

KEARIFAN LOKAL (*LOCAL WISDOM*) DALAM PRAKTIK BISNIS DI INDONESIA

Oleh : Andi Wijayanto

Abstract: *The phenomenon of globalization is increasing the importance of various studies on local wisdom. The lack of study of the local wisdom values in business practices in Indonesia encourages authors to identify those values. Method of data collection using literature study. The identification results find there are various indigenous values. that form the basis for a variety of business practices in Indonesia. These values. generally varied according to ethnicity given that Indonesia consist of various ethnics. Generally, in every ethnic or a communal in Indonesia, values. can be found, either on the Javanese, Sundanese, Bali, Lombok, Minang, Dayaks, Bugis, to Papua. Research on local wisdom especially from an economic and business standpoint is important to be done. But more important is how to socialize these values. to the younger generation so it does not disappear replaced by global values.*

Keywords: *Local Wisdom, Business Practices, Indonesia*

PENDAHULUAN

Ketika gelombang globalisasi melanda seluruh dunia, muncul kekhawatiran dari banyak pihak akan musnahnya nilai-nilai lokal yang selama ini menjadi tatanan kehidupan bagi masyarakat tertentu. Namun segera terbukti bahwa tidak semua nilai-nilai globalisasi sesuai dalam memberikan tatanan yang diinginkan bagi sebagian besar masyarakat di berbagai belahan dunia.

Masyarakat Jepang dan masyarakat Bali merupakan dua contoh dari luar dan dalam negeri bagaimana kearifan lokal masih dipegang dengan kuat oleh masyarakatnya. Kedua wilayah yang sangat berbeda ini bukannya meredup dengan nilai-nilai lokalnya, namun justru memiliki kekuatan di bidangnya masing-masing yang begitu menonjol. Jepang menjadi negara industri paling maju di Asia bahkan dunia melalui penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi tingginya, sedangkan Bali berkembang melalui industri pariwisatanya yang tidak hanya diakui di dalam negeri, namun juga diakui dunia.

Di Jepang, masyarakatnya memiliki kearifan lokal yang berpegang pada akar budaya yang kuat dan diterapkan dalam berbagai kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Konsep *Just In Time* atau *Kanban* merupakan salah satu contohnya. Contoh lainnya adalah budaya 5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, and Shitsuke), budaya kaizen yaitu sebuah pandangan bahwa hidup kita hendaknya fokus pada upaya perbaikan terus-menerus (*continuous improvement*), semangat Bushido yang melahirkan proses belajar tak kenal

lelah dan terus menerus melakukan perbaikan yang melibatkan setiap orang mulai dari pimpinan puncak sampai pekerja lapangan serta budaya keisan yaitu perubahan secara berkesinambungan dalam budaya kerja mereka. Mereka dituntut harus selalu bersikap kreatif, inovatif dan produktif sehingga senantiasa menghasilkan produk-produk baru yang kompetitif di pasar dunia (Ariyanto W, 2011:2).

Kajian-kajian mengenai kearifan lokal banyak dikaitkan dengan nilai-nilai, kebiasaan dan tradisi yang positif dari suatu masyarakat dari sudut pandang sosial, budaya dan lingkungan. Dalam bidang sosial dan budaya, Samudra (2010:1) dalam pidato pengukuhan sebagai guru besar di Universitas Ngurah Rai menyebutkan beberapa contoh mengenai kearifan lokal yang dianut masyarakat Bali, baik dari segi positif maupun negatif.

Nilai-nilai kearifan lokal positif menurut Samudra (2010:5) misalnya adalah bagaimana kearifan lokal berfungsi dalam konservasi dan pelestarian sumber daya alam, konsep *kanda pat rate* yang berfungsi untuk pengembangan sumber daya manusia, upacara saraswati yang berfungsi dalam pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan, upacara integrasi komunal/kerabat dan upacara daur pertanian yang bermakna sosial, upacara Ngaben dan penyucian roh leluhur yang bermakna etika dan moral, upacara ngangkuk merana yang bermakna politik.

