan, tujuh pernyataan yang diuji validitasnya semuanya dinyatakan valid dan bisa digunakan pada uji reliabilitas.

Tabel 5
Uji Validitas Variabel X₄

	Pearson Correlation Score_Total	r table	Decision
S1	0,325	0,1603	Valid
S2	0,343	0,1603	Valid
S3	0,258	0,1603	Valid
S4	-0,082	0,1603	Invalid
S5	0,444	0,1603	Valid
S6	0,442	0,1603	Valid
S7	0,512	0,1603	Valid

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Variabel X_4 dalam penelitian ini adalah faktor pendidikan. Dari tujuh pernyataan yang diuji kevalidannya terdapat satu pernyataan yang tidak valid, yaitu pernyataan keempat karena nilai r hitungnya $-0,082 < 0,1603$ (r tabel). Sedangkan enam pernyataan lain pada variabel X_4 ini valid dan bisa digunakan pada uji reliabilitas.

Tabel 6
Uji Validitas Variabel X_5

	Pearson Correlation Score_Total	r table	Decision
S1	0,304	0,1603	Valid
S2	0,266	0,1603	Valid
S3	0,459	0,1603	Valid
S4	0,562	0,1603	Valid
S5	0,462	0,1603	Valid
S6	0,519	0,1603	Valid
S7	0,534	0,1603	Valid

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Variabel X_5 dalam penelitian ini adalah faktor kemandirian. Setelah dilakukan uji validitas tujuh pernyataan yang terdapat pada variabel X_5 ini semuanya dinyatakan valid.

Total enam variabel yang diuji pada penelitian ini, satu variabel dependen (jiwa berwirausaha) dan lima variabel independen (ekonomi, budaya, keturunan, pendidikan, dan kemandirian). Dari keenam variabel ini, masing-masing variabel terdapat tujuh pernyataan yang dimuat dalam angket, sehingga total terdapat empat puluh dua pernyataan yang diuji pada uji validitas.

Setelah dilakukan uji validitas, terdapat tiga pernyataan yang tidak valid, yaitu pernyataan satu dan lima (dari variabel jiwa berwirausaha), dan satu dari variabel independen (pendidikan); yaitu pada pernyataan tiga puluh dua. Pernyataan satu, lima dan tiga puluh dua yang tidak valid tersebut tidak digunakan pada uji reliabilitas. Setelah dilakukan uji validitas, uji berikutnya adalah uji reliabilitas, hasil ujinya adalah:

Tabel 7
Uji Realibilitas

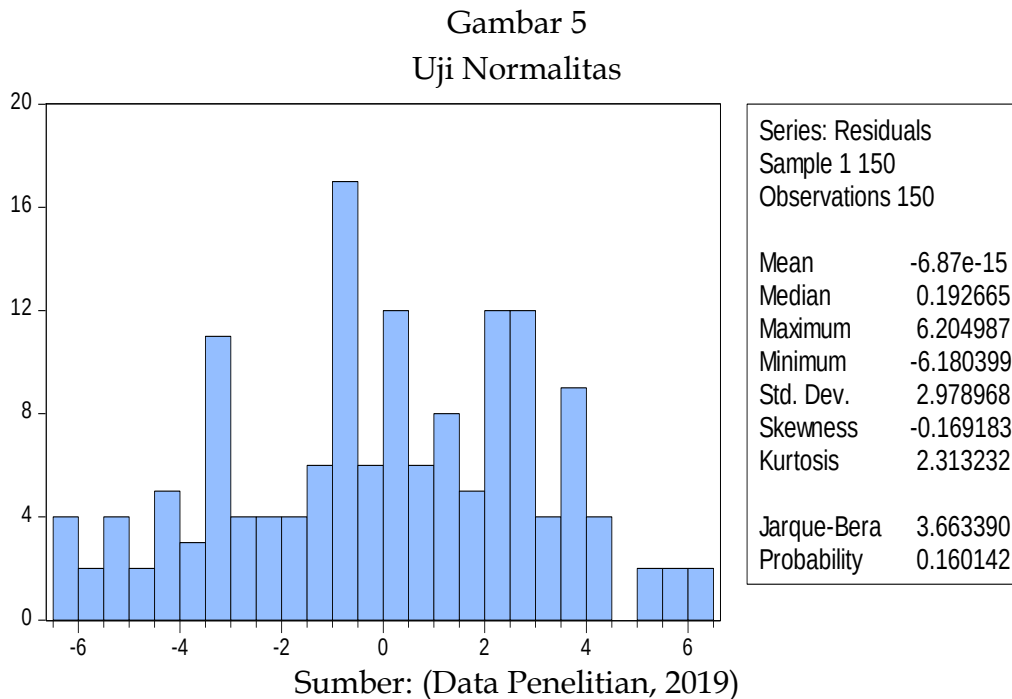
Cronbach's Alpha	r table	N of Items
0,898	0,1603	39

