

## NILAI-NILAI BUDAYA KELUARGA PENGRAJIN PERAK DI KOTA GEDE YOGYAKARTA

Dr. Muhammad Iqbal Birsyada, M.Pd<sup>1</sup>, Dr. Septian Aji Permana, M.Pd<sup>2</sup>

Dosen Universitas PGRI Yogyakarta<sup>1,2</sup>

*iqbal@upy.ac.id<sup>1</sup>, aji@upy.ac.id<sup>2</sup>*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kausalitas antara perilaku bisnis pengrajin perak di Kotagede dengan nilai-nilai budaya, dan menganalisis proses pewarisan nilai-nilai pendidikan bisnis dalam keluarga pengusaha perak khususnya pada pengusaha perak di Kotagede. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Instrumen pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan domain, teknik analisis tema, komposisi, dan tema kultur. Temuan menunjukkan bahwa Sejak abad ke-VIII M Kotagede adalah tempat pusat oleh-oleh kerajinan perak yang di dalamnya banyak terdapat pengusaha kerajinan tangan seperti HS. Silver, Anshor Silver dan Narti Silver memiliki jaringan pemasaran perak sampai ke mancanegara seperti Eropa, Timur Tengah dan Amerika. Perak adalah salah satu cinderamata yang paling diminati oleh masyarakat kelas menengah ke atas. Keluarga kraton Yogyakarta dan Turis Mancanegara menyukai kerajinan-kerajinan yang terbuat dari perak yang seringkali dibuat cinderamata, hal ini Kota Gede dijadikan kota Budaya Perak oleh Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Perkembangan bisnis kerajinan perak tidak lepas dari proses pewarisan nilai dan budaya yang turun temurun yang bersifat kekeluargaan. Sebagai contoh adalah perusahaan perak HS. Silver berkembang sejak tahun 1975 yang pada saat ini jabatan Direktur Utama di HS Silver dipimpin oleh Ibu Sintami (Cucu Ibu Harto), sedangkan Bapak Harto adalah pendiri HS. Silver

**Kata kunci** - Perak, Budaya, Pewarisan, Pendidikan

### Abstract

*This study aims to analyze the causal relationship between the business behavior of silver craftsmen in Kotagede with cultural values and analyze the process of inheriting business education values in silver family entrepreneurs, especially in silver entrepreneurs in Kotagede. This research used a qualitative approach with a case study method. Data collection instruments were observation, interviews, and documentation. The data collected was then analyzed using domains, theme analysis techniques, composition, and cultural themes. The findings showed that since the VIII century AD Kotagede was the center of silver souvenirs where many handicraft entrepreneurs such as HS. Silver, Anshor Silver, and Narti Silver have a silver marketing network to foreign countries such as Europe, the Middle East, and America. Silver is one of the most popular souvenirs of the upper-middle class. Yogyakarta Palace Family and Foreign Tourists love handicrafts made of silver which are often made of souvenirs, in this case Kota Gede was made a city of Silver Culture by Yogyakarta Special Region Province. The development of the silver handicraft business is inseparable from the process of inheritance of values and cultures that are descended from a family nature. One example is the HS silver company. Silver has been developing since 1975 and currently the position of President Director at HS Silver is led by Mrs. Sintami (Cucu Ibu Harto), while Mr. Harto is the founder of HS. Silver*

**Keywords:** Silver, Culture, Inheritance, Education

## PENDAHULUAN

Di era arus modernisasi serta globalisasi yang semakin deras, persoalan eksistensi kebudayaan lokal (*local culture*) menuai banyak tantangan dari kekuatan predator-predator budaya dari luar yang barangkali ingin mengkaburkan nilai-nilai pengetahuan objektif masyarakat lokal (*local objective of knowledge*) yang sudah beratus-ratus tahun lamanya menjadi konstruksi pengetahuan objektif masyarakat. Secara teoritis, berkenaan dengan menghadapi tantangan proses eksternalisasi kebudayaan dari luar tersebut paling tidak ada tiga kemungkinan yang akan terjadi. Pertama, nilai esensial kebudayaan lokal akan hilang bahkan punah sedang kebudayaan pendatang menjadi pemenang. Kedua, kebudayaan lama berakulturasi dengan kebudayaan pendatang. Dan ketiga, kebudayaan pendatang tidak mampu menggeser kebudayaan asli.

Kebudayaan Jawa adalah salah satu bagian terbesar dari pusat peradaban di Nusantara yang sampai saat ini banyak menjadi sorotan baik akademisi maupun pemerhati kebudayaan-kebudayaan di dunia. Beberapa antropolog-pun kemudian banyak yang mengkatagorikan masyarakat dan kebudayaan Jawa dalam beberapa tipologi. Geertz (1983) misalnya yang telah membagi tipologi masyarakat Jawa menjadi tiga tipologi yakni *santri*, *priyayi* dan *abangan*. Walaupun pada akhirnya temuan Geertz tersebut banyak yang menyangkal dan mengkritiknya, namun dari temuan Geertz tersebut muncul temuan-temuan baru tentang tipologi masyarakat Jawa yang dari waktu-ke waktu secara kontinuitas mengalami perkembangan karena faktor mobilitas sosial yang begitu tingginya. Selain Geertz yang memberikan tiga tipologi masyarakat Jawa secara kultural, Kuntowijoyo (2006) membagi masyarakat Jawa menjadi

tiga bagian, yaitu Jawa *kraton* seperti Surakarta dan Yogyakarta adalah sebagai basis kebudayaan (pusat kosmos/jagad cilik). Kedua, adalah Jawa *santri* dengan basis di wilayah pesisir pantai utara Jawa. Ketiga, adalah Jawa *priyayi*. Walaupun dalam kesempatan berikutnya konsepsi Kuntowijoyo tersebut banyak menuai kritik, namun dapat memberikan gambaran tentang kondisi sosial masyarakat Jawa secara umum.

