

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini masih tingginya angka pengangguran merupakan masalah besar yang dihadapi oleh negara-negara berkembang termasuk Negara Indonesia. Salah satunya terdapat di Kota Bekasi, dimana Kota Bekasi memiliki banyak pabrik-pabrik. Namun, hal tersebut tidak membuat jumlah pengangguran menurun sebaliknya jumlah pengangguran di Kota Bekasi tergolong masih sangat tinggi dikarenakan kesenjangan jumlah lapangan kerja yang tidak sebanding dengan tenaga kerja baik yang lulusan lembaga pendidikan dasar, menengah maupun pendidikan tinggi atau sarjana. Kesenjangan ini lah penyebab utama peningkatan angka pengangguran.

Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) (2014), jumlah pengangguran di Kota Bekasi tahun 2007 terdapat 41.700 pengangguran, ditahun 2008 melonjak menjadi 137 ribu pengangguran, pada tahun 2009 naik lagi menjadi 147 ribu, tahun 2010 dan 2011 pun hampir sekitar 147 ribu pengangguran, namun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya ditahun 2012 dan 2013 terjadi penurunan jumlah pengangguran yaitu menjadi 132 ribu jiwa dan 111 ribu jiwa<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Bayu Samudra, “Angka Pengangguran di Kab dan Kota Bekasi Masih Tinggi”, <http://celotehanakbekasi.com/angka-pengangguran-di-kab-dan-kota-bekasi-masih-tinggi/>, (diakses pada tanggal 22 April 2015 pukul 1.51)

Untuk mengurangi angka pengangguran tersebut, maka pemerintah harus bekerja keras dengan cara membuka kesempatan kerja yang lebih banyak, dan salah satunya cara pemerintah giat dalam meningkatkan kewirausahaan atau *entrepreneurship*, keberadaan wirausaha sangat berperan penting dalam perekonomian di Indonesia dan khususnya di Kota Bekasi. Dengan berwirausaha, seseorang dapat membuka lapangan kerja sesuai dengan keahliannya dalam bidang bisnis yang diminati. Oleh karena itu, dengan berwirausaha dapat mempengaruhi penurunan angka pengangguran di Indonesia seiring dengan jumlah pertumbuhan penduduk yang semakin hari semakin bertambah.

Data Kementerian Koperasi dan UKM mengungkapkan, Indonesia saat ini memiliki sekitar 3,7 juta wirausaha atau sekitar 1,5% dari jumlah penduduknya. Menurut David McClelland, idealnya suatu negara dapat dikatakan makmur apabila memiliki jumlah wirausahawan minimal sebanyak 2% dari jumlah penduduk untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan bangsa<sup>2</sup>. Menaikkan jumlah angka yang menjadi wirausahawan merupakan tantangan dan sekaligus menjadi peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan kewirausahaan mengingat bahwa wirausaha memiliki peranan yang sangat penting dan dapat memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dan merupakan salah satu solusi untuk mengatasi masalah tingginya angka pengangguran.

---

<sup>2</sup> Moh Aliffudin dan Mashur Razak, *Kewirausahaan: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*, (Jakarta: Magnascript Publising, 2015), h. 4

Dengan demikian, masyarakat Indonesia seharusnya dapat mengubah paradigma pekerja menjadi jiwa wirausaha yaitu mengubah pola pikir dari mencari pekerjaan menjadi membuka lapangan pekerjaan dengan meningkatkan produktivitas kewirausahaannya. Adapun beberapa aspek yang membuat wirausaha menjadi sukses dalam menjalankan usahanya antara lain memiliki karakter kewirausahaan, memiliki motivasi yang kuat dalam menjalankan usahanya, dan juga harus memiliki kemampuan (*self-efficacy*) kewirausahaannya.

Pertama, seorang wirausaha harus memiliki karakteristik kewirausahaan dimana setiap individu harus memiliki sifat atau watak yang berbeda yang bisa dijadikan ciri untuk mengidentifikasi diri mereka dalam berwirausaha.