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Nilai Cronbach's Alpha penelitian ini $(0,898) > r$ tabel $(0,1603)$, maka diputuskan data penelitian ini reliabel dan bisa digunakan untuk uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Uji asumsi klasik penelitian ini dilakukan melalui uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Keempat uji asumsi klasik ini menggunakan aplikasi EViews versi 9 sebagai aplikasi pengolah datanya.

Uji normalitas data penelitian ini terlihat pada gambar berikut ini:



Data penelitian ini diputuskan normal, karena probabilitas nilai Jarque-Bera penelitian ini $0,160142 > 0,05$ (nilai signifikansi). Jika data penelitian normal, maka pada tahap selanjutnya data penelitian ini bisa digunakan untuk uji asumsi klasik (statistik parametrik).

Uji berikutnya yang termasuk dalam rangkaian uji asumsi klasik adalah uji multikolinearitas. Hasil ujinya adalah:

Tabel 8
Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors

Date: 10/29/19 Time: 22:39

Sample: 1 150

Included observations: 150

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
Ekonomi	0.006670	90.89451	1.686392
Budaya	0.006095	91.46105	2.125951
Keturunan	0.005547	51.26423	1.538321
Pendidikan	0.002766	17.92628	1.189164
Kemandirian	0.006321	99.63890	1.433278
C	6.125285	100.0604	NA

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Hasil uji multikolinearitas memperlihatkan nilai *Centered Variance Inflation Factors (VIF)* tidak ada satupun dari kelima variabel independen yang nilainya di atas 10, maka diputuskan data penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji ketiga dalam rangkaian uji asumsi klasik adalah uji autokorelasi. Hasil uji autokorelasi terdapat pada gambar berikut ini:

Tabel 9
Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-Statistic	2.309487	Prob. F(2,142)	0.1030
Obs*R-Squared	4.725488	Prob. Chi-Square(2)	0.0942

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Uji autokorelasi penelitian ini menggunakan teori Breusch-Godfrey atau *Lagrange Multiplier Test*. Keputusan tidak terjadi autokorelasi jika nilai probabilitas Obs*R-Squared $> 0,05$.

Nilai probabilitas Obs*R-Squared penelitian ini sebesar $0,0942 > 0,05$, maka diputuskan data penelitian ini tidak terdapat masalah autokorelasi. Uji keempat pada tahapan uji asumsi klasik adalah uji heteroskedastisitas. Berikut ini terlihat hasil ujinya:

Tabel 10
Uji Heteroskedastisitas

Heteroscedasticity Test: ARCH

F-statistic	0.294839	Prob. F(1,147)	0.5880
Obs*R-squared	0.298253	Prob. Chi-Square(1)	0.5850

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Teori yang digunakan pada uji heteroskedastisitas ini adalah teori ARCH. Data penelitian diputuskan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas jika nilai probabilitas Obs*R-Squared $> 0,05$.