Kuntowijoyo membagi kebudayaan masyarakat Jawa menurut territorial maka Hefner (1990) mencoba membagi tipologi masyarakat Jawa diantaranya terdiri dari orang Jawa pegunungan (Wong Gunung), orang Jawa dataran rendah (Wong Ngare) dan orang Jawa pedalaman. Masyarakat pegunungan direpresentasikan sebagai masyarakat komunal yang taat pada tradisi leluhur juga mereka berbahasa *ngoko* lugas yang memberikan sinyalemen bahwasanya mereka tidak terlalu memperhatikan status dan *hierarki* sosial mereka. Orang Jawa pegunungan juga direpresentasikan dengan perilakunya yang sangat ramah dalam menerima tamu, sedangkan orang Jawa dataran rendah cenderung kaku dan cenderung *intoleran* terhadap orang-orang yang berbeda keyakinan. Begitu juga dengan orang Jawa pedalaman yang digambarkan dengan model cara berbicara yang halus, tertata rapi (*kromo inggil, kromo alus, ngoko alus, ngoko, ngoko kasar*) dan *unggah-ungguh* dengan begitu memperhatikan masing-masing posisi status dan hierarki sosial mereka (Hefner, 1990).

Pembagian tipologi kebudayaan Jawa secara kultural salah satunya dilakukan oleh Woodward (2004). Agak berbeda dengan kajian-kajian sebelumnya, Woodward memandang masyarakat Jawa lebih

pada sudut pandang sosial dan budayanya saja tanpa menghubungkannya dengan aspek *religi* dan negara. Menurutnya, hubungan antara agama, kebudayaan dan negara seharusnya tidak boleh dipisahkan. Orang Jawa khususnya di pedalaman (Jawa bagian selatan) ternyata lebih memandang hubungan antara agama, kebudayaan dan negara cenderung *sinkretik*. Itu dapat dilihat dari ritus-ritus yang dilakukan oleh orang Jawa pedalaman dianggap cenderung *sinkretik* dan beraroma ideologi kebatinan lebih kental dan cenderung bertentangan dengan nilai-nilai kesalehan *normatif* masyarakat Islam di Jawa secara kolektif. Secara kebudayaan, masyarakat Jawa pedalaman masih kental dengan aneka ritus-ritus tradisi yang menggunakan simbol-simbol *mistik, magis, ghaib dan supranatural*. Upacara *Grebeg Maulud*, misalnya, menunjukkan cerminan model tradisi Islam yang *sinkretik* dengan ajaran Hindhu. Masyarakat menghubungkan antara upacara tersebut dengan rantai berkah. Dalam hubungannya dengan kekuasaan negara, upacara tersebut juga menunjukkan legitimasi kekuasaan *gusti* (raja) pada *kawulanya*.

Pandangan tentang sikap hidup masyarakat Jawa pedalaman yang cenderung *sinkretik* sebagaimana dijelaskan Woodward di atas, juga dikemukakan oleh Rickelfs (2001) bahwasanya sejak jaman Hindu-Budha masyarakat Indonesia tersekatekat oleh sistem kasta yang sangat tertutup dan terikat. Masyarakat Indonesia pada waktu itu belum mampu menghubungkan antara peristiwa yang satu dengan yang lain lewat cara berpikir historis analisis yang rasionalistik. Cara berpikir masyarakat masih dipengaruhi oleh bumbu-bumbu *animisme* dan *dinamisme* yang sarat dengan nilai-nilai *magis, mistik* dan kekuatan-kekuatan *ghaib supranatural*. Cara berpikir yang demikian berlangsung terus (continue) sampai berkembangnya pusat-pusat kerajaan Islam di Nusantara.

*The problem is whether its sophisticated courtiers would have been attracted to a religion of merchants. Mystical Islamic teachers, perhaps claiming supernatural powers, seem a more plausible agent of conversion in Javanese court circles, which had long been familiar with the mystical speculations of Hinduism and Buddhism (Rickelfs, 2001)*

Menurut Koentjaraningrat (1984) gagasan *mistik* Jawa sebagaimana dijelaskan di atas dalam tradisi kebudayaan Jawa terus berkembang karena mendapatkan sambutan sekaligus dukungan yang hangat, karena sejak zaman sebelum masuknya agama Islam, tradisi kebudayaan Hindu-Budha sudah didominasi oleh unsur-unsur nilai *mistik*. Oleh karena itu, berbagai karya kesusastraan Jawa-Islam yang ditulis pada awal masuknya Islam di pantai utara Pulau Jawa memang menunjukkan kuatnya unsur-unsur tradisi yang tua itu. Dan bertolak dari hal itupula menunjukkan pada dunia bahwasanya transformasi kebudayaan (culture transformation) yang terjadi dari periode waktu-kewaktu berjalan secara aman, *luwes, adaptable* dan damai (*Penetration-pacifique*). Dan dalam proses transformasi tersebut terjadi *sintesa* kebudayaan (*culture synthesa*) sehingga muncul apa yang dinamakan dengan kebudayaan pendatang telah mengalami *pribumisasi* atau *indonesiasi* (Kay am, 1989).

Sifat-sifat kehalusan yang dinisbatkan pada tradisi Jawa pedalaman sebagaimana dijelaskan di atas dalam perkembangannya memang sangat dipengaruhi oleh tradisi besar (big tradition) kraton sebagai pusat kosmos di dunia *profan* ini (jagad cilik). Secara kultural, realitas historis menjelaskan bahwasanya orang Jawa pedalaman dalam sikap hidupnya sangatlah mengutamakan rasa (sense) sehingga dalam memaknai hidup orang Jawa

seringkali mengatakan *urip sakjroning urip* (hidup didalam hidup). Pandangan yang demikian harus dimaknai sebagai ekspresi jiwa sekaligus kultural dan spiritual orang Jawa yang kemudian sering dianggap lebih dekat dengan ajaran *kebatinan* Jawa. Karena makna halus dalam Jawa menunjuk pada *rasa* (sense), dan *rasa* menunjuk pada batin, orang Jawa menyebutnya dengan *telenging kalbu* atau *cukuling ati* (hati nurani yang paling dalam).