Sedangkan nilai-nilai kearifan lokal yang disebut Samudra (2010:1) seringkali bertentangan dengan kebijakan publik misalnya adalah kebiasaan menggunakan ikat kepala (*udeng-udeng*) saat mengendarai sepeda motor yang

membahayakan keselamatan tanpa kemampuan polisi untuk menindaknya, hambatan pembangunan yang berasal dari ketentuan untuk tidak membangun bangunan yang melebihi pohon kelapa sebagai bentuk penghormatan kepada tempat-tempat ibadah, kekuasaan pecalang (polisi adat) yang melebihi kekuasaan polisi dalam bidang keamanan dan ketertiban maupun dibanding pemerintah daerah dalam retribusi parkir misalnya. Meski demikian tidak dapat dipungkiri bahwa nilai-nilai kearifan lokal tersebut mampu menjaga masyarakat Bali dari pengaruh negatif globalisasi.

Berbeda dengan bidang-bidang lainnya, kajian mengenai kearifan lokal dalam berbagai praktik bisnis dan manajemen di Indonesia sangatlah minim. Artikel ini berusaha mengidentifikasi beberapa penerapan kearifan lokal dalam praktek bisnis dan manajemen di Indonesia. Penulis menggunakan metode studi literatur dalam mengidentifikasi berbagai nilai-nilai kearifan lokal dalam praktik bisnis di Indonesia.

PEMBAHASAN

Terminologi kearifan lokal terdiri dari dua kata yang masing-masing secara umum telah dipahami maknanya. Kearifan sinonim dengan kata kebijaksanaan, sedangkan lokal berarti setempat. Dalam Bahasa Inggris, istilah kearifan lokal disebut dengan *Local Wisdom*. *Local* berarti setempat, sedangkan *Wisdom* sama dengan kearifan atau kebijaksanaan. Samudra (2010:2) mengartikan kearifan lokal sebagai gagasan-gagasan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal merupakan usaha manusia dengan menggunakan akal budinya (kognitif) untuk bertindak dan bersikap terhadap sesuatu, objek, atau peristiwa yang terjadi dalam ruang tertentu.

Meliono (2011:227) dalam tulisannya "*Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom as an Aspect of the Indonesian Education*" mengemukakan bahwa kearifan lokal di Indonesia merupakan bentuk ekspresi dari suku-suku yang ada di Indonesia, dimana orang-orang melakukan kegiatan dan berperilaku sesuai dengan gagasan yang akhirnya menghasilkan karya-karya tertentu. Candi Borobudur dan candi Prambanan yang indah, sistem pengairan Subak di sawah Bali, dan batik, warisan budaya yang dikenal dunia. Contoh-contoh tersebut menunjukkan bahwa terdapat ide-ide dan kegiatan yang mendasari dalam pembuatan artefak dan bentuk-bentuk produk etnis lainnya yang elegan

dan megah di Indonesia. Hal ini juga menunjukkan bahwa kearifan lokal dari kedalaman budaya Indonesia adalah kompilasi dari budaya suku-suku, sebuah proses yang mengekspresikan kehidupan masyarakatnya melalui praktek-praktek pembelajaran.

Jadi, kearifan lokal dapat diartikan sebagai kebiasaan-kebiasaan, aturan, dan nilai-nilai sebagai hasil dari upaya kognitif yang dianut masyarakat tertentu atau masyarakat setempat yang dianggap baik dan bijaksana, yang dilaksanakan dan dipatuhi oleh masyarakat tersebut.

Gagasan-gagasan dari kearifan lokal tersebut dapat terwujud ke dalam berbagai bentuk, mulai dari kebiasaan-kebiasaan, aturan, nilai-nilai, tradisi, bahkan agama yang dianut masyarakat setempat. Bentuk-bentuk kearifan lokal lainnya dalam masyarakat misalnya adalah norma, etika, kepercayaan, adat-istiadat, hukum adat, dan aturan-aturan khusus. Secara substansi kearifan lokal dapat berupa aturan mengenai kelembagaan dan sanksi sosial, ketentuan tentang pemanfaatan ruang dan perkiraan musim untuk bercocok tanam, pelestarian dan perlindungan terhadap kawasan sensitif, serta bentuk adaptasi dan mitigasi tempat tinggal terhadap iklim, bencana atau ancaman lainnya (Tama, 2012).