Nilai probabilitas Obs*R-Squared penelitian ini adalah $0,5850 > 0,05$, maka diputuskan data penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Uji hipotesis penelitian ini terlihat pada tabel berikut:

Tabel 11
Hasil Uji F, Uji T, dan Koefisien Determinasi

Dependent Variable: Jiwa Berwirausaha

Method: Least Squares

Date: 10/30/19 Time: 05:11

Sample: 1 150

Included observations: 150

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Ekonomi	-0.029170	0.081671	-0.357168	0.7215
Budaya	0.341610	0.078072	4.375544	0.0000
Keturunan	0.097712	0.074475	1.312000	0.1916
Pendidikan	0.034473	0.052592	0.655476	0.5132
Kemandirian	-0.113559	0.079503	-1.428351	0.1554
C	20.29859	2.474931	8.201677	0.0000
R-squared	0.217027	Mean dependent var		29.14667
Adjusted R-squared	0.189841	S.D. dependent var		3.366608
S.E. of regression	3.030245	Akaike info criterion		5.094342
Sum squared resid	1322.263	Schwarz criterion		5.214767
Log-likelihood	-376.0756	Hannan-Quinn criter.		5.143267
F-statistic	7.982898	Durbin-Watson stat		1.656844
Prob(F-statistic)	0.000001			

Sumber: (Data Penelitian, 2019)

Hasil uji F pada tabel 11 di atas memperlihatkan nilai probabilitas F adalah $0,000001 < 0,05$, maka diputuskan secara simultan seluruh variabel independen penelitian ini (ekonomi, budaya, keturunan, pendidikan, dan kemandirian) secara serentak mempengaruhi variabel dependen (jiwa berwirausaha). Jika dibandingkan antara nilai F hitung sebesar $7,982898 > 2,28$ (nilai F tabel), maka secara simultan seluruh variabel independen penelitian ini juga berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Hasil uji T pada tabel 3 di atas memperlihatkan bahwa:

1. Variabel ekonomi tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel jiwa berwirausaha karena probabilitas T $0,7215 > 0,05$ dan nilai T hitungnya $-0,357168 < 1,97658$ (T tabel). Maka diputuskan hasil penelitian ini menolak H_{a1} .
2. Variabel budaya berpengaruh positif signifikan terhadap variabel jiwa berwirausaha karena probabilitas T $0,0000 < 0,05$ dan nilai T hitungnya $4,375544 > 1,97658$ (T tabel). Maka diputuskan hasil penelitian ini menerima H_{a2} .
3. Variabel keturunan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variabel jiwa berwirausaha karena probabilitas T $0,1916 > 0,05$ dan nilai T hitungnya $1,312000 < 1,97658$ (T tabel). Maka diputuskan hasil penelitian ini menolak H_{a3} .
4. Variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variabel jiwa berwirausaha karena probabilitas T $0,5132 > 0,05$ dan nilai T hitungnya $0,655476 < 1,97658$ (T tabel). Maka diputuskan hasil penelitian ini menolak H_{a4} .
5. Variabel kemandirian tidak berpengaruh negatif terhadap variabel jiwa berwirausaha karena probabilitas T $0,1554 > 0,05$ dan nilai T hitungnya $-1,428351 < 1,97658$ (T tabel). Maka juga diputuskan hasil penelitian ini menolak H_{a5} .

Lima variabel independen yang diuji hubungan signifikansinya dengan variabel jiwa berwirausaha, hanya variabel budaya yang mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap variabel jiwa berwirausaha. Artinya, ketika semakin banyak para pedagang Minang yang menjadikan budaya Minang sebagai pegangan hidupnya, maka jiwa berwirausaha para pedagang Minang di perantauan juga akan meningkat.

B. Pembahasan

Hasil regresi penelitian ini berbeda dengan penelitian Ramadhan *et al.*, (2016) yang menyatakan bahwa variabel keturunan, kemandirian, budaya dan ekonomi yang mempengaruhi orang Minang banyak yang berprofesi sebagai pedagang.