Kuntowijoyo (2006; 2016) menemukan etika priyayi Jawa khususnya di Kasunanan Surakarta pada masa PB X dianggap sangat lemah, maka Wasino (2008; 2012; 2014) yang mengkaji etika budaya elite priyayi Jawa di praja Mangkunegaran justru menunjukkan hasil yang jauh berbeda dengan Kasunanan. Wasino menemukan bahwasanya dalam proses modernisasi khususnya di praja Mangkunegaran, peranan elite pembaru sangatlah penting dalam menata struktur dan sistem sosial masyarakat yang pada saat itu masih cenderung tradisional. Pada masyarakat tradisional seperti Mangkunegaran, sebagian besar pembaruan datangnya dari pusat kekuasaan. Dengan demikian sorotan terhadap para elite priyayi yang memiliki spirit pembaru dalam proses modernisasi itu merupakan suatu hal yang tidak dapat dikesampingkan.

Secara teoritik, dalam tiap-tiap proses pembaharuan akan muncul aktor-aktor yang memiliki mentalitas yang tangguh dan siap menghadapi proses modernisasi. Faktor munculnya aktor-aktor kreatif tersebut terdapat dalam dua katagori. Pertama, dari dalam dirinya, kedua dari luar. Pertama adalah terkait watak, sikap, pandangan dunia, atau kepribadian dari elite itu. Faktor watak dan lingkungan sosialnya berpengaruh pada pembentukan kepribadian elite tersebut dari kanak-kanak hingga dewasa. Faktor luar adalah: budaya, sosial, politik, ekonomi negara tempat mereka hidup. Jadi sifat dasar

aktor dan lingkungan sosial sangat mempengaruhi idealisme seseorang dalam bertindak, dua-duanya berjalan secara dialektika.

Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan, pendidikan serta perjuangan pada masa sekarang telah banyak berubah. Yogyakarta yang menjadi tempat tinggal masyarakat Jawa telah mengalami perubahan pesat setelah tahun 2000-an. Yogyakarta telah menjadi kota bisnis dengan budaya metropolitan. Sejumlah pusat perbelanjaan seperti Mall atau Plaza menawarkan barang konsumtif dan gaya hidup yang berbeda dari sebelumnya. Yogyakarta sebagai kota kecil yang dikelilingi oleh jalan lingkar atau *ring road* setidaknya dipenuhi oleh 4 Plaza besar dan 6 Mall dan beberapa hypermarket, kini menawarkan gaya hidup baru yang lebih modern, metropolitan dan konsumtif. Suatu gaya hidup yang sebenarnya sangat berbeda dengan gaya hidup ideal orang Jawa seperti *urip mung sak madyo, ojo ngoyo, alon-alon waton klakon* dan sebagainya (Suharso, et,al, 2017). Gaya hidup metropolis tersebut dalam prakteknya tidak hanya terjadi pada kelompok-kelompok masyarakat perkotaan yang berada di wilayah sekitar pusat pemerintahan akan tetapi juga telah menghinggapi keluarga priyayi kraton.

Secara sosio-kultural apabila dilihat dari segi mobilitas sosialnya, hampir setiap akhir pekan kota Yogyakarta tampak sesak dibanjiri oleh para turis domestik dari berbagai daerah sehingga berakibat macetnya lalu lintas di sepanjang jalan. Kemacetan tersebut salah satunya dapat dilihat pada malam minggu disepanjang jalan menuju kraton dan Malioboro bahkan sampai sepanjang jalan Ngabean. Tidak hanya di dalam kota, di sepanjang jalan *ring road* kemacetan lalu lintas sudah terbiasa terjadi terlebih pada waktu-waktu jam masuk dan pulang kerja perkantoran. Angkutan masal seperti Trans

Jogja di dalam kota-pun seringkali tidak dapat bergerak karena terjebak kemacetan panjang. Belum lagi munculnya transportasi online yang jumlahnya kian hari kian tidak terkendali semakin menambah daftar kemacetan kendaraan diberbagai sudut kota. Hal tersebut berbanding terbalik dengan angkutan tradisional seperti *andong* dan *becak* yang semakin terpinggirkan. Banyaknya turis mancanegara yang melancong ke Yogyakarta secara tidak langsung juga mempengaruhi pergeseran gaya hidup anak muda Yogyakarta. Pemandangan tersebut dapat dilihat pada malam hari di sepanjang Jalan Prangtritis berjajar cafe kelas elit yang banyak dikunjungi turis mancanegara. Bukti pergeseran nilai dan budayanya lainnya adalah maraknya kenakalan remaja yang sering disebut dengan *klitih* yang mayoritas pelakunya adalah dari kalangan pelajar (Birsyada, 2018).

Disamping perkembangan mobilitas sosial serta pergerakan ekonomi di pusat kota Yogyakarta yang amat pesat tersebut, disisi lain di daerah perbatasan kota terdapat industri kreatif masyarakat yang secara kolektif nyata-nyata mampu menumbuhkan kekuatan ekonomi penduduk asli setempat. Kotagede adalah salah satu pusat industri kreatif dengan komoditas kerajinan perak secara nyata mampu mengangkat basis nilai-nilai kearifan lokal ke dalam persaingan industri UMKM yang berskala nasional dan internasional. Secara geografis, Kotagede memiliki luas wilayah 3,07 Km yang berada pada ketinggian 113m dpl dengan suhu maksimum 32 derajat Celsius. Jarak Kotagede dengan pusat pemerintahan Yogyakarta adalah 0,75 Km. Pada sebelah timur, Kotagede berbatasan dengan Kecamatan Banguntapan. Pada sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Umbulharjo. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Banguntapan. Pada sebelah selatan juga berbatasan dengan Kecamatan Banguntapan (sumber Badan

Pusat Stastika Yogyakarta, 2016). Secara historis, Kotagede merupakan pusat pemerintahan kerajaan Mataram Islam yang didirikan oleh Panembahan Senopati sejak Abad ke-XVI dan XVII yang dahulunya berupa hutan Mentaok.

Secara historis, pada era pemerintahan Sultan HB VIII Kotagede mengalami perkembangan pesat terutama dalam hal bisnis kerajinan Perak. Pada saat usaha kerajinan perak tersebut menunjukkan kesuksesannya, pihak kraton melalui *Pakaryan*

*Ngayogyakarta* memberinya subsidi berupa 1500 gulden setiap tahunnya. Selain itu menyediakan ruang pameran sekaligus menghubungkannya dengan jaringan perdagangan internasional. Pada tahun 1935-1938 terdapat 78 perusahaan perak yang dalam satu tahun dapat memproduksi perak sebanyak 25.000 kilogram perak (Nakamura, 1983). Melalui kegiatan usaha kerajinan tersebut, sejak zaman pra kemerdekaan, Kotagede mengalami kemajuan ekonomi secara pesat serta mampu menggerakkan ekonomi kreatif sehingga mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Apabila dilihat secara sosio-historis, kemajuan masyarakat Kotagede Yogyakarta dalam dalam hal usaha kerajinan perak dan batik sehingga mampu memberdayakan taraf hidup masyarakat kaum lemah adalah karena nilai-nilai kebudayaan yang bersumber dari ajaran Islam yang dipelopori oleh organisasi Muhammadiyah. Banyak dari keluarga kaum pengusaha perak dan batik yang sukses dalam membangun bisnisnya hingga memiliki jaringan sampai ke luar negeri selain karena kekuatan paguyuban pengrajin perak adalah karena afiliasi mereka dengan organisasi Islam ppuritan seperti Muhammadiyah. Spirit gerakan Muhammadiyah mampu mengembangkan masyarakat Kotagede menjadi maju secara sosio-ekonomi (Nakamura, 1983; Birsyada, 2017).

Pada saat ini jaringan pengusaha Perak di Kotagede semakin menunjukkan peningkatannya dengan produksi yang bervariasi bentuk dan macam corak seninya. Berdasarkan data-data lapangan, didapatkan bahwasanya rata-rata para pelaku bisnis perak diwariskan secara turun temurun. Pusat pengrajin dan pengusaha perak pada saat ini dapat dijumpai salah satunya adalah berada di kampung Sayangan yang berada di sebelah utara Masjid Kotagede. Ada dua paguyuban besar yang menaungi para pebisnis perak diantaranya adalah Kelompok Pengrajin Perak Yogyakarta (KP3Y) dan Selaka Kotagede. Banyak turis baik domestik maupun mancanegara yang langsung datang ke lokasi pengrajin kemudian memesan cenderamata yang terbuat dari perak sesuai selera keinginan mereka. Biasa para turis asing lebih suka bentuk-bentuk kerajinan perak yang warnanya agak pudar atau kusam seperti tampak klasik atau antik. Dengan demikian mereka meminta pengrajin perak untuk membuat aneka kerajinan perak sesuai pesanan mereka tersebut dengan harga sesuai dengan keumitan motif dan lamanya proses pembuatan kerajinan perak yang di pesan tersebut. Beberapa pengusaha perak juga bekerjasama dengan pihak maskapai penerbangan seperti *Air Asia Foundation*. Hasil produksi dari kerajinan perak yang diekspor ke luar negeri adalah yang dianggap paling berkualitas selain itu juga menyesuaikan selera pesanan pasaran internasional. Dari kerjasama dengan salah maskapai penerbangan tersebut pengrajin perak Kotagede mampu berkembang dan meningkatkan taraf kesejahteraan hidup para pengrajin perak. Selain itu para pengrajin juga membuka kelas-kelas silver yaitu praktek membuat kerajinan perak dari berbagai aragam macam baik secara individual maupun klasikal.

Beberapa toko perak dalam skala besar yang dapat ditemui di Kotagede diantaranya

adalah: toko HS Silver, Narti Silver, Anshor Silver yang berada di sebelah barat jembatan Kotagede. Sedangkan pengusaha perak dalam skala kecil mereka melakukan produksi dan promosi pemasaran dengan cara menunggu pesanan dari para pembeli secara langsung. Pengusaha-pengusaha perak skala kecil juga dapat dilihat di toko-toko perak sepanjang jalan menuju pasar Kotagede diantaranya adalah di sepanjang Jalan Kemasan dan Monodorakan dengan pusat di kelurahan Jagalan. Apabila dilihat secara kuantitas, perusahaan perak dalam skala kecil kebanyakan bergabung dalam paguyuban Selaka Kotagede. Sedangkan perusahaan perak dalam skala besar bergabung dalam KP3Y. Selain karena kekuatan jaringan paguyuban perak yang kuat, peran serta dari Pemerintah Kota Yogyakarta dalam melakukan pendampingan UMKM pengrajin perak dilakukan secara serius sehingga baik kuantitas maupun kualitas dari hasil olahan kerajinan perak tiap tahun semakin meningkat. Adapun bentuk-bentuk kerajinan peraknya diantaranya adalah motif cincin dan daun.