Sifat lokal dari kearifan tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai atau gagasan tersebut hanya berlaku dan akan mendatangkan manfaat yang baik bagi masyarakat di lingkungan dimana mereka berinteraksi. Hal ini karena gagasan kearifan lokal tersebut seringkali merupakan hasil dari interaksi antar manusia di lingkungan tersebut dan atau antara manusia dengan lingkungan fisik (alam) di sekitarnya.

Dengan demikian, nilai-nilai tersebut seringkali tidak sesuai ketika diterapkan pada masyarakat lainnya dimana pola-pola interaksi antar manusia dan interaksi manusia dengan lingkungannya adalah berbeda. Bahkan nilai-nilai tersebut seringkali bertentangan. Sebagai contoh, tradisi membungkukkan badan secara mendalam sebagaimana yang dilakukan masyarakat Jepang akan dinilai terlalu berlebihan jika dilakukan oleh masyarakat Jawa. Tamu yang menyantap habis hidangan tuan rumah akan dianggap sebagai penghargaan bagi tuan rumah, sementara bagi yang lainnya akan menilainya sebagai tindakan yang rakus. Kajian-kajian mengenai hal ini banyak dilakukan dari sudut pandang sosiologis.

Healey dan Noel mengemukakan bahwa ketika suatu masyarakat dengan nilai-nilai kearifan lokalnya dinilai berdasarkan nilai-nilai budaya lain, maka yang terjadi adalah fenomena

yang disebut dengan istilah *etnosentrisme*, yaitu suatu sikap yang cenderung bersifat subyektif dalam memandang budaya orang lain (Caesar, 2012). Fenomena ini terjadi karena masyarakat secara spontan menggunakan nilai-nilai yang telah tersosialisasi sejak kecil untuk menilai masyarakat lainnya yang berbeda.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa kearifan lokal merupakan cerminan dari bagaimana masyarakat memandang dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisik. Mengenai hal ini Mungmachon (2012:176) menyebutkan bahwa kearifan lokal merupakan pengetahuan dasar yang diperoleh dari hidup dalam keseimbangan dengan alam. Hal ini terkait dengan budaya masyarakat yang terakumulasi dan diteruskan. Jadi, karakteristik penting dari kearifan lokal adalah bahwa hal itu berasal dari pengalaman atau kebenaran yang diperoleh dari kehidupan.

Kearifan lokal memainkan beberapa fungsi dalam masyarakat. Tama (2012) menyebutkan beberapa fungsi tersebut antara lain adalah untuk konservasi dan pelestarian sumber daya alam, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan. Sedangkan Samudra (2010:5) mengutip artikel di Balipos, 4 September 2003 berdasarkan tulisan yang berjudul "Pola Perilaku Orang Bali Merujuk Unsur Tradisi" menyebutkan fungsi kearifan lokal selain tersebut di atas antara lain adalah sebagai petuah, kepercayaan, sastra dan pantangan, bermakna sosial, bermakna etika dan moral, bermakna politik, serta bermakna otonom karena memiliki nilai sakral untuk mendorong daerah menuju masyarakat yang otonom.

Beberapa contoh fungsi kearifan lokal dalam bidang konservasi sumberdaya alam misalnya adalah tradisi ikan dewa di Cigugur Jawa Barat yang berperan dalam menjaga populasi ikan, tradisi menyatu dengan alam ala suku Dayak Losarang Indramayu Jawa Barat. Pelestarian hutan dan sumber mata air oleh masyarakat Kampung Kuta di wilayah Kabupaten Ciamis, tradisi *Bau Nyale* di Lombok NTB untuk membatasi perburuan cacing laut, tradisi *Mepasah* oleh Masyarakat Desa Trunyan, Kecamatan Kintamani, kabupaten Bangli, Bali yang berperan dalam mencegah penebangan pohon Taru Menyan.