Hasil penelitian ini juga berbeda dengan hasil penelitian Heryanto (2011) yang menemukan penyebab orang Minang merantau dan berdagang adalah faktor tekanan ekologi, tekanan ekonomi, tekanan geografis, pendapatan yang kecil dari sektor pertanian, dan karena faktor pendidikan. Namun, hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Effendi (1999) yang menemukan faktor budaya sebagai faktor yang paling mempengaruhi perilaku pasar para pedagang Minang. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Qosja & Druga (2015) yang menemukan faktor sosial dan budaya adalah faktor terpenting dalam pembentukan sikap berwirausaha.

Besarnya pengaruh budaya terhadap konsep hidup orang Minang, termasuk dalam hal ini jiwa berdagang tidak bisa terbantahkan, karena orang Minang adalah pribadi yang menjunjung tinggi adat-istiadat dan budaya dimanapun mereka berada. Adat dan agama selalu dijunjung tinggi oleh orang Minang.

Etnis Minang sangat dikenal karena kemampuannya dalam bidang bisnis dan perdagangan. Kemampuan berdagang orang Minang dipengaruhi oleh tradisi merantau yang sudah mendarah daging. Kebanyakan bisnis orang Minang dilakukan pada bidang kuliner (rumah makan).

Garis keturunan suku Minang berdasarkan garis keturunan ibu (matrilineal), sehingga perempuan mempunyai peran penting dalam budaya Minangkabau. Konsekuensi dari kondisi ini adalah membuat para lelaki pergi merantau ke daerah lain untuk mendapatkan pengalaman yang akan menempa para lelaki menuju kedewasaan dan merantau dilakukan juga untuk meraih kesuksesan. Bahkan tradisi merantau menjadi prestise bagi orang Minang dan meningkatkan harga diri seseorang. Biasanya tradisi merantau ini dilakukan ke kota-kota besar di Indonesia, biasanya ke pulau Jawa (Hastuti *et al.*, 2015).

Faktor yang menyebabkan berbedanya jumlah rasio pengusaha laki-laki dan perempuan di beberapa provinsi cukup banyak. Salahsatu faktor yang dominan berperan adalah faktor budaya dan tradisi dari suatu suku. Minangkabau adalah salah satu etnis yang peran budayanya dominan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam adat Minang, pemilik kekayaan adalah kaum perempuan, sementara pihak laki-laki peranannya hanya sebagai pelindung harta, istri dan anak-anak. Dalam budaya Minang, perempuan tidak hanya berdiam diri di rumah, namun juga bekerja menghasilkan pendapatan walaupun kaum laki-laki atau suaminya juga bekerja. Wirausaha yang ditekuni perempuan Minang biasanya adalah menenun, berdagang pakaian, dan membuka rumah makan Padang (Tambunan, 2019).

Temuan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh budaya matrilineal terhadap keinginan berwirausaha bagi orang Minang. Laki-laki bujang (pemuda) belum dianggap perannya dalam suku. Oleh karena itu, merantau dengan cara berdagang menjadi solusi untuk menimba ilmu dan pengalaman agar nanti berguna dalam struktur adat. Temuan lainnya adalah budaya matrilineal juga mampu meningkatkan jumlah wirausaha dari kalangan perempuan. Hal ini terlihat pada gambar 3, dimana jumlah responden yang juga merupakan pedagang perempuan sejumlah 42%.

Kemampuan dan keterampilan berwirausaha perempuan Minang ditempa oleh budaya. Sebagaimana hasil uji T di tabel 11 yang memperlihatkan bahwa tingkat pendidikan tidak mempengaruhi jiwa berwirausaha pedagang Minang, maka demikian juga dengan perempuan wirausaha dari Minang. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Brixiová *et al.*, (2019) yang

menyebutkan bahwa pendidikan tinggi, pelatihan kewirausahaan dan keterampilan non-kognitif berperan penting bagi kinerja wirausaha perempuan.

Dorongan untuk merantau dan berdagang yang didorong oleh budaya matrilineal muncul karena adanya anggapan bahwa laki-laki bisa berdomisili dimana saja dan mereka tidak memerlukan tempat tinggal seperti halnya kaum perempuan. Sehingga dengan kondisi ini, banyak pemuda Minang yang belum selesai pendidikannya dan pergi berdagang di rantau. Bahkan ada yang tidak kembali lagi ke kampung halaman dan ada juga yang merantau dalam jangka waktu yang tak menentu (Fahmi, 2014).