Majunya kekuatan ekonomi masyarakat di Kotagede yang salah satunya ditopang oleh kelompok pengrajin perak secara otomatis berimplikasi berimplikasi pada pemasukan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pemerintah DIY. Selain itu, industri ekonomi keratif tersebut dapat menambah daya tarik destinasi pariwisata yang memiliki ciri khas tersendiri. Menurut laporan hasil penelitian Statistika Ekonomi Kreatif (Bekraf) serta Badan Pusat Statistika (BPS) menjelaskan bahwa terdapat Rp. 852,24 triliun pada besaran PDB ekonomi kreatif pada kisaran tahun 2010 sampai 2015. Hal tersebut berarti terdapat peningkatan secara signifikan pendapatan PAD dari sebelumnya yang hanya Rp.525,96 triliun. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwasanya ekonomi

kreatif merupakan pilar dari kekuatan perekonomian nasional.

Selain kekuatan ekonominya, dalam hal agama dan tradisi masyarakat Kotagede juga memiliki ikatan batin yang kuat. Secara religi, mayoritas penduduk adalah beragama Islam. Secara kultural ikatan tradisi budaya yang dipraktekkan diantaranya adalah melalui beberapa tradisi seperti *nawu sendang*, *jenang suran* dan pasar legi. Adapula tradisi kirab budaya *ambengan agung* berupa mengarak gunungan kuliner oleh ratusan *abdi dalem* kraton Ngayogyakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini ingin mengkaji sekaligus menemukan dua aspek. Pertama, penelitian ini ingin menemukan hubungan kausalitas antara perilaku bisnis pengrajin perak di Kotagede dengan nilai-nilai budaya. Kedua, penelitian ini ingin menemukan proses pewarisan nilai-nilai pendidikan bisnis dalam keluarga pengusaha perak khususnya pada pengusaha perak di Kotagede. Dengan hal tersebut hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai basis pengembangan penelitian sosial, ekonomi sekaligus kebudayaan khususnya yang memiliki fokus pada pewarisan nilai bisnis masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Kota Gede Yogyakarta. Alasan memilih wilayah Kota Gede adalah karena Kota Gede merupakan daerah penghasil Perak, lebih dari 60% pendudukannya adalah pengrajin Perak. Instrumen pengumpulan data adalah observasi, wawancara (dengan pengraji-pengrajin perak, Koperasi Pengrajin Perak, dan Paguyuban Seniman Perak) dan dokumentasi berupa artikel-artikel mapun data-data dari BAPEDA. Observasi dilakukan secara partisipatif, jujur dan tersamar serta tidak terstruktur untuk mengetahui dan mengamati objek yang akan diteliti, dalam hal

ini adalah informan di lokasi yang akan diteliti. Untuk mendapatkan data yang lebih akurat, observasi dilakukan. Setelah peneliti melakukan pengamatan, peneliti kemudian melakukan dokumentasi, proses pengarsipan, kemudian mengumpulkan sejumlah fakta dan informasi ke tingkat konsep dan teori. Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis domain, taksonomi, teknik komponen dengan proses pengorganisasian dan pengurangan data ke dalam pola, kategori dan unit deskripsi dasar sehingga tema dapat ditentukan dan kesimpulan dapat dirumuskan. Analisis Tema Cultur dilakukan pada saat pengumpulan data dan setelah selesainya pengumpulan data. Pekerjaan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengorganisasian, pengurutan, pengkodean, dan kategorisasi data untuk menemukan deskripsi sesuai dengan aspek yang diteliti.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1) Bisnis dan Nilai Kebudayaan

Sejak abad ke-VIII M Kotagede adalah tempat pusat oleh-oleh kerajinan masyarakat yang di dalamnya banyak terdapat pengusaha kerajinan tangan seperti perak, emas, kuningan dan tembaga. Perak adalah salah satu cinderamata yang paling diminati oleh masyarakat kelas menengah ke atas. Keluarga kraton Yogyakarta dan orang-orang Belanda menyukai kerajinan-kerajinan yang terbuat dari perak yang seringkali dibuat cinderamata. Oleh sebab itu antara bisnis perak dan nilai kebudayaan satu diantaranya tidak dapat dipisahkan. Bisnis perak juga endatangkan pendapatan daerah yang cukup besar. Beberapa perusahaan perak skala besar seperti HS. Silver, Anshor Silver dan Narti Silver bahkan memiliki jaringan pemasaran perak sampai ke mancanegara seperti Eropa, Timor Tengah dan Amerika.

Perusahaan HS Silver 800-925 merupakan salah satu perusahaan perak terbesar di Yogyakarta yang terletak di Jalan

Mondorakan No.1, Prenggan, Kotagede Yogyakarta. Secara historis, perusahaan ini beroperasi sejak tahun 1953 didirikan oleh Bapak dan Ibu H.Harto Suharjo (HS) di mana semula bergerak hanya dalam bidang perhiasan imitasi dengan nama "Terang Bulan". Di sebelah barat Jalan Mondorakan terdapat perusahaan perak terbesar salahsatunya adalah perusahaan HS. Silver yang lokasinya berdekatan dengan *Omah Dhuwur*. Perusahaan Silver tersebut kini sudah menginjak generasi ke dua yang usianya lebih dari ½ abad. Pada generasi ke dua ini perusahaan HS. Silver terpengaruh oleh nilai-nilai pelestarian budaya pada kerajinan perak yang dilakukan oleh orangtuanya (nguri-nguri kabudayan).

Menurut penurutan keluarga, perusahaan perak HS. Silver pada awalnya sekitar tahun 1950-an, Ibu Harto hanya menitipkan hasil kerajinan perak imitasi yang dibuatnya sendiri di toko-toko pasar Beringharjo. Dengan demikian sebenarnya menjadikan Ibu Suharto harus mengeluarkan anggaran untuk biaya produksi dua kali lipat sebab barang dagangan yang dititipkan tidak lantas terjual langsung disisi lain ia harus memproduksi perak lagi serta anggaran untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarganya. HS Silver Sejak berdiri sudah menjadi anggota KP3Y (Koperasi Produksi Pengusaha Perak Yogyakarta) yang berdomisili di

Kotagede Jalan Mondorakan. KP3Y adalah koperasi yang mewadahi perusahaan-perusahaan perak yang sebagian besar anggotanya adalah perusahaan perak yang telah berkembang maju.

Pada awal tahun 1954 perusahaan HS Silver 800-925 menjadi perusahaan perak

dengan nama HS Silver. Nama HS 800-925 berasal dari nama pendiri yakni Bapak. Harto Suharjo yang kemudian dibakukan pada tahun 1990. Sedangkan angka 800-925 adalah kadar kualitas perak atau silver yang digunakan. Pada tahun 1965 membuka Toko atau Art Shop untuk pemasaran produk perak di Jl. Mondorakan 1 Kotagede Yogyakarta (sampai sekarang). Perusahaan HS Silver sebelum berdiri dahulu Pak Harto Suharjo (HS) dan Ibu pada awalnya adalah menjadi pengrajin perak skala kecil. Ibu selaku istri disamping mengasuh anak-anak juga ikut membantu proses pemasaran produk kerajinan perak yang pada awalnya masih banyak produk yang berupa kerajinan imitasi. Pada awalnya produk-produk HS Silver masih berupa imitasi logam kuningan serta aneka ragam perhiasan. Pada kurun waktu tahun 1953-1960 di rumah Bapak Harto (pendiri HS Silver) dijadikan sebagai tempat "Ngayoh" atau titik jual barang-barang hasil kerajinan perak warga Kotagede (Wawancara dengan Ibu Listiani pada tanggal 2 April 2019)





Gambar 1.1 Pengrajin Perak HS. Silver sedang membuat motif cincin  
Sumber : Peneliti, 2019

Selain HS. Silver, Anshor Silver dan Narti Silver, perusahaan-perusahaan perak dalam skala kecil juga terdapat di kawasan kelurahan Jagalan Kotagede yang tergabung dalam perkumpulan Selaka Kotagede. Perkumpulan ini terdapat kurang lebih 15-20 pengrajin perak. Sebagian dari bisnis yang mereka lakukan adalah berasal dari turun temurun keluarga. Pada era 1980-an sampai 1998 perusahaan-perusahaan kecil tersebut sempat mengalami kejayaan dengan pendapatan bersih sehari-hari tidak kurang dari Rp.500. 000,-. (Wawancara dengan Bapak. Darwin pada tanggal 10 Juli 2019).

## 2) Pewarisan Nilai-Nilai Bisnis Pengusaha Perak

Perkembangan bisnis kerajinan perak tidak lepas dari proses pewarisan nilai dan budaya yang turun temurun. Sebagian besar dari mereka adalah terpengaruh oleh perilaku bisnis yang dilakukan oleh orangtuanya. Sebagai contoh adalah perusahaan perak HS. Silver yang pemasarannya sampai ke mancanegara. Perusahaan ini mulai berkembang pada tahun 1975 ketika HS Silver mulai mendirikan cabang di Bali dengan modal pribadi 75% dan pinjaman dari bank 25%. Pada saat ini jabatan Direktur Utama di HS Silver dipimpin oleh Ibu Sintami (Cucu Ibu Harto).

Sedangkan Direktur Finance dijabat oleh Bapak. Margani Nugraha. Direktur Bisnis dan Development dipimpin Ibu Artin Wuryani. Dalam hal mengelola perusahaan, Ibu dan Bapak Harto Suharjo selaku pendiri lebih dominan menekankan proses pengawasan pekerjaan para karyawan HS Silver di dalam rumah.

Selain itu berdasarkan penuturan para karyawan, Ibu Harto termasuk sosok yang bersahaja. Beberapa hal yang sangat diperhatikan dalam proses produksi perak adalah masalah kebersihan seperti bekas-bekas sampah plastik, box dan sejenisnya yang harus selalu tersusun rapi dan tidak boleh tercecer. Apabila dari segi kerapian, ruangan produksi perak di HS Silver sangat terpola sekaligus tertata dengan rapi dan baik. Ruangan produksi perak tersebut tidak jauh dari ruangan pameran tempat jual-beli kerajinan perak yang sudah jadi bahkan siap diekspor ke mancanegara.

Pak Harto memiliki 8 orang putera terdiri dari 2 puteri dan 6 putera. Anak yang puteri sudah meninggal dua-duanya sedangkan 6 puteranya melanjutkan sekolah akademi kemudian melanjutkan bisnis keluarga. Pada saat ini usia Ibu Harto sudah 87 tahun sedangkan Bapak Suharto sudah meninggal. Sejak berdiri sampai tahun 1990 perusahaan dipimpin dan dikelola langsung oleh Bapak/Ibu H.Harto Suharjo dengan sistem manajemen sederhana. Mulai tahun 1990 manajemen dipimpin oleh putranya dengan penerapan manajemen baru. Seluruh pekerja yang berada di HS Silver khusus produksi silver sebanyak 40-an karyawan yang banyak didominasi oleh perempuan. Sebagian besar dari mereka adalah warga lokal Yogyakarta.



**Gambar 2.1** Foto Bapak dan Ibu Harto  
Suharjo pendiri HS. Silver  
Sumber: Peneliti, 2019

Secara manajemen bisnis, sistem administrasi dan akuntansi mulai dikembangkan di HS Silver dari manual menuju kekomputerisasi sejak awal 1991, hingga sekarang seluruhnya sudah melalui operasi komputer untuk sistem administrasi dan akunting. Sejarah perkembangan manajemen terutama manajemen mutu di HS Silver dapat dilihat dengan mendapat sertifikat ISO 9000 Seri B pada bulan Maret 1998 dengan badan penguji PT. Sucofindo Jakarta, dan Sertifikat ISO 2000 Versi 9001 pada bulan Agustus 2002 dengan badan penguji RW TUV. Pada saat berdiri jumlah karyawan hanya terdiri dari 5 s/d 10 orang yang semuanya adalah perajin administrasi sedangkan untuk proses pemasaran langsung dipegang oleh Bapak/Ibu H.Harto Suharjo. Kemudian setelah perusahaan HS Silver berkembang dimulailah merekrut karyawan dibidang Administrasi dan pemasaran, dan melibatkan banyak pengrajin dari daerah luar Kotagede bahkan luar Yogyakarta. Sejak 1995 HS Silver 800-925 telah menggunakan Konsultan atau Psikologi dalam menentukan masalah SDM. Selain itu juga dilakukan berbagai pelatihan kepemimpinan terhadap seluruh karyawan. Untuk meningkatkan keterampilan karyawan, perusahaan beberapa kali mengikuti Diklat dan pelatihan yang diadakan antara lain oleh Departemen Perindustrian dan Depnaker.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan-penjelasan sebagaimana dipaparkan di atas penelitian

ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, perusahaan perusahaan perak di Kotagede berdiri secara turun temurun dan diwariskan dari generasi ke generasi. Sejak tahun 1950-an pengrajin perak mulai berkembang pesat di Kotagede dengan system mandiri dan berkelompok. Hasil dari produksi perak tersebut pada awal mulanya hanya dititipkan di lapak-lapak pasar Beringharjo Yogyakarta. Di Kotagede, beberapa tempat seperti HS Silver dijadikan sebagai pengumpul kerajinan perak dari para pengrajin perak se-Kotagede.

Kedua, pada tahun 1980-an sampai 1998 pengrajin perak sempat mengalami kejayaan sebelum akhirnya krisis moneter. Pada tahun 2000-an awal pengrajin dan pebisnis perak mulai bangkit dan mengalami kemajuan. Pendiri perusahaan perusahaan perak dan seluruh pengrajin selalu menanamkan nilai-nilai karakter pendidikan bisnis baik kepada keluarga maupun seluruh karyawan melalui contoh dalam praktik kehidupan sehari-hari di dalam bekerja. Diantara nilai-nilai yang diwariskan adalah: jujur, sabar, sederhana, bersih, rapi, teliti, niat kuat, inovatif, kerja keras.

Ketiga, perkembangan bisnis perak semakin maju yang diteruskan oleh putra-putranya dilakukan secara sungguh-sungguh dan *adaptable* dengan perkembangan zaman. Implikasi dari penelitian ini adalah nilai-nilai karakter budaya Jawa mampu menjadi motif penggerak kemajuan industri perak di Kotagede. Penelitian ini sejalan dengan konsepsi teori Max Weber (2005) tentang tindakan sosial bermotif kebudayaan. Perbedaannya adalah bisnis perak di Kotagede terpengaruh oleh nilai dan etika budaya Jawa yang jauh lebih kuat daripada motif keagamaan. Kemajuan ekonomi pada pebisnis perak secara

kolektif tidak sekuat dengan apa yang diteliti oleh Max Weber di daerah masyarakat industry Eropa. Salah satu faktornya karena mesin-mesin produksi perak di Kotagede tidak secanggih dengan apa yang ditemukan Weber di daerah Eropa. Selain itu dari segi kualitas sumberdaya manusia yang terpelajar juga sangat berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alstadsaeter, Annette, 2010. Measuring the Consumption Value of Higher Education. *Cesito Economic Studies*, Vol. 57, 3/2011, 458-479 doi: 10. 1093/cesitol/ifq 009. Advance Access Publication 13 July 2010. Published by Oxford University Press on behalf of Ifo Institute for Economic Research, Munich. Download.http:// cesito. Oxford journals.Org.
- Ali, Muhammad, 2014. Nationalism and Islam: Perspective of Egyptian and Syirian Muslim Intellectuals. *Journal of Islam and Muslim Societies* volume 4 number 1, June. P: 51-79.
- Beard, Victoria A, 2002. Covert Planning for Social Transformation in Indonesia. *Journal of planning Education an Research* 22:15-25. Association of Collegiate Schools of Planning.
- Birsyada, Muhammad Iqbal, dkk, 2016. *Pemikiran Kewirausahaan Keluarga Mangkunegaran*. Historical Studies Journal Universitas Negeri Semarang volume 26, no.2 halaman 174-185.
- Birsyada, Muhammad Iqbal, dkk, 2016. *Bisnis Keluarga Mangkunegaran*. Jurnal Penilitias Sosial dan Keagamaan Universitas Islam Negeri Walisongo, Vol. 24 No. 1, Mei 2016, 111-136.
- Birsyada, Muhammad Iqbal, et.al, 2017. The Business Ethics of Royal Family: Mangkunegara IV, Sufism and Economy in Java. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, volume 15 number 7.
- Birsyada, Muhammad Iqbal, 2018. *Social Change in Yogyakarta: Past And Now A Selo Soemardjan*. Jurnal Historia Universitas Muhammadiyah Metro volume 6 nomor 1.
- Biyanto, 2015. Pluralism in the Perspective of Semitic Religions. *Journal of Islam and Muslim Societies* volume 5 number 2, December. P: 255-282.
- Bull, Ronald A, Lukens, 2001. Two Side of The Same Coin: Modernity And Tradition in Islamic Education in Indonesia. *Anthropology & Education Quartely* 32 (3): 350-377. American Anthropological Association. Volumer: 32.
- Castles, Lance, 1982. *Tingkah Laku Agama dan Ekonomi: Industri Rokok Kudus*. Jakarta:
- Sinar Harapan. Creswell, John W, 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chappel L. Neena, 2005. Perceived Change In Quality Of Life Among Chines Canadian Seniors: Therole Of Involvementin Chinese Culture. *International Journal Journal of Happiness Studies of Springer* vol 6, hlm. 69-91.
- Chi-Ming Lee, Angela, 2004. Changes and challenges for moral education in Taiwan. *Journal of Moral Education*, Vol. 33, No. 4, Publisher Routledge.