Contoh lainnya dalam bidang ini antara lain adalah kepercayaan *te aro neweak lako* (alam adalah aku) yang dianut masyarakat Papua yang mengatur pemanfaatan sumber daya alam secara hati-hati, tradisi Serawai di Bengkulu dimana

terdapat keyakinan *celako kumali*, tradisi tana' ulen yang dianut masyarakat Dayak Kenyah (Kalimantan Timur) dimana kawasan hutan dikuasai, diatur dan menjadi milik masyarakat adat, Masyarakat Undau Mau (Kalimantan Barat) yang mengembangkan kearifan lingkungan dalam pola penataan ruang pemukiman dengan mengklasifikasi hutan dan memanfaatkannya, Masyarakat Kasepuhan Pancer Pangawinan (Kampung Dukuh Jawa Barat) yang melaksanakan upacara tradisional mitos tabu untuk pemanfaatan hutan secara hati-hati (Anonim, 2010).

Proses sosialisasi nilai-nilai kearifan lokal dilakukan sejak anak-anak. Pada usia anak-anak, nilai-nilai tertentu biasanya akan mudah mengendap dibandingkan pada usia dewasa. Tidak hanya nilai-nilai filosofis yang disosialisasikan sejak dini, demikian juga dengan nilai-nilai utama dalam bidang bisnis.

Pada masa anak-anak nilai-nilai penting dalam bidang bisnis di Indonesia umumnya ditanamkan melalui permainan-permainan. Indrawati (2007, UPI *Online*) pernah melakukan penelitian terhadap 17 jenis permainan anak-anak pada masyarakat Sunda. Penelitiannya menemukan berbagai nilai-nilai kearifan lokal yang sangat penting dalam membentuk jiwa bisnis dalam diri anak-anak, misalnya adalah kejujuran, kesabaran, patuh pada aturan dan peran, melatih tanggung jawab, kebijaksanaan untuk membedakan mana yang baik dan buruk, melatih jiwa kepemimpinan, kerjasama, kebersamaan, kekompakan, musyawarah untuk mencapai kesepakatan, tidak egois, tidak mudah putus asa, berkorban untuk kepentingan orang lain, kewaspadaan, berani mengambil risiko dan konsekuensi terhadap pilihan yang dibuatnya, disiplin diri, kemurahan hati, menghargai kawan dan lawan, mengetahui tugas dan kewajiban, menempatkan diri berdasarkan batasan aturan dan peran, keuletan, semangat daya juang, melatih kepekaan, *self-endurance*, tahan terhadap godaan, serta teguh pada pendirian.

Pada masyarakat Jawa, barangkali salah satu ungkapan yang paling populer dan merupakan produk kearifan lokal adalah ungkapan "*alon-alon asal kelakon*". Ungkapan ini seringkali dimaknai secara salah yaitu diartikan sebagai kelambanan atau tidak responsif terhadap perubahan yang terjadi. Padahal dalam ungkapan ini terdapat nilai kearifan lokal yang ingin disampaikan kepada masyarakat Jawa, khususnya dalam pengambilan keputusan yang merupakan salah satu fungsi terpenting dalam kepemimpinan bisnis. Nilai-nilai tersebut adalah tidak terburu-buru dalam

mengambil keputusan, penuh kehati-hatian, cermat dan teliti, dikaji dan dipertimbangkan secara mendalam sebelum mengambil keputusan. Kepemimpinan dalam masyarakat Jawa juga diwarnai oleh falsafah *Ing Ngarsa Sung tuladha, Ing Madya Mangun Karsa, Tut Wuri Handayani*. Seorang pemimpin harus bisa memberi contoh yang baik, membangun prakarsa atau ide dan kemauan, serta memberi dorongan atau motivasi kepada staf/bawahan.

Budiyanto (2010:172) dalam penelitiannya mengenai pengembangan ketahanan pangan berbasis pisang melalui revitalisasi nilai kearifan lokal di wilayah Kabupaten Lumajang, Malang, dan Blitar menyebutkan bahwa terdapat beberapa nilai-nilai kearifan lokal yang sangat mendukung pengembangan bisnis pisang di kawasan tersebut. Misalnya adalah adanya tradisi pemanfaatan pisang dalam acara-acara budaya dan tradisi, seperti untuk acara kemantenan, sunatan, *nyadran*, maupun acara adat lainnya sebagaimana berkembangnya usaha ternak di daerah Sumba karena digunakan dalam acara-acara budaya dan tradisi (Priyanto dalam Budiyanto, 2010:172). Nilai-nilai kerjasama sebagai salah satu nilai penting dalam organisasi bisnis juga dapat dilihat dengan kegiatan usaha yang dilakukan dengan semangat gotong-royong.

Pada sebagian masyarakat Indonesia, nilai-nilai kearifan lokal dalam praktik bisnis juga banyak diwarnai oleh nilai-nilai religi. Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, nilai-nilai islam cukup mewarnai kearifan lokal dalam praktik bisnis. Sebagai missal nilai-nilai tentang riba, timbangan jual beli, pola hidup sederhana, tidak berlebihan dan tidak melampaui batas, tidak berbuat kerusakan pada lingkungan sekitar, kewajiban zakat dan shadaqah, serta bekerjasama dalam usaha.

Sementara itu Setiyadi (2012:81) melakukan penelitian nilai-nilai kearifan lokal yang terkandung dalam tembang Macapat bagi masyarakat Jawa. Beberapa nilai kearifan lokal dalam tembang Macapat yang relevan bagi praktik bisnis di Indonesia terbagi menjadi dua klasifikasi, yaitu klasifikasi permintaan dan klasifikasi larangan.

Berupa permintaan antara lain adalah hendaklah menjaga keprofesionalan, berusaha keras dalam meraih cita-cita, rajin dan teliti, sabar, hati-hati dan cermat, musyawarah untuk perkara yang kecil maupun besar, tidak individualis, senang menimba ilmu atau belajar tekun, berhati-hati dalam mengambil keputusan, serta mencari kesempurnaan hidup. Sedangkan yang berupa larangan misalnya adalah tidak sombong,

angkuh, dan congkak, tidak suka disanjung dan disuap maupun menyuap, tidak suka mengobral janji.

Di Indonesia, salah satu etnis yang terkenal keuletannya dalam melakukan bisnis selain masyarakat Minang dan Bugis adalah masyarakat Madura. Seperti halnya masyarakat Minang, aktifitas bisnis masyarakat Madura bisa ditemui hampir di seluruh kota-kota di Indonesia. Djakfar (2011:2) meneliti kearifan lokal masyarakat Madura yang menjadi landasan etos kerja mereka. Hasil penelitiannya menemukan bahwa bagi masyarakat Madura berlaku ungkapan "*abantal omba' asapo' angin*" (berbantal ombak dan berselimut angin). Ungkapan ini menyiratkan bahwa orang Madura selama dua puluh empat jam dalam kondisi bekerja dan pantang menyerah. Peribahasa inilah yang menjadi landasan sikap kerja keras pebisnis etnis Madura perantau.

Peribahasa lainnya yang dianut antara lain adalah *atonggul to'ot* (memeluk lutut) dan *nampah cangkem* (bertopang dagu) untuk menyebut mereka yang bersikap malas. Bahkan ungkapan yang lebih sinis lagi bagi masyarakat Madura misalnya adalah *ja' gun karo abandha peller* (jangan hanya bermodalkan kemaluan saja) untuk menyebut para suami kepala keluarga yang malas bekerja untuk menafkahi anak istri. Semangat juang para pebisnis dari Madura untuk berwirausaha juga kental dengan semangat untuk memiliki harga diri yang tercermin dari ungkapan "*etembang noro' oreng, ang'oan alako dhibi' make lane'kene'.*" yang artinya, daripada ikut orang lain lebih baik bekerja (usaha) sendiri walaupun hanya kecil-kecilan (Triyuwono dalam Djakfar, 2011:12). Masih banyak lagi falsafah pebisnis Madura yang menyebabkan mereka merasa malu jika gagal berusaha sehingga membentuk sikap kerja keras dan ulet.

Sementara itu bagi para pebisnis dari Bugis berlaku motto *Lempu'* (jujur), *Acca* (cerdas), *Warani* (berani), *Getteng* (integritas; teguh pendirian), dan *Sipakatau* (saling memanusiasi) merupakan sifat-sifat yang baik bagi kepemimpinan dalam rangka memajukan usaha. Konsep ini secara nyata diterapkan pada perusahaan PT. Biro Klasifikasi Indonesia (BKI), yang mana prinsip *Akkatenningeng* (prinsip dasar hidup personal sebagai pegangan hidup bermasyarakat) dan *Siri'* (malu/harga diri) tidak hanya sekedar konsepsi, tetapi merupakan pencerminan diri dalam setiap perilaku dan kebijakan yang mewarnai manajemen perusahaan tersebut. Penerapan kearifan lokal dalam menjaga stabilitas kerja dan manajemen perusahaan itu tergambar dalam Motto Perusahaan PT. BKI yaitu

“**TERPERCAYA**” (*lempu/malempu*), yang berarti jasa yang diberikan haruslah berkualitas, dalam arti dapat diandalkan, efisien, tepat waktu dan memiliki reputasi. Perusahaan juga menetapkan nilai-nilai yang harus dijaga dan dikembangkan, yaitu **INTEGRITAS** (*getteng*), **PROFESIONALISME** (*acca/macca*) (Makkulau, 2012, www.kompasiana.com).

Pada masyarakat Bali yang kental dengan keindahan seni dan budaya juga terdapat ungkapan yang dianut dalam praktik bisnis, yaitu “*bani meli bani ngadep*”. Kalimat ini artinya adalah “berani membeli berani menjual”. Maksud kalimat pendek ini sangat dalam bahwa dalam menentukan harga barang atau jasa harus ada keadilan dan tidak saling merugikan. Harga itu harus tidak merugikan pembeli dan juga penjual. Dalam menentukan satuan harga itu harus ada berbagai perhitungan dengan menggunakan berbagai ilmu (Gobyah dalam *Balipost*, 17 September 2003).

Indonesia kaya akan khasanah seni dan budaya yang salah satunya berupa nilai-nilai, kebiasaan dan tradisi yang membentuk kearifan lokal. Banyak diantaranya berkaitan dengan tatanan sosial budaya masyarakat yang menciptakan keteraturan. Meski banyak nilai-nilai kearifan lokal yang positif bagi praktik bisnis, namun kajian-kajian yang ada lebih banyak menyoroti mengenai bagaimana kearifan lokal mampu menyelesaikan berbagai persoalan sosial budaya dan konservasi sumberdaya alam. Penulis yakin bahwa masih banyak nilai-nilai kearifan lokal yang penting bagi praktik bisnis, namun tidak banyak yang dapat penulis temukan dari berbagai literatur yang ada, tidak seperti halnya kearifan lokal dalam bidang sosial, budaya, dan konservasi sumberdaya alam.

Pada beberapa daerah di wilayah Indonesia kearifan lokal tersebut makin lama makin memudar digantikan oleh nilai-nilai global. Meskipun nilai global tidak selalu sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia, namun nampaknya di kalangan muda nilai-nilai tersebut tak lagi menjadi idola.

Penelitian mengenai hal ini dari sudut pandang ekonomi bisnis kiranya penting dilakukan. Namun yang lebih penting lagi adalah bagaimana mensosialisasikan nilai-nilai tersebut pada generasi muda sehingga tidak lenyap ditelan nilai-nilai global. Hal ini dikarenakan meskipun banyak perusahaan-perusahaan telah telah *go global* namun masih tetap memegang prinsip “*Think Globally, Act Locally*”. Berfikir global, bertindak menurut nilai-nilai lokal adalah falsafah yang dianut perusahaan-perusahaan multinasional. Untuk dapat bertindak secara lokal,

maka pemahaman terhadap kearifan lokal menjadi sangat penting dalam dunia bisnis.