Di dalam dunia kewirausahaan etnis Tionghoa sudah dikenal sebagai etnis yang sukses dalam bidang perdagangan baik di Indonesia maupun di seluruh dunia, dan sudah dikenal sebagai etnis perantau dengan tujuan utama berdagang yang memang merupakan mata pencaharian yang paling penting bagi etnis Tionghoa dengan kata lain karakter mereka dalam berdagang memang sudah mendarah daging sejak dulu.

Etnis Tionghoa cenderung memilih berdagang karena berdagang ini tidak dibatasi oleh ruang, waktu dan tempat, serta mereka berani mengambil risiko yang tinggi untuk keberhasilan usahanya dilihat dari berbagai jenis dagangan mulai dari elektronik, peralatan rumah tangga, perdagangan emas, perkakas teknik, dan rumah makan. Selain bebas, kegiatan perdagangan juga

menyediakan ruang yang luas bagi seseorang untuk mengembangkan kemampuannya.

Didalam menjalankan usahanya, etnis Tionghoa memiliki tiga kebudayaan yang masih dipegang teguh oleh etnis Tionghoa yakni pertama, Hopeng terkait dengan bagaimana cara etnis Tionghoa untuk menjaga hubungan baik dengan relasi bisnisnya. Kedua, Hongsui terkait dengan kepercayaan etnis Tionghoa pada faktor-faktor alamiah yang menunjang nasib baik dan buruk manusia, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun peruntungan perdagangan. Ketiga, Hokki yang masih memiliki kaitan dengan unsur hongsui, dimana hokki lebih dipersepsikan bagaimana mereka menyasati nasib agar selalu mendapat nasib baik dan keuntungan<sup>3</sup>. Ketiga nilai tradisional ini sangat berpengaruh baik dalam kehidupan sosial maupun aktivitas ekonomi dimanapun mereka berada dan mampu menunjukkan hasil yang luar biasa. Mereka ingin menunjukkan kepada etnis lainnya bahwa mereka Dengan demikian tak heran bahwa etnis Tionghoa mulai mendominasi kegiatan perdagangan di Indonesia.

Tidak berbeda jauh dengan etnis Tionghoa, wirausaha yang berasal dari pribumi yaitu etnis Minang. Etnis Minang memang terkenal sebagai pedagang yang sukses dan terkenal sebagai pengusaha yang tangguh. merekapun memiliki kesamaan dengan etnis Tionghoa dari segi keuletan dan ketangguhan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti banyak pengusaha Minang yang sukses dalam berbisnis dibidang perdagangan seperti

---

<sup>3</sup> Derry Mayendra, "Kebudayaan Tionghoa dan Budaya Berdagang Masyarakat Etnis Tionghoa", <http://derrymayendra.blogspot.com/2011/11/kebudayaan-tionghoa-dan-budaya.html>, (diakses pada tanggal 14 Desember 2014 pukul 3.14)

pakaian jadi, rumah makan, maupun toko-toko obat. Dari banyaknya profesi dan pekerjaan yang ditawarkan, tak heran bahwa berdagang merupakan profesi favorit banyak perantau Minang. Profesi ini sesuai dengan karakter etnis Minang yang dinamis dan selalu ingin hidup bebas.

Wirausaha yang berasal dari pribumi yang kedua yaitu etnis Jawa. Berbeda dengan etnis Tionghoa dan Minang yang memang terkenal sebagai pengusaha yang sukses. Sebaliknya etnis Jawa cenderung bersifat pasif, dimana etnis Jawa memiliki sifat menerima nasib dan bersabar dengan rizki yang mereka dapatkan. Seiring dengan perkembangan yang terjadi saat ini dimana etnis Jawa sudah mulai untuk berdagang, antara lain pedagang warung, toko kelontong dan pedagang pasar yang memang sudah banyak dari kalangan etnis Jawa.

Wirausaha pribumi lainnya yang memiliki reputasi sebagai *entrepreneur* adalah etnis Betawi. Etnis Betawi sudah banyak yang menjadi pedagang, hal tersebut dapat dilihat dari usaha makanan, warung ataupun toko yang dapat dijumpai hampir di setiap jalan.