Laki-laki Minang tidak punya tempat di *rumah Gadang*. Oleh karena itu, laki-laki Minang dituntut untuk merantau dan meningkatkan derajatnya. Melalui merantau, laki-laki Minang akan mendapatkan pengalaman melalui pembelajaran agama, ilmu pengetahuan, dan ekonomi. Setelah sukses di perantauan, laki-laki Minang dipersilahkan pulang dan berkontribusi dalam meningkatkan derajat sukunya (Meiyanti & Afrida, 2018).

Budaya bagi masyarakat Minang sangat dijunjung tinggi walaupun terdisrupsi oleh budaya asing (Li, 2014) karena budaya (adat) berkaitan dengan religiusitas melalui pepatah "*adat basandi syara', syara' basandi kitabullah*". Artinya adat Minang berdasarkan syariat dan syariat berdasarkan kitab Allah (Al-Qur'an) (Wanto, 2017). Orang Minangkabau dikenal sebagai individu yang memegang teguh agama dan tradisi Minangkabau dimanapun berada. Pepatah lain yang juga menyatakan kuatnya pengaruh agama dalam adat Minang adalah "*syara' mangato adat mamakai*", adalah apa yang disampaikan dalam syariat Islam digunakan oleh adat (Revita *et al.*, 2018). Hubungan yang kuat antara agama dengan adat-istiadat Minangkabau ini membuat kesadaran terhadap nilai-nilai agama masyarakat Minang sangat erat (Azwar, 2018).

Adat dalam tradisi Minang mempunyai beberapa tingkatan yang berbeda-beda, yaitu:

1. *Adat nan Sabana Adat* (adat yang sebenarnya)
Merupakan adat yang menjadi akar orang Minang dalam kehidupan sehari-hari. Adat pada tingkatan ini berhubungan dengan agama. Apa yang dilarang dan diperbolehkan oleh adat adalah apa yang dilarang dan diperbolehkan oleh agama. Adat pada tingkatan ini juga berkaitan dengan garis keturunan matrilineal dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Adat nan diadatkan* (adat yang diadatkan)
Adat yang dibuat untuk diundang-undangkan menjadi hukum adat. Acuan dari adat pada tingkatan ini adalah apa yang pernah diungkapkan oleh leluhur Datuak Perpatih Nan Sabatang dan Datuak Katumanggungan. Adat ini terus diturunkan turun-temurun dan tidak mengalami perubahan oleh zaman.
3. *Adat nan teradat* (adat yang teradatkan)
Sesuatu yang tidak disengaja menjadi adat. Gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari yang secara tidak sengaja juga menjadi adat. Misalnya memakai celana jins, upacara-upacara pernikahan dan upacara menyambut kelahiran anak (Stark, 2013).

Tidak signifikannya pengaruh pendidikan, ekonomi, keturunan, dan kemandirian berimplikasi bahwa untuk menjadi seorang wirausaha tidak harus berlatar belakang pendidikan tinggi, tidak harus mempunyai orang tua yang berwirausaha, dan tidak harus karena tekanan ekonomi membuat keinginan berwirausaha muncul.

Perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0 saat ini membuat semua orang bisa berwirausaha tanpa harus melalui pendidikan tinggi. Melalui *financial technologies* (*fintech*) semua transaksi bisnis bisa dilakukan (Manta, 2018). Keberadaan *fintech* ini membuat transaksi keuangan menjadi lebih efisien (Leng *et al.*, 2018). Sebagaimana yang terdapat pada gambar 4,

tingkat pendidikan responden yang banyak mengisi angket ini adalah jenjang pendidikan SMA dan SD. Walaupun jenjang pendidikan mayoritas para pedagang Minang di Kecamatan Ipuh tidak sampai ke jenjang pendidikan tinggi, namun dalam hal pemasaran barang dagangan, para pedagang juga mengikuti kecanggihan teknologi dengan memanfaatkan *fintech* dan sosial media.