KESIMPULAN

Kearifan lokal merupakan kebiasaan-kebiasaan, aturan, dan nilai-nilai sebagai hasil dari upaya kognitif yang dianut masyarakat tertentu atau masyarakat setempat yang dianggap baik dan bijaksana, yang dilaksanakan dan dipatuhi oleh masyarakat tersebut. Terdapat berbagai nilai-nilai kearifan lokal yang menjadi landasan bagi berbagai praktik bisnis di Indonesia. Nilai-nilai tersebut umumnya bervariasi menurut etnik mengingat bahwa Indonesia terdiri dari berbagai sukubangsa. Umumnya di setiap suku ataupun suatu komunal di Indonesia dapat ditemui nilai-nilai tersebut, baik pada masyarakat Jawa, Sunda, Bali, Lombok, Minang, Dayak, Bugis, hingga Papua.

Penelitian mengenai hal ini dari sudut pandang ekonomi bisnis kiranya penting dilakukan. Namun yang lebih penting lagi adalah bagaimana mensosialisasikan nilai-nilai tersebut pada generasi muda sehingga tidak lenyap ditelan nilai-nilai global.

Daftar Pustaka

- Ariyanto W, Randy. 2011. *Mengelola Local Wisdom Sebagai Kekuatan Bangsa*. Jakarta: Pusdiklat Industri Kementerian Perindustrian.
- Budiyanto, Moch. Agus Krisno. 2010. Model Pengembangan Ketahanan Pangan Berbasis Pisang Melalui Revitalisasi Nilai Kearifan Lokal. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 11, No. 2, Agustus 2010: 170–177
- Caesar, Arihdya. 2012. *Etnosentrisme, Stereotip, dan Prasangka*. <http://arihdyacaesar.wordpress.com/2012/01/13/etnosentrisme-stereotip-dan-prasangka/> diunduh pada 2 September 2012.
- Djakfar, Muhammad. 2011. Etos Bisnis Etnis Madura Perantauan Di Kota Malang: Memahami Dialektika Agama Dengan Kearifan Lokal. *Iqtishoduna*, Vol. 7, No. 2 tahun 2011.
- Gobyah, I Ketut. 2003. Berpijak pada Kearifan Lokal. *Balipost*, Rabu Umanis, 17 September 2003.
- Indrawati, Siti Wuryan. 2007. *Identifikasi Nilai-*

- nilai Kearifan Lokal (Local Wisdom) Dalam Permainan Tradisional Etnis Sunda*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Makkulau, M. Farid W. 2012. *Kearifan Lokal Bugis dalam Manajemen Perusahaan*. Kompasiana.com. Diunduh 6 September 2012.
- Meliono, Irmayanti. 2011. Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom. *International Journal for Historical Studies*, 2(2) 2011.
- Mungmachon, Roikhwanphut. 2012. Knowledge and Local Wisdom: Community Treasure. *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol. 2, No. 13, July 2012.
- Samudra, Azhari A. 2010. *Pertimbangan Kearifan Lokal Dalam Perspektif Administrasi Publik Dan Public Finance*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Ngurah Rai pada 31 Juli 2010. Bali: Universitas Ngurah Rai.
- Setiyadi, D.B. Putut. 2012. Pemahaman Kembali Local Wisdom Etnik Jawa Dalam Tembang Macapat Dan Pemanfaatannya Sebagai Media Pendidikan Budi Pekerti Bangsa. *Magistra* No. 79 Th. XXIV Maret 2012.
- Tama, Novian Budi. 2012. *Local Wisdom Di Indonesia*. <http://novian25.blogspot.com/2012/03/local-wisdom-di-indonesia.html>. Diunduh 3 September 2012.
- _____. 2010. *Local Wisdom In Our Country*. <http://calondetektif.wordpress.com/2010/04/26/local-wisdom-in-our-country/>. Diunduh 5 September 2012.