Kedua, faktor *entrepreneurial motivation* atau motivasi berwirausaha merupakan semacam dorongan atau kekuatan individu untuk mempertahankan semangat kewirausahaannya<sup>4</sup>. Dimana faktor tersebutlah yang melatarbelakangi seseorang untuk mencapai tujuan tertentu dan memiliki peran dalam mempengaruhi proses kewirausahaan, dan juga menjadi kunci keberhasilan mereka dalam berdagang. Dengan demikian

---

<sup>4</sup> Tresia Thesman dan R.R. Retno Ardianti, "Hubungan Entrepreneurial Motivation Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro dan Kecil pada Sektor Makanan dan Minuman di Surabaya dan Sidoarjo", *Jurnal Universitas Kristen Petre*, 2014

individu yang memiliki motivasi yang tinggi dalam menjalankan usahanya akan mencapai tujuan yang lebih maksimal dalam usahanya.

Faktor penting ketiga yang mendorong sikap berwirausaha adalah *entrepreneurial self-efficacy* (kewirausahaan self-efficacy) dimana dalam berwirausaha dibutuhkan self-efficacy pada setiap individu, agar tujuan mereka dalam berwirausaha dapat tercapai. Kemampuan berwirausaha sangat dibutuhkan terlebih kondisi saat ini yang penuh dengan daya saing di dunia usaha. Karena semakin kuat keyakinan seorang individu, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.

Faktor lingkungan memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan jiwa atau karakter kewirausahaan. Salah satu faktor lingkungan yang berperan besar dalam pembentukan karakter kewirausahaan adalah budaya atau suku bangsa (etnis). Dengan demikian, dalam menjalankan usahanya, mulai dari pembentukan karakter atau perilaku kewirausahaan, motivasi mereka mendirikan usaha, menjalankan, dan kemampuan mereka mengembangkan usaha harus saling melengkapi dan saling berkaitan satu sama lain.

Dilihat dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa perbedaan *Entrepreneurial Characteristics*, *Entrepreneurial Motivation* dan *Entrepreneurial Self-efficacy* yang dimiliki wirausahawan dipengaruhi oleh perbedaan etnis.

Namun, sampai saat ini masih sangat jarang studi yang secara spesifik menganalisis ketiga aspek tersebut, khususnya mengenai apakah ada

perbedaan ketiga aspek tersebut ditinjau dari latar belakang etnis pengusaha yang terdiri dari etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Analisis Perbedaan *Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Motivation* dan *Entrepreneurial Self-efficacy*** (studi pada Pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa, dan Betawi di Bekasi Timur).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti membuat perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran demografi pengusaha di Bekasi Timur?
2. Apakah terdapat perbedaan *Entrepreneurial Characteristics* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi di Bekasi Timur?
3. Apakah terdapat perbedaan *Entrepreneurial Motivation* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi di Bekasi Timur?
4. Apakah terdapat perbedaan *Entrepreneurial Self-efficacy* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi di Bekasi Timur?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan pada pengusaha etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi di Bekasi Timur adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran demografi pengusaha di Bekasi Timur.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *Entrepreneurial Characteristics* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi di Bekasi Timur.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *Entrepreneurial Motivation* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi di Bekasi Timur.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *Entrepreneurial Self-Efficacy* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang Jawa dan Betawi di Bekasi Timur.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Memberikan pelajaran dan pengalaman dalam hal melakukan penelitian pada pengusaha etnis Tionghoa, pengusaha etnis Minang, pengusaha etnis Jawa, dan pengusaha etnis Betawi dengan membedakan karakteristik, motivasi dan *self-efficacy* berwirausaha.

2. Bagi Pengusaha etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi

Memberikan informasi perbedaaan berwirausaha dari keempat etnis tersebut yang ditinjau dari karakteristik, motivasi dan *self-efficacy* berwirausahanya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi tambahan bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang Analisis Perbedaan *Entrepreneurial Characteristics*, *Entrepreneurial Motivation* dan *Entrepreneurial Self-efficacy* antara pengusaha Etnis Tionghoa, Minang, Jawa dan Betawi.

4. Bagi Universitas Negeri Jakarta khususnya pada konsentrasi Manajemen SDM

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi pembelajaran yang baik yang bisa memberikan pengetahuan tambahan untuk mahasiswa khususnya pada konsentrasi manajemen SDM.