Digitalisasi bisnis saat ini menjadi perhatian umum walaupun sebenarnya bukanlah merupakan hal baru (Ritter & Pedersen, 2019). Keberadaan digitalisasi, dalam hal ini teknologi informasi, mampu meningkatkan fleksibilitas dalam pelayanan dan memudahkan sinergi bagi kerjasama bisnis. Tidak bisa dipungkiri, keberadaan ini, mampu mempengaruhi perkembangan ekonomi (Khuntia *et al.*, 2019).

Faktor keturunan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap jiwa berwirausaha pedagang Minang sebagaimana yang terdapat pada tabel 11. Tapi apa yang sudah dilakukan oleh orang Minang dengan merantau untuk mendapatkan pengalaman hidup sebenarnya adalah kunci dari keberhasilan. Karena pengalaman merupakan kunci kesuksesan, orang yang sudah berpengalaman mampu mengembangkan keterampilan dan keahlian yang dimilikinya (Koster & Andersson, 2018). Selain pengalaman, modal psikologis juga merupakan faktor terpenting bagi keberlangsungan wirausaha (Wang *et al.*, 2018).

Faktor ekonomi juga bukan merupakan faktor yang membuat orang Minang berdagang di rantau. Karena petuah adat menyatakan *syara' mangato adat mamakai*, sehingga dalam berdagang orang Minang tidak hanya berorientasi kepada keuntungan duniawi, tapi juga berorientasi kepada ibadah ukhrawi (*falih*) (Nofianti & Okfalisa, 2019) sebagaimana yang disampaikan dalam syariat Islam. Prinsip ini sejalan dengan nilai-nilai spiritualitas yang terdapat dalam ekonomi Islam (Abdul-Rahim, 2018). Nilai spiritualitas dalam ekonomi Islam berbasis moral yang diimplementasikan melalui bentuk membayar zakat setelah mencapai *haul* dan *nishab* (Saleem *et al.*, 2018).

5. Kesimpulan

Faktor budaya berperan besar terhadap munculnya jiwa berwirausaha perantau Minang di perantauan (dalam hal ini bagi perantau Minang di Kecamatan Ipuh Provinsi Bengkulu) karena sejak kecil anak muda Minang sudah dididik oleh orang tua maupun *mamak* (paman) tentang budaya; apalagi budaya Minang adalah budaya yang erat hubungannya dengan syariat. Pepatah *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah* menjadi pedoman bagi orang Minang untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Faktor ekonomi, keturunan, pendidikan, dan kemandirian tidak mempunyai pengaruh terhadap munculnya jiwa berwirausaha perantau Minang. Ketika pergi merantau, perantau Minang jarang atau bahkan tidak dibekali modal oleh keluarga. Pendidikan tinggi juga bukan merupakan faktor yang menyebabkan perantau Minang berdagang.

Implikasi dari penelitian ini adalah jiwa berwirausaha harus ditanamkan kepada para pemuda melalui budaya masyarakat setempat. Budaya yang menjadi kekayaan bangsa Indonesia harus dipertahankan agar tidak musnah dengan adanya globalisasi.

Implikasi berikutnya adalah budaya Minang dengan ciri khas matrilineal dan termasuk kepada budaya matrilineal ketiga terbesar di dunia harus dilestarikan karena mampu memberikan dampak dalam meningkatkan jiwa *entrepreneur* baik bagi laki-laki maupun perempuan.

6. Ucapan Terima Kasih

Para penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat atau LP2M, Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, atas dukungan dana dan fasilitas untuk membuat penelitian ini berhasil melalui Skema Hibah Penelitian Madya (Surat Keputusan Nomor 341 Tahun 2017). Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Kecamatan Ipuh, Provinsi Bengkulu, karena memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian ini, dan semua pedagang Minang di kecamatan Ipuh yang telah menjadi responden penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abdul-Rahim, A. M. (2018). Economics In An Islamic Society: A Theoretical Exposition. *Adam Akademi Sosial Bilimler Dergisi= Adam Academy Journal of Social Science*, 8(2), 301.
- Ambad, S. N. A., & Damit, D. H. D. A. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 108–114.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar, W. (2018). The resistance of local wisdom towards radicalism: The study of the tarekat community of West Sumatra, Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(1), 75–102.
- Baluku, M. M., Bantu, E., & Otto, K. (2018). Effect of Locus of Control on Entrepreneurial Attitudes and Self-Employment Intentions : The Moderating Role of Individualism. *Journal of Enterprising tradition*, 26(3), 251–283.
- Batjargal, B., Webb, J., Tsui, A., Arregle, J., Hitt, M., & Miller, T. (2019). The moderating influence of national tradition on female and male entrepreneurs' social network size and new venture growth. *Cross-Cultural & Strategic Management*, 26(4), 490–521.
- Brixiová, Z., Kangoyec, T., & Saidd, M. (2019). Training, human capital, and gender gaps in entrepreneurial performance. *Economic Modelling*.
- Córcoles-Muñoz, M. M., Parra-Requena, G., Ruiz-Ortega, M. J., García-Villaverde, P. M., & Ramírez-Fernández, F. J. (2019). Psychological and Biographical Determinants of Entrepreneurial Intention: Does the Learning Environment Act as a Mediator? *Administrative Sciences*, 9(33), 1–22.
- Effendi, N. (1999). Minangkabau rural markets: their system, roles and functions in the market community of West Sumatra. Universität Bielefeld.
- Fahma, A. R. (2016). *Effectiveness of Kerapatan Adat Nagari (KAN) as institution of mediation on family conflict: The case study of east Malalak Agam region* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Fahmi, R. (2014). The Conflict Of Interest About Gender Paradigm In West Sumatera. *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 2(1), 49–64.
- Fitriyani, D., Hendarso, Y., & Yunindyawati, Y. (2019). Adaptation of Migrating Betawi People: Existences, Forms, and Developments. *Society*, 7(1), 48–58.
- Franzia, E., Piliang, Y. A., & Saidi, A. I. (2015). Rumah Gadang as a Symbolic Representation of Minangkabau Ethnic Identity. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(1), 44–49.
- Hadijah, L. (2019). Local Wisdom in Minangkabau Cultural Tradition of Randai. *The Second Annual International Conference on Language and Literature*, 399–411.
- Hastuti, P. C., Thoyib, A., Troena, E. A., & Setiawan, M. (2015). The Minang entrepreneur characteristic. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 819–826.

- Heryanto, H. (2011). The Overview of Cultural Background of Minangkabau and Chinese Customers in Padang, West Sumatra. *International Journal of Lean Thinking*, 2(1), 88–103.
- Jurnalsumbar.com. (2019). *Minang Entrepreneur Award 2019, Wapres JK Motivasi Ribuan Mahasiswa Berwirausaha*. Retrieved from <http://jurnalsumbar.com:https://jurnalsumbar.com/2019/09/minang-entrepreneur-award-2019-wapres-jk-motivasi-ribuan-mahasiswa-berwirausaha/>
- Khuntia, J., Kathuria, A., Saldanha, T. J. V., & Konsynski, B. R. (2019). Benefits of IT-Enabled Flexibilities for Foreign versus Local Firms in Emerging Economies. *Journal of Management Information Systems*, 36(3), 855–892.
- Koster, S., & Andersson, M. (2018). When is your experience valuable? Occupation-industry transitions and self-employment success. *Journal of evolutionary economics*, 28(2), 265–286.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Leng, S. Y., Talib, A., & Gunardi, A. (2018). Financial Technologies : A Note on Mobile Payment. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(1), 51–62.
- Li, T. M. (2014). Involution ' s dynamic others. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 20, 276–292.
- Manta, O. (2018). Financial Technologies (FinTech) Instruments, Mechanisms, and Financial Products. *Internal Auditing and Risk Management*, 4(52), 78–103.
- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Meiyanti, S., & Afrida. (2018). The Inequality of Rights and Obligations of Minangkabau Men in Matrilineal System. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 7(1), 12–22.
- Munir, M. (2013). Hidup Di Rantau Dengan Damai: Nilai-Nilai Kehidupan Orang Minangkabau Dalam Menyesuaikan Diri dengan Lingkungan Budaya Baru. *Prosiding The 5th International Conference on Indonesian Studies: "Ethnicity and Globalization,"* 27–41.
- Murao, S. (2013). A Cultural Anthropological Study of Body Techniques for Protection : The Case Study of Indonesian Minangkabau. *Ars Vivendi Journal*, (3), 51–68.
- Nofianti, L., & Okfalisa. (2019). Measuring the Sustainability Performance of Islamic Banking in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 27(2), 1073–1090.
- Petrů, T. (2018). A curious trajectory of interracial relations: the transformation of cosmopolitan Malay port polities into the multiethnic divisions of modern Malaysia. *Asian Ethnicity*, 19(1), 59–80.
- Qosja, E., & Druga, E. (2015). Entrepreneurial spirit and factors affecting it: Case study based on the students of the European university of Tirana. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(3), 820–834.
- Ramadhan, R., & Maftuh, B. (2015). Nilai-Nilai Sosial Budaya Masyarakat Rantau Etnis Minangkabau Sebagai Pedagang Di Pasar Al-Wathoniyah, Cakung, Jakarta Timur. *SOSIETAS*, 6(1).
- Revita, I., Gunawan, F., Trioclarise, R., & Anggreiny, N. (2018). Local Wisdom as the Media to Prevent the Activity of Violence toward Women in Minangkabau Society. *Proceeding of The American Studies International Conference*, 2, 53–58.
- Ritter, T., & Pedersen, C. L. (2019). Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*.
- Sagy, O., Kali, Y., Tsaushu, M., & Tal, T. (2018). The Culture of Learning Continuum: promoting internal values in higher education. *Studies in Higher Education*, 43(3), 416–436.

- Sajilan, S., & Tehseen, S. (2019). Network competence and firm performance: The mediating role of entrepreneurial innovativeness among Malaysian Chinese entrepreneurs of wholesale businesses. *Asian Academy of Management Journal*, 24(1), 187-201.
- Saleem, M., Khan, A., & Saleem, M. (2018). Business Ethics in Islam. *The Dialogue*, 13(3), 327-327.
- Stark, A. (2013). The matrilineal system of the Minangkabau and its persistence throughout history: A structural perspective. *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal*, 13, 1-13.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-15.
- Tempo.co. (2016). *Menangkan MEA, Jokowi: RI Perlu 5,8 Juta Pengusaha Muda Baru*. Retrieved 1 21, 2019, from <https://bisnis.tempo.co:https://bisnis.tempo.co/read/773404/menangkan-mea-jokowi-ri-perlu-58-juta-pengusaha-muda-baru>
- Tono, S., Syibly, M. R., Mu'allim, A., Nurozi, A., & Purwanto, M. R. (2019). The Harmonious Relationship Between Minangkabau Custom And Islam In The Distribution Of Inheritance. *Al-Shajarah: Journal of the International Institute of Islamic Thought and Civilization (ISTAC)*, 39-55.
- Wang, Y., Tsai, C. H., Tsai, F. S., Huang, W., & de la Cruz, S. (2018). Antecedent and consequences of psychological capital of entrepreneurs. *Sustainability*, 10(10), 3717.
- Wanto, A. (2017). Sharia, Two Sides of the Same Coin: The Contradictions between Sharia and Adat (Case Studies of Minangkabau's Matrilineal and Land Tenure System). *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 25(1), 1-40.
- Watson, A., Dada, O., Wright, O., & Perrigot, R. (2019). Entrepreneurial orientation rhetoric in franchise organizations: The impact of national culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(4), 751-772.

Tentang Penulis

Hendra Cipta, memperoleh gelar Doktor di bidang Ekonomi dan Perbankan Islam dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia, pada tahun 2017. Penulis adalah Dosen di Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: hendracipta@iainsasbabel.ac.id.