

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Bisnis eceran atau biasa disebut dengan pedagang eceran (*retailer*) semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Pengecer (*retailer*) atau toko eceran (*retail store*) adalah setiap usaha bisnis yang volume penjualannya terutama berasal dari eceran. Eceran meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis.

Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran bermunculan dengan bermacam bentuk dan ukuran yang menyebabkan persaingan dalam dunia ritel semakin ketat. Omset penjualan yang diperoleh oleh pedagang pasar tradisional pada tahun 2006 semakin menurun dan rata-rata pedagang mengeluh bahwa penghasilannya berkurang hingga 50% sejak ritel modern semakin banyak dibuka di Indonesia. (Liputan 6 Petang SCTV, Minggu 2 September 2006).

Data tersebut membuktikan semakin maraknya industri ritel di Indonesia, banyaknya konsumen yang beralih dari pasar tradisional ke ritel modern. Tapi hal tersebut berbanding terbalik dengan data peningkatan penjualan ritel di Indonesia yang diperoleh dari hasil survey AC Nielsen. Hasil survey AC Nielsen mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan barang ritel di Indonesia termasuk

barang-barang elektronik meningkat sebesar 18% pada tahun 2005 dan Indonesia merupakan Negara dengan tingkat pertumbuhan penjualan barang eceran tertinggi di Asia Tenggara (Media Indonesia, Kamis 31 Agustus 2005, hal. 3).

Selain mengalami pertumbuhan dari sisi jumlah dan angka penjualan, ritel modern mengalami pertumbuhan pangsa pasar sebesar 2.4% pertahun terhadap pasar tradisional. Berdasarkan survey AC Nielsen (2006) menunjukkan bahwa pangsa pasar dari pasar modern meningkat sebesar 11.8% selama lima tahun terakhir. tiga tahun terakhir. Jika pangsa pasar dari pasar modern pada tahun 2001 adalah 24.8% maka pangsa pasar tersebut menjadi 32.4% tahun 2005. Hal ini berarti bahwa dalam periode 2001 – 2006, sebanyak 11.8% konsumen ritel Indonesia telah meninggalkan pasar tradisional dan beralih ke pasar modern.

Pangsa pasar produk elektronik pun bisa dikatakan tahun demi tahun selalu mengalami peningkatan, kurang lebih 20 sampai 30 persen terutama dari hari biasa sampai hari-hari khusus seperti imlek, lebaran, idul fitri, dan lain lain. Luasnya pangsa pasar yang harus dijangkau oleh produsen dalam memasarkan produknya, membuat sebagai produsen tidak dapat menjual produknya secara langsung kepada konsumen akhir.

Hal tersebut menjadi salah satu penyebab berkembangnya industri *retail* di Indonesia. Perkembangan tersebut menuntut pelaku bisnis untuk menyiapkan saluran distribusi yang efektif, salah satu diantaranya saluran akhir. Pengecer (*retailer*) merupakan saluran akhir yang menghubungkan konsumen dengan konsumen akhir.

Sama seperti produk, jenis-jenis toko eceran melewati tahap-tahap pertumbuhan dan penurunan. Ketika toko-toko yang ada menawarkan lebih banyak layanan untuk tetap tampil bersaing, biaya dan harganya akan naik, yang membuka pintu dari bentuk-bentuk eceran baru yang menawarkan bauran barang dagang dan layanan dengan harga yang lebih rendah.

Hal itu yang membuat masyarakat banyak yang berpindah membeli produk-produk yang mereka butuhkan di retailer. Selain nyaman karena letaknya di pusat-pusat perbelanjaan, dan juga mudah mereka menemukan barang yang mereka cari, juga harganya yang relatif murah tidak beda jauh dengan yang ada di pasar-pasar tradisional.

Di Indonesia terdapat bermacam-macam etnis, suku, budaya dan bahasa mampu membentuk *national identity* yang merekatkan warganya ke dalam satu kepentingan bersama. Di Indonesia juga terhadap para imigran yang datang dengan model pluralisme budaya di dunia lama, meski masih menunjukkan beberapa persoalan identitas dan pengakuan terhadap kehadiran mereka. Dan yang paling menonjol pada permasalahan ini adalah banyaknya para wirausahawan Cina yang membuka usaha di Indonesia. Persaingan bisnis di Indonesia pun semakin ketat antara wirausahawan Cina dan wirausahawan lokal di Indonesia.

Leluhur etnis Cina di Indonesia berimigrasi secara bergelombang sejak ribuan tahun yang lalu. Catatan-catatan dari etnis Cina menyatakan bahwa kerajaan-kerajaan kuno di Nusantara telah berhubungan erat dengan dinasti-dinasti yang berkuasa di Cina. Faktor inilah yang kemudian menyuburkan perdagangan dan lalu lintas barang maupun manusia dari Cina ke Nusantara dan sebaliknya.

Etnis Cina memang dikenal sukses dalam berdagang. Itu dikarenakan ada beberapa ciri-ciri atau sifat yang tertanam disetiap diri mereka yang menjadikan alasan kuat mereka menjadi wirausahawan yang sukses. Seperti yang dijelaskan oleh Kahn (1974) bahwa ada beberapa ciri-ciri pada setiap pedagang Cina yaitu bekerja keras, harmonisasi, hormat pada orang tua, koordinasi kerjasama, tidak menonjolkan pribadi dan tidak egois.

Selanjutnya juga dijelaskan oleh Ch'ng (1995:52), bahwa berdasarkan nilai-nilai inilah muncul etos kerja orang Tionghoa yang berdasar pada disiplin, bakti keluarga, toleransi besar pada rutinitas, dan pragmatisme yang kuat.

Alur ekonomi wirausahanya segera muncul dalam bentuk:

- 1) handal dan dapat dipercaya
- 2) kekuatan hubungan dan jaringan
- 3) sifat hemat
- 4) kreativitas dan inovatif
- 5) munculnya etos bisnis, etos kerja, dan etos wiraswasta dan wirausaha

(Ch'ng : 1995)

Selain dalam hal perbedaan etnis, latar belakang orangtua seringkali disangkutpautkan menjadi salah satu hal penting yang dapat membentuk kecenderungan seseorang untuk memutuskan berwirausaha. Profesi orang tua yang menjadi seorang wirausaha seringkali dianggap menjadi salah satu faktor bagi keturunannya untuk memilih menjadi seorang wirausahawan, dibanding yang orangtuanya bukan berprofesi sebagai wirausaha.

Menurut Duchesneau et al., (Benedicta, 2003:18 dalam Sukmana, 2008:4) menyatakan bahwa wirausaha yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orangtua yang juga wirausaha, karena mereka memiliki pengalaman yang luas dalam usaha. Lebih lanjut, Staw (Sukmana, 2008:4) juga mengemukakan bahwa ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orangtua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil. Sifat kemandirian yang kemudian mendorong mereka untuk mendirikan usaha sendiri. Dari pernyataan tersebut, nampak bahwa profesi atau pekerjaan orang tua memiliki peran yang strategis dalam menumbuhkan motivasi wirausaha. Hal ini juga diperkuat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 10 responden yang merupakan pengusaha elektronik di Blok M Square.

Blok M Square merupakan salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta yang di dalamnya terdapat beberapa retail elektronik yang diminati banyak konsumen. Meskipun Blok M Square terbilang baru, karena baru dibangun pada tahun 2010, tetapi saat ini sudah ada sekitar 107 retail elektronik yang berada di lantai 3 dan 3A Blok M Square. Dan di Blok M Square terlihat adanya persaingan antara wirausahawan beretnis Cina dan Indonesia, mereka pun bersaing untuk memberikan pelanggan puas dan nyaman di toko mereka.

Berkaitan dengan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dengan menggunakan faktor motivasi kewirausahaan yang dikembangkan oleh Victor. H. Vroom, penelitian ini akan memfokuskan kepada faktor-faktor motivasi seseorang, yang terdiri dari Harapan dan Valensi. Dengan latar belakang diatas,

maka penelitian ini diberi judul Analisis Motivasi Berwirausaha ditinjau dari Etnis dan Latar Belakang Profesi Orangtua di Blok M Square, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran dari motivasi berwirausaha, latar belakang profesi orangtua dan etnis di Blok M Square?
2. Apakah terdapat perbedaan motivasi wirausaha pada pengusaha elektronik yang beretnis Cina dan Pribumi di Blok M Square?
3. Apakah terdapat perbedaan motivasi wirausaha pada pengusaha elektronik beretnis Cina yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha dengan pengusaha elektronik pribumi yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha di Blok M Square?
4. Apakah terdapat perbedaan motivasi wirausaha yang didapat pada pengusaha elektronik beretnis Cina yang tidak memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha dengan pengusaha elektronik pribumi yang tidak memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha di Blok M Square?
5. Apakah terdapat perbedaan motivasi wirausaha yang didapat pada pengusaha elektronik beretnis Cina yang memiliki latar belakang profesi

orangtua sebagai pengusaha dengan yang tidak memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha?

6. Apakah terdapat perbedaan motivasi wirausaha yang didapat pada pengusaha elektronik pribumi yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha dengan yang tidak memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran dari motivasi wirausaha, latar belakang profesi orangtua, dan etnis Cina dan Pribumi di Blok M Square.
2. Untuk mengetahui perbedaan motivasi wirausaha pada pengusaha elektronik yang beretnis Cina dan Pribumi di Blok M Square?
3. Untuk mengetahui perbedaan motivasi wirausaha pada pengusaha elektronik beretnis Cina yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha dengan pengusaha elektronik pribumi yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha di Blok M Square?
4. Untuk mengetahui perbedaan motivasi wirausaha pada pengusaha elektronik beretnis Cina yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha dengan pengusaha elektronik pribumi yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha di Blok M Square?
5. Untuk mengetahui perbedaan motivasi wirausaha yang didapat pada pengusaha elektronik beretnis China yang memiliki latar belakang

profesi orangtua sebagai pengusaha dengan yang tidak memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha?

6. Untuk mengetahui perbedaan motivasi wirausaha yang didapat pada pengusaha elektronik pribumi yang memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha dengan yang tidak memiliki latar belakang profesi orangtua sebagai pengusaha?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini dimasa mendatang dapat memberikan kontribusi baik berupa akademis untuk pengembangan ilmu dan dunia pendidikan, serta manfaat praktis bagi wirausahawan.

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai upaya, kinerja dan hasil, serta motivasi dalam kewirausahaan pada usaha pengusaha elektronik di Blok M Square, dan juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pengaruh perbedaan latar belakang profesi orangtua serta perbedaan pengusaha yang beretnis Cina dