

## PERPEKTIF NILAI BERBASIS BUDAYA LOKAL PADA CREDIT UNION SAUAN SIBARRUNG

Oktavianus Pasoloran<sup>1\*</sup>, Sri Eva Topayung<sup>2</sup>, Cherly E. Tanamal<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Atma Jaya Makassar  
<sup>1</sup>Email: [pasolorano@gmail.com](mailto:pasolorano@gmail.com)

### ABSTRAK

*This study aimed to understand how activists and members of the Sauan Sibarrung Credit Union interpret core values in the perspective of Toraja culture as a container (jars containing gold = saun sibarrung) that can be a source of welfare (endless water source = gori-gori tang ma'ti) for members and communities. This research uses a qualitative approach with phenomenological methods. The results showed that (1) the eight core values in the Sauan Sibarrung Credit Union are sangka' (teachings, general truths) which are also the philosophy of life of the Torajan people, where people live in rules, fight for the integrity of life, act wisely, lovingly and solidly, care for the environment, hard work and tenacity, and are based on the belief of faith to live true and whole together with other creations of God, (2) The eight core values become a model of values, as a credit union culture, and form the basis of the strategy and policy for the development of the Sauan Sibarrung Credit Union program as well as guidelines for all behavior of individuals, organizations, and communities.*

**Key words :** *value perspective, local culture, credit union*

### Pendahuluan

Credit union merupakan koperasi dalam bidang keuangan yang tidak semata-mata hanya mencari keuntungan saja, secara ideal, credit union adalah lembaga keuangan berbasis anggota yang bertujuan mulia untuk memberdayakan masyarakat (anggota) untuk meningkatkan kesejahteraan dan martabatnya, melalui pelayanan simpan dan pinjam (bukan pinjam untuk simpan). Credit union memberikan pelayanan berupa pinjaman, simpanan, dana solidaritas dan perlindungan jaminan. Credit union hadir untuk memberikan pelayanan kepada para anggotanya yang ada dalam satu komunitas seperti profesi, tempat tinggal, tempat bekerja, keahlian dan sebagainya. Credit union adalah koperasi yang didirikan

untuk menyediakan jasa simpanan dan pinjaman bagi orang-orang dalam berbagai komunitas yang sama seperti pekerjaan, asosiasi atau lokasi tempat tinggal (Black dan Dugger, 1981). Credit union adalah organisasi keuangan koperasi swadaya yang diarahkan untuk mencapai tujuan ekonomi dan sosial anggota dan komunitas lokal yang lebih luas (McKillop dan Wilson, 2010).

Griffith et.al (2011), menyatakan bahwa credit union berkontribusi pada pembangunan ekonomi melalui masyarakat yang lebih luas, memobilisasi volume tabungan yang signifikan. Credit union terus menjadi sumber pertumbuhan ekonomi makro dalam sektor keuangan yang telah meningkat secara signifikan. Credit union telah mengubah status sosial dan ekonomi beberapa anggota, memungkinkan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya, dengan memberikan syarat dan ketentuan yang terjangkau untuk akses pinjaman untuk membiayai berbagai program. Credit union adalah lembaga keuangan koperasi yang dimiliki dan dikendalikan oleh anggotanya. Melalui layanan yang ditawarkan secara kredit, credit union juga cenderung memajukan pengembangan masyarakat atau pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal (Griffith et.al. 2011).

Budaya lokal diakui secara luas sebagai penggerak kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Bukti dari studi sebelumnya menunjukkan bahwa evolusi budaya lokal terkait erat dengan industri lintasan lokal (Nijkamp, 2003; Aoyama, 2009). Melalui interaksi antar pelaku ekonomi, pola pikir lokal yang khas dapat melampaui batas sektoral dan mempengaruhi kegiatan di sektor industri baru (Aoyama, 2009). Artinya, sejarah perkembangan ekonomi suatu daerah mengarah pada munculnya dasar sosial yang berbeda dari kehidupan ekonomi yang mempengaruhi kegiatan ekonomi selanjutnya.

Secara historis, credit union memberikan layanan yang sangat baik kepada anggota sambil menyediakan sarana untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan, ekonomi dan sosial mereka, sejalan dengan prinsip koperasi (Alleyne, 1984). Manfaat paling signifikan yang dapat diberikan oleh pertumbuhan credit union pada masyarakat adalah pengembangan strategi kemandirian anggotanya, masyarakat dan

secara nasional (Alleyne, 1984). Tujuan utama credit union adalah untuk memaksimalkan layanan keuangan dan manfaat bagi anggotanya (Kane dan Hendershott, 1996). Pendidikan dan pelatihan prinsip-prinsip koperasi dan informasi keuangan untuk semua anggotanya dan masyarakat lainnya adalah hal yang paling penting untuk pertumbuhan koperasi yang sehat Alleyne (1997).

Pada awal berdirinya credit union, semua anggota akan bersama-sama menentukan anggaran dasar organisasi, misi, visi dan nilai-nilai inti, struktur organisasi, struktur manajemen, sistem penggajian, dan sistem tata kelola organisasi (Kusumajati, 2012). Kehadiran credit union dalam pengelolannya tidak untuk mencari keuntungan saja tapi untuk memberikan pelayanan kepada anggota yang berada didalam satu ikatan komunitas. Mensejahterakan anggota merupakan tujuan utama dari credit union dan tujuan tersebut menjadi dasar segala aktivitas credit union.

World Council of Credit Unions (WOCCU) menyatakan bahwa prinsip-prinsip credit union adalah: keanggotaan yang terbuka dan pengawasan demokratis, bersifat sukarela, pendidikan yang berkelanjutan, tidak diskriminatif, koperasi saling bekerjasama dan memiliki tanggung jawab, yang berlandaskan nilai-nilai utama credit union yakni keadilan, kesetaraan, dan menolong diri sendiri dalam segala kebersamaan. Nilai-nilai tersebut akan menjadi dasar credit union. Penting bagi semua koperasi, termasuk credit union untuk terus memberi energi dan memperkuat nilai-nilai inti mereka, khususnya dalam konteks lingkungan yang berubah dengan cepat (McCarthy, 2002). Nilai adalah sesuatu yang berorientasi pada tindakan manusia, sikap terhadap apa yang baik dan diinginkan atau yang ideal (Laurinkari, 1990). Dengan kata lain, nilai individu atau organisasi memiliki pengaruh terhadap apa yang dilakukan dan apa yang dipikirkan. Nilai adalah keyakinan mendasar yang memengaruhi perilaku. Untuk koperasi, nilai menjadi dasar prinsip-prinsip koperasi. Koperasi kredit seperti credit union didasarkan pada seperangkat nilai-nilai yang membedakan dengan jenis koperasi lain. Credit union harus secara jelas mengidentifikasi dan mempromosikan pembedanya; yaitu, budaya. Tidak seperti

bank, credit union mampu mengutamakan anggota dan kebutuhannya karena beroperasi dalam sistem koperasi. Budaya dapat, dan harus, digunakan sebagai keunggulan kompetitif dari credit union.

Karakteristik credit union yang berbasis “keanggotaan” (bukan “nasabah” seperti pada bank/lembaga keuangan lainnya) dari sebuah “komunitas” menunjukkan bahwa kekuatan harus dibangun “dari dalam (*from the inside*)”. Disamping itu kepemimpinan kolektif menuntut kesamaan nilai di antara seluruh komponen credit union. Salah satu aspek penting adalah membangun nilai-nilai dasar atau keutamaan credit union (*credit union values*) dan diyakini sebagai norma yang berlaku dalam organisasi yang akan dituangkan secara eksplisit dan dijadikan sebagai pedoman bagi seluruh perilaku individu dan organisasi. Dengan demikian, dalam proses pembentukan nilai, credit union memerlukan suatu inisiatif-inisiatif yang tepat dengan obyektif dan jelas, terukur dan terarah, agar nilai mampu membangun budaya yang kuat dan mengakar serta mampu membuat suatu perbedaan.

*Credit union values* sebagai dasar bagi *credit union culture* menjadi sangat penting karena dapat menunjukkan citra organisasi. Banyak organisasi yang memiliki nilai, namun gagal dalam proses internalisasinya, artinya nilai yang ada hanya merupakan slogan atau kata-kata indah namun tidak mencerminkan perilaku dalam organisasi. Fakta menunjukkan bahwa begitu banyak koperasi yang gagal menjaga eksistensinya dan malah membentuk *stigma* negatif terhadap koperasi. Salah satu faktornya adalah kegagalan mereka dalam “menjaga” dan “merawat” nilai dan prinsip-prinsip koperasi.