- Ennals, Richard, et, all, 2007. *Global Information Technology and Global Citizenship Education*. AI & Soc (2009) 23: 61-68. DOI 10.1007/s00146. 007-0161-y. Published online: 6 September 2007. Springer. Verlay London Limited 2007.
- Geertz, Clifford, 1977. *Penjaja dan Raja: Perubahan Sosial dan Modernisasi Ekonomi di Dua Kota di Indonesia*. Jakarta: Buku Obor.
- Geertz, Clifford, 1983. *Abangan, Santri dan Priyayi Dalam Masyarakat Jawa*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Hefner, Robert W, 1999. *Geger Tengger Perubahan Sosial dan Perkelahian Politik*. Yogyakarta: LKiS.
- Jalil, Abdul, 2012. *Spiritual Entrepreneurship: Study Transformasi Spiritualitas Pengusaha Kudus*. IAIN Sunan Ampel. Disertasi. Tidak diterbitkan.
- Jonas Mark E, 2012. Gratitude, Ressentiment, And Citizenship Education. *Stud Philos Educ* (2012) 31:29-46. DOI 10.1007/s11217-011-9261-8 Publish online: 12 July 2011. Springer Science= Business media B. V. 2011.
- Kayam, Umar.1989. *Transdormasi Budaya Kita* dalam Pidato Pengukuhan Guru Besar Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada.
- King, Patricia M & Matthew J. Mayhew, 2002. Moral Judgement Deveolpment in Higher Education Insight From the Defining Issues Test. *Journal of Moral Education*, vol. 31. No. 3. 2002. Taylor & Francis Group: Carfax Publishing.
- Koentjaraningrat, 1994. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kuntowojoyo, 2006. *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Latief, Hilman, 2011. Symbolic and Ideological Contestation over Humanitarian Emblems: The Red Crescent in Islamizing Indonesia. *Studia Islamika*, volume 18, number 2.
- Morisson, Brenda, et, al, 2005. Practicing Restorative Justice in School Communities: The Challenge of Culture Change. *Public Organization Review: A Global Journal* 5: 335–357 (2005) # 2006 Springer Science + Business Media, Inc. Manufactured in The Netherlands.
- Mulkhan, Munir, 2002. *Bisnis Kaum Sufi; Studi Tarekat dalam Masyarakat Industri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nakamura, Mitsuo, 1983. *Bulan Sabit Muncul Dari Balik Pohon Beringin Studi tentang pergerakan Muhammadiyah di Kotagede, Yogyakarta*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nasir, Nanat Fata, 1999. *Etos Kerja Wirausahawan Muslim*. Bandung: Gunungdjati Press.
- Pujiono, 2010. *Perilaku Ekonomi Warga NU Kabupaten Pasuruan Dalam Perspektif Hukum Islam*. IAIN Sunan Ampel. Disertasi. Tidak diterbitkan.
- Rachman, Maman, 2015. *5 Pendekatan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Mixed, PTK, R&D*. Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama.
- Reimer, Sam, 2010. Higher Education and Theological Liberalism: Revisiting the Old Issue. *Sociology of Religion* 2010. 71:4393-408 doi: 10.1093/socrel/srq 049 Advance Access Publication 3 June 2010. Published by Oxford University Press on behalf of the Association for the Sociology of Religion

- Rickelofs, M.C, 2001. *A History Modern of Indonesia Since. c. 1200 Third Edition.* Palgrave Houndmills, Basingstoke, Hampshire RG21 6XS Companies and representatives throughout the world hlm. 128-130.
- Ridwan Muhtadi, 2011. *Pola Pemahaman Agama Dan Perilaku Ekonomi Masyarakat Perajin Tempe Di Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Malang.* Surabaya: Disertasi IAIN Sunan Ampel. Tidak diterbitkan.
- Sobary, Muhammad, 2007. *Etika Islam: Dari Kesalehan Individual Menuju Kesalehan Sosial.* Yogyakarta: LkiS.
- Suharso, Pudjo, et,al, 2017. Middle Class Priyayi: Dillema in the Crossroad of Cultural Changes (Case Study of Lifestyle Chabges Middle Class of Priyayi in Yogyakarta) *International Journal of Applied Business and Economic Research*, volume 15 number 7.
- Suseno, 1985. *Etika Jawa Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijakanaksanaan Hidup Jawa.* Jakarta: Gramedia.
- Wasino, 2014. *Modernisasi Di Jantung Budaya Jawa Mangkunegaran 1896-1944.* Jakarta: Kompas.
- Wahyono, S Bayu, 2001. *Kejawaaan dan Ke Islaman Suatu Pertarungan Identitas.* Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Volume 5. Nomor 1, Juli 2001 (41-59) ISSN 1410-4946.
- Walrond, Jean, 2008. Toward a Global Citizenship Education for Carribbean Canadian Youth. *Intechange*, Vol. 39/2. 185-203. 2008. DOI: 10. 1007/s 10780-008-9059. Springers.
- Weber, Max, 2005. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalis* edition published in the Taylor & Francis e-Library. Routledge's, p.ix.
- Woodward, Mark R, 2004. *Islam Jawa Kesalehan Normatif Versus Kebatinan.* Yogyakarta: LKiS.