Credit Union Sauan Sibarrung (CUSS) Toraja sebagai lembaga keuangan rakyat yang didirikan sebagai wujud nyata dan kepedulian Gereja Katolik terhadap permasalahan ekonomi yang dihadapi masyarakat saat ini. Komisi Pembangunan Sosial Ekonomi, Keuskupan Agung Makassar (KAMS) berupaya mengembangkan dan mendorong “pemberdayaan” dengan program pendampingan kepada lembaga keuangan mikro di wilayah KAMS, khususnya Credit Union. Visi dasar pendampingan adalah terciptanya lembaga keuangan yang profesional berbasis

masyarakat setempat dengan memperhatikan unsur budaya Toraja dengan semangat Injil dan prinsip-prinsip Credit Union.

Credit Union Saun Sibarrung memiliki nilai-nilai inti dalam perspektif budaya Toraja yakni; *bulaan tasak* (hidup sejati), *kinaa* (bijaksana), *sikamasean* (berbagi), *sangserekan* (bersama dan bersaudara), *mawatang* (ulet), *matarru* (kreatif), *ma'patongan* (beriman) dan *madarana lako daenan* (ramah lingkungan). Nilai-nilai inti tersebut akan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan hidup para anggota bilamana nilai-nilai inti tersebut dapat dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai anggota Credit Union Saun Sibarrung, dimana kesejahteraan sosial dan ekonomi anggotanya menjadi keutamaan tujuannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana para aktivis dan anggota Credit Union Saun Sibarrung memaknai nilai-nilai inti dalam perpektif budaya Toraja sebagai sebuah wadah (tempayan yang berisi emas=*saun sibarrung*) yang dapat menjadi sumber kehidupan dan kesejahteraan anggota dan masyarakat.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke subtansi makna dari fenomena tersebut. Menurut Creswell (2008), metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas.

Untuk mengeksplorasi berbagai makna dalam nilai-nilai credit union dalam perspektif budaya lokal, penelitian ini dilakukan pada Credit Union Saun Sibarrung sebagai situs penelitian. Informan adalah aktor yang dianggap memahami informasi yang dibutuhkan, baik sebagai pelaku maupun orang lain yang memiliki kapasitas untuk memberikan data. Informan dalam penelitian ini adalah tokoh adat, aktivis, dan anggota Credit Union Saun Sibarrung. Pengumpulan informasi dilakukan secara

intensif melalui wawancara yang tidak terstruktur, tidak terjadwal, dan dilakukan sedemikian rupa sehingga dalam memberikan informasi, para informan tidak cenderung mengolah atau mempersiapkan informasi tersebut lebih dulu, serta dapat memberikan penjelasan apa adanya.

## **Hasil Analisis Pembahasan**

### ***Sejarah Credit Union Sauan Sibarrung***

Keberadaan Credit Union Sauan Sibarrung (CUSS) Toraja sebagai lembaga keuangan rakyat yang hadir di tengah masyarakat merupakan wujud nyata dan kepedulian Gereja Katolik terhadap permasalahan sulit yang dihadapi masyarakat saat ini. Komisi Pembangunan Sosial Ekonomi, Keuskupan Agung Makassar (KAMS) berupaya mengembangkan dan mendorong “pemberdayaan” dengan program pendampingan kepada lembaga keuangan mikro di wilayah KAMS, khususnya Credit Union. Visi dasar pendampingan adalah terciptanya lembaga keuangan yang profesional berbasis masyarakat setempat dengan memperhatikan unsur budaya dan lingkungan/alam setempat dengan semangat Injil dan nilai-nilai serta prinsip-prinsip Credit Union.

Melalui kegiatan pendidikan anggota yang berkelanjutan, Credit Union Sauan Sibarrung membantu anggota untuk mengembangkan modal dan mengelola asetnya. Credit Union Sauan Sibarrung juga memberdayakan para anggota khususnya di bidang usaha dalam membangun permodalan. Dengan demikian Credit Union Sauan Sibarrung dapat menjadi lembaga pemberdayaan menuju kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya.

### ***4.3 Perspektif Nilai Credit Union Sauan Sibarrung dan Falsafah Toraja***

Manusia dan budaya adalah hal yang tidak bisa dipisahkan. Budaya adalah ekspresi dari upaya manusia untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Kebudayaan mengungkapkan kebutuhan manusia akan keamanan dan makna. Sebagai salah satu suku pedalaman di Indonesia yang memiliki adat dan alam yang unik, tentunya orang Toraja memiliki sejumlah falsafah atau pegangan hidup yang senantiasa diingat dan

dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Falsafah adalah anggapan, gagasan, dan sikap batin yang paling dasar yang dimiliki manusia. Falsafah ini kemudian difungsikan untuk menetapkan nilai, tujuan dan menentukan arah bagaimana manusia harus hidup secara baik dan melihat segala sesuatu secara multi dimensi.

Orang Toraja hidup dalam komunitas yang secara sosial telah terpranatakan dalam kultur khas sebagaimana adanya sebuah entitas suku tradisional. Komunitas masyarakat Toraja secara sosial telah dikenal dalam kultur khususnya dalam entitas suku tradisional. Hubungan budaya Toraja dengan karakter masyarakat Toraja ialah penanaman nilai-nilai keteladanan dalam kehidupan sehari-hari.

Credit Union Sauan Sibarrung memiliki nilai-nilai inti yakni *Bulaan Tasak* (Hidup Sejati), *Kinaa* (Bijaksana), *Sikamasean* (Berbagi), *Sangserekan* (Bersama Dan Bersaudara), *Mawatang* (Ulet), *Matarru* (Kreatif), *Ma'patongan* (Beriman) Dan *Madarana Lako Daenan* (Ramah Lingkungan). Berdasarkan hasil penelitian, nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa anggota dan aktivis Credit Union Sauan Sibarrung adalah manusia yang ulet, kreatif, bijaksana, rela berbagi, dan bersaudara dengan sesama, dan seluruh alam serta dilandasi oleh keyakinan iman untuk hidup sejati dan utuh bersama dengan ciptaan Tuhan lainnya.

#### 1) *Bulaan Tasak* (Hidup Sejati)

*Bulaan tasak* adalah sebuah kiasan yang artinya emas yang murni, *bulaan tasak* dapat diartikan sebagai sesuatu yang berharga. Dalam filosofi orang Toraja *bulaan tasak* sesungguhnya disebut *Puang Massang* yang memiliki arti yang berkaitan dengan kasta atau strata sosial. *Bulaan tasak* dapat pula diartikan sebagai hidup sejati bahwa dalam diri manusia kekayaan yang paling berharga adalah sikap kejujuran, kebijaksanaan kemampuan untuk memperjuangkan kebenaran, kebaikan, dan kehidupan orang banyak. Intinya menjadi *bulaan tasak* kehidupan yang memperjuangkan nilai-nilai kehidupan yang baik dan mengedepankan kepentingan masyarakat. *Bulaan tasak* juga dapat berarti nilai yang terima dari orang lain dalam bentuk ilmu yang bermanfaat.

#### 2) *Kinaa* (Bijaksan)

*Kinaa* artinya baik hati atau murah hati dan bijaksana. *Kinaa* juga berarti menjalankan tugas secara professional dan tidak berpihak, melayani secara jujur, tanggap, cepat, akurat dan santun. *Kinaa* adalah salah satu filosofi orang Toraja yaitu *Tallu Baka (Kinaa, Barani dan Sugi)*. *Barani* bukan dalam arti kuat tapi berani mengatakan yang mana yang benar dan salah, berani mengambil keputusan dan bertanggung jawab, *Sugi* bukan berarti kaya materi namun kaya dari pemikiran, pengalaman hidup berbagi ke orang lain. *Kinaa* dalam bahasa toraja biasa juga disebut *to kinaa*, artinya dia mengetahui segala sesuatu yang baik untuk diteruskan kepada orang lain, biasa juga disebut *parenge'*, *urenge melona*, *urenege kadakena*. *Kinaa* dapat juga diartikan arief dan bijak dalam segala sesuatu, mencari kedamaian. *Kinaa* juga ini bisa diartikan sabar dan tahan menderita.

Dalam perpektif nilai *kinaa*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung diharapkan untuk selalu berpikir, bersikap dan bertindak bijaksana. Hal ini dapat dicapai melalui program pengembangan terus dilakukan dalam upaya meningkatkan pendidikan dan kompetensi para anggota dan pemanfaatan produk dan pelayanan terkait produk tabungan dan pinjaman pendidikan sebagai upaya agar anggota dapat memanfaatkan bagi peningkatan kualitas pendidikan mereka dan seluruh anggota keluarganya.

### 3) *Sikamasean* (Berbagi)

*Sikamasean* artinya saling berbagi, saling memberi dalam kehidupan bersosial, bukan hanya dalam bentuk material tapi saling mengahasi dalam berbagai bentuk, dalam istilah orang Toraja, *ditaatongan* yang artinya sedikit dibagi sedikit dan banyak dibagi banyak. *Sikamasean* juga memiliki arti saling memberi dalam hal pemikiran, bantuan tenaga. *Sikamasean* ini terkandung dalam nilai-nilai luhur orang toraja yakni *sikamasean* (saling memberi), *sipakaboro* (saling mengasihi), *sipopa'di* (sependeritaan), *siporannu* (sepengharapan) dan *siangkaran* (saling menolong).

Dalam perpektif nilai *sikamasean*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung diharapkan selalu bersikap dan bertindak penuh kasih dan solider kepada sesama khususnya yang lemah dan miskin serta menggiatkan semangat gotong

royong dalam komunitas. Salah bentuk implementasi nilai ini adalah keikutsertaan anggota dalam kegiatan gotong-royong, dan saling membantu dan menolong diantara anggota, masyarakat dan pemerintah. Credit Unions Sauan Sibarrung secara konsisten melaksanakan kegiatan pemberdayaan sebagai bagian dari upaya penyadaran melalui kegiatan kelompok binaan dan komunitas. Implementasi nilai *sikamasean* tercermin dalam kegiatan berkelompok dan berkomunitas seperti budaya tanggung renteng, menggiatkan gotong royong, pemeliharaan lingkungan, dan membangun kepedulian sesama.

#### 4) *Sangserekan* (Bersama dan Bersaudara)

*Sangserekan*, berasal dari istilah *sangserekan bane*, memiliki arti bahwa semua makhluk hidup adalah bagian dari kehidupan yang tidak dapat terpisahkan satu dengan yang lainnya, baik *lolo tau* (manusia), *lolo tananan* (tumbuhan) dan *lolo patuan* (hewan) yang disimpulkan dalam frasa *tallu lolona* (Trilogi Toraja). *Sangserekan bane* diumpamakan seperti sehelai daun jika tidak dibelah atau dipisahkan adalah satu, artinya persaudaraan dan persatuan yang tak terpisahkan melalui sikap saling menghormati, membantu, dan menghargai. *Sangserekan* juga dapat berarti wilayah sosial tertentu. Dalam filosofi orang Toraja “*pantan senga serekan bane 'na*”, masing masing memiliki wilayah adat sendiri.

Dalam perpektif nilai *sangserekan*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung diharapkan selalu menghargai dan menghormati sesama sebagai saudara termasuk lingkungan hidup (hewan dan tumbuh-tumbuhan). Credit Unions Sauan Sibarrung selalu mendorong anggotanya untuk menjadi pribadi yang utuh yang sungguh memperhatikan kehidupan semua ciptaan demi kehidupan yang lestari dan berkelanjutan melalui pengembangan strategi dan kebijakan yang mengarah pada keseimbangan dan keselarasan, cinta pada lingkungan, dan ramah pada ciptaan lainnya. Pertanian terpadu, pertanian organik, adalah contoh bagaimana Credit Unions Sauan Sibarrung menghendaki agar anggota mencintai dan memelihara ciptaan lain secara bertanggungjawab. Pengembangan pertanian yang berkelanjutan

menjadi penting agar dunia bisa semakin sehat dan lestari bersama ciptaan lainnya. Di hadapan Tuhan, semua ciptaanNya adalah mulia dan “*sangserekan*” dengan ciptaan lain. Kita harus memeliharanya.

#### 5) *Mawatang* (Ulet)

*Mawatang* artinya tidak pantang menyerah, selalu memperjuangkan haknya, kebaikan orang banyak, tidak pernah mengeluh melksanakan pekerjaan baik itu ringan atau berat, orang yang seperti ini mengerjakan pekerjaan yang tulus sehingga jelas bahwa seorang yang bekerja keras dia adalah orang yang ulet. *Mawatang* memiliki arti yang luas bisa dikatakan *malute* (ulet), *matuttu* (rajin), *maluak ba'tang* (terbuka), *kalua pa'tanggaranna* (wawasan luas), *kameloan tongan iya tu na bengan* (selalu melakukan kebaikan) , *bisa dikua ullo pian tondok* (pemimpin masyarakat), jadi orang yang cerdas dan disegani banyak orang.

Dalam perpektif nilai *mawatang*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung adalah manusia yang pekerja keras, ulet, penuh semangat dalam karya dan pantang menyerah. Nilai ini ditanamkan melalui program pelatihan usaha produktif. Anggota dibekali dengan kemampuan teknis yang diharapkan dapat dipraktekkan untuk meningkatkan pendapatan dalam menunjang kesejahteraan mereka. Program pelatihan sebagai salah satu pilar penting pada Credit Unions Sauan Sibarrung. Pelatihan berkelanjutan terutama untuk usaha produktif terprogram dengan baik dan diselenggarakan sesuai target-target yang ada. Setiap selesai mengikuti pelatihan usaha produktif diupayakan untuk membuat komitmen bersama untuk menindaklanjuti hasil pelatihan dan dilakukan pengawasan dan pendampingan yang berkelanjutan.

#### 6) *Matarru'* (Kreatif)

*Matarru'* artinya mampu menyelesaikan persoalan, memiliki kelebihan, visioner, memberikan ide-ide kreatif, biasanya orang toraja mengatakan “*bisa mangka tu ke to matarru pi*” artinya semua persolan dapat terseleseikan jika orang

tersebut yang dipilih. Dalam ungkapan masyarakat Toraja juga sering diungkapkan *matarru tiro kadakena* (mampu melihat persoalan), *matarru tiro na pomelona tau* (mampu melihat kebaikan untuk masyarakat). Dalam perpektif nilai *matarru'*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung selalu mencari ide-ide kreatif dan inovatif. Proses penyadaran terus menerus dilakukan oleh aktivis bagi para anggota agar dengan segala kemampuan, kecerdasan dan kreativitas yang dimiliki sebagai makhluk ciptaan yang mulia dapat menciptakan ide dan gagasan-gagasan baru. Dengan berbagai pelatihan usaha produktif yang diberikan, anggota dapat memanfaatkan sarana dan lahan yang ada di sekitar mereka untuk dikelola. Salah satu strateginya adalah pengembangan usaha-usaha kecil anggota.

#### 7) *Ma'patongan* (Beriman)

*Ma'patongan*, berkaitan dengan iman, keyakinan, bahwa sumber kehidupan dan pengetahuan berasal dari yang Maha Kuasa. Dalam ungkapan orang Toraja “*yanna disanga ki saranai ladi pa payan ya tu kasarianian*” (jika kita orang beriman maka kita sebaiknya bersikap dan bertindak sesuai iman kepercayaan). Dalam perpektif nilai *ma'patongan*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung selalu bersikap dan bertindak sesuai dengan keyakinan agama yang dianutnya. Pada nilai ini anggota diharapkan aktif mengikuti dan melaksanakan kegiatan keagamaan. Setiap anggota juga diharapkan bersikap dan bertindak toleran atas perbedaan agama dan keyakinan. Dalam program kegiatan bagi aktivis tetap memperhatikan penanaman nilai keagamaan dalam bentuk kegiatan rekoleksi, ibadah bersama. Program kegiatan ibadah setiap pagi untuk staf sebelum melaksanakan pelayanan kepada anggota, demikian setelah jam tutup kantor, melakukan doa bersama.

#### 8) *Madarana Lako Daenan* (Ramah Lingkungan)

*Madarana lako daenan* adalah selalu memelihara, menjaga dan merawat segala sesuatu apa yang dimiliki, yang diberikan oleh Maha Kuasa, termasuk didalamnya adalah merawat lingkungan sekitar seperti yang termuat dalam filosofi

orang toraja yakni “*tallu lolona*”, meliputi, manusia (*lolo tau*), hewan (*lolo patuoan*), dan tumbuhan (*lolo tananan*); ketiganya ditata dalam suatu relasi harmonis, antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan antara manusia dan lingkungan sebagai sebuah ekosistem alam yang menghidupi bumi.

Dalam perpektif nilai *madarana lako daenan*, anggota dan aktivis Credit Unions Sauan Sibarrung diharapkan selalu bersikap dan bertindak ramah terhadap lingkungan, misalnya dengan penggunaan pupuk organik dalam pertanian, membuang sampah pada tempatnya, mengurangi pemakaian plastik, mengolah limbah ternak dan menanam pohon dan tanaman lainnya. Gerakan pemberdayaan untuk pembangunan berkelanjutan yang menempatkan anggota untuk peduli pada semua ciptaan terutama lingkungan hidup sebagai wujud nilai *madarana lako daenan*. Melalui pemahaman terhadap keutuhan ciptaan, menempatkan manusia sebagai penjaga dan penyeimbang keharmonisan segala ciptaan, termasuk lingkungan/alam. Beberapa program yang telah dilaksanakan anggota Credit Unions Sauan Sibarrung adalah membuat rumah kompos di kelompok petani kopi untuk menampung limbah ternak kerbau & babi, membuat instalasi biogas di area kandang ternak untuk mengubah limbah ternak menjadi energi gas rumah tangga, pemanfaatan botol & gelas plastik bekas air mineral pada kebun hidroponik, membagi bibit-bibit pohon sukun & kopi untuk ditanam di lahan milik masing-masing anggota komunitas.

#### ***4.4 Model Tata Nilai Credit Union Sauan Sibarrung***

Nilai-nilai harus mampu mengkomunikasikan misi, sehingga setiap orang di dalam Credit Unions Sauan Sibarrung dengan mudah bergerak menuju visi. Visi adalah pernyataan yang merupakan sarana untuk mengkomunikasikan alasan keberadaan organisasi dalam arti tujuan dan tugas pokok, memperlihatkan framework hubungan antara organisasi dengan stakeholder, dan menyatakan sasaran utama kinerja organisasi dalam arti pertumbuhan dan perkembangan organisasi. Nilai-nilai harus mampu memproyeksikan ke masa depan, dan menggambarkan bagaimana

setiap orang dapat bergerak menuju masa depan dengan kreatif dan produktif. Selain perilaku, nilai-nilai juga memberikan panduan untuk menciptakan etos kerja.

## 1. Kesimpulan

Credit Union Sauan Sibarrung memiliki nilai-nilai inti yang dikembangkan berdasarkan perspektif budaya Toraja dan merupakan *sangka'* (ajaran, kebenaran umum) yang juga merupakan filosofi kehidupan masyarakat Toraja. *Bulaan Tasak* atau hidup sejati adalah Anggota Credit Union Sauan Sibarrung memperjuangkan keutuhan hidup secara jujur dan benar sebagai makhluk ciptaan Tuhan. *Kinaa* atau bijaksana dapat mewujudkan kehidupan yang selalu berpikir, bersikap, dan bertindak secara bijaksana. *Sikamasean* atau berbagi dapat diwujudkan melalui sikap dan tindakan penuh kasih dan solider kepada sesama khususnya yang lemah, miskin dan terpinggirkan serta menggiatkan semangat gotong royong dalam komunitas. *Sangserekan* atau bersama dan bersaudara perwujudan kehidupan yang selalu menghargai dan menghormati sesama sebagai saudara dan lingkungan hidup (hewan dan tumbuh-tumbuhan) karena berasal dari sumber yang sama. *Mawatang* atau ulet dapat mewujudkan manusia pekerja keras, penuh semangat dalam karya dan pantang menyerah. *Matarru* atau kreatif adalah selalu mencari ide-ide kreatif dan berinovasi dalam melaksanakan pekerjaannya. *Ma'patongan* atau beriman diwujudkan melalui sikap dan tindakan sesuai dengan keyakinan agama yang dianutnya. *Madarana Lako Daenan* atau ramah lingkungan dengan penggunaan pupuk organik dalam pertanian, membuang sampah pada tempatnya, mengurangi pemakaian plastik, mengolah limbah ternak dan giat menanam pohon. Kedelapan nilai-nilai inti telah menjadi model tata nilai dan menjadi dasar strategi dan kebijakan pengembangan program Credit Union Sauan Sibarrung

## DAFTAR PUSTAKA

- Agle, B. R. and Caldwell, C. B. (1999). "Understanding research on values in business." *Business and Society* 38(3): 326.
- Alleyne F. (1984), "A Critical Evaluation of the Impact of Credit union activity upon the Social and Economic Development of Barbados 1961-1983" on the occasion of the first anniversary of the Barbados Workers' Union Cooperative Credit union Limited on November 10, 1984.
- Aoyama, Y. 2009. "Entrepreneurship and Regional Culture: The Case of Hamamatsu and Kyoto." *Regional Studies* 43 (3): 495-512.
- Black, H. and Dugger, R. H. (1981) Credit union structure, growth and regulatory problems, *The journal of Finance*, 26 (2), 529-38.
- Bodley JH (1999). *Cultural Anthropology: Tribes, States, and the Global Systems*. USA: Mayfield Publishing Company.
- Cabell, K., & Valsiner, J. (2011). Affective hypergeneralization: Learning from psychoanalysis. In S. Salvatore, & T. Zittoun (Eds.), *Cultural psychology and psychoanalysis: Pathways to synthesis* (pp. 87-113). Charlotte, NC: Info Age Publishing.
- Creswell, John W. (2008). *Educational Research, planning, conducting, and evaluating qualitative dan quantitative approaches*. London: Sage Publications.
- Deller, S., & Sundaram-Stukel, R. (2012). Spatial patterns in the location decisions of U.S. credit unions. *The Annals of Regional Science*, 49, 417-445.
- Griffith, Ronnie and Waithe, Kimberly and Lorde, Troy and Craigwell, Roland (2009): *The contribution of credit unions to the national development of Barbados*. Published in: *Journal of Public Policy Analysis* , Vol. 4, (2009): pp. 20-42.
- Hofstede G (1991). *Culture and Organizations*. Maidenhead: McGrawHill.
- Husserl, E. (1983). *Ideas pertaining to a pure phenomenology and to a phenomenological philosophy: First book* (F. Kersten, Trans.). The Hague: Martinus Nijhoff. (Original work published 1913)
- Kane, E. and Hendershott, R. (1996), The Federal Deposit Insurance Fund that Didn't Put a Bite on U.S. Taxpayers. *Journal of Banking and Finance*, 20:1305-1327
- Kanungo RP (2006). Cross culture and business practice: are they conterminous or cross verging? *Cross Cultural Management*, 13(1), 23. ProQuest.
- Kluckhohn C (1951). The study of culture. In Lerner and H.D. Lasswell (eds). *The Policy Sciences*, p. 86-101. Stanford, CA: Stanford University Press.

- Laurie Mook<sup>1</sup>, John Maiorano<sup>2</sup>, and Jack Quarter<sup>2</sup>. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 2015, Vol. 44(4) 814–831. DOI: 10.1177/0899764014538121
- Laurinkari J., quoted by Craig J., Co-operatives and Basic Value Sets, Journal of Rural Co-operation, XVIII/1, 1990, pp.67-77
- Lee HW (2006). International human resource management can be achieved through cultural studies and relevant training. The Business Review, 5(2), 95. retrieved from: ProQuest
- MacPherson, I. (1979). Each for all: A history of the co-operative movement in English Canada: 1900-1945. Toronto, Ontario, Canada: Macmillan.
- Mannarini, T., Ciavolino, E., Nitti, M., & Salvatore, S. (2012). The role of affects in culture-based interventions: Implications for practice. Psychology, 3, 569-577. doi: 10.4236/psych.2012.38085
- McCarthy O., A Values Perspective of the Irish Credit Union Movement, Journal of Co-operative Studies, Vol. 35, No.2 (105) 2002 Society for Co-operative Studies, UK, pp.128-140. ISSN 0961 5784
- McKillop, Donal G. and Wilson, John O. S., Credit Unions: A Theoretical and Empirical Overview (November 4, 2010). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1702782> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1702782>
- Nijkamp, P. 2003. "Entrepreneurship in a modern network economy." Regional Studies 37 (4): 395- 405.
- Organization Studies, April 2013, Volume 34, Number 4, Pages 495-514  
Organizational values: A dynamic perspective Humphrey Bourne  
Mark Jenkins
- Powell, W. W., and P. J. DiMaggio. 1991. The new institutionalism in organizational analysis. Chicago: University of Chicago Press.
- Schein, E. H. 1984. "Coming to a New Awareness of Organizational Culture." Sloan Management Review 25 (2): 3-16.
- Silverman, D., 2010. Doing qualitative research, 3rd ed. Sage, London.
- Steph Siagian, April (2020) from <https://Creditunioncoindo.org/2020/04/23/credit-union-di-indonesia-masihkah-memperjuangkan-kebutuhan-anggota/>
- Trompenaars F (1993). Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business. London: The Economist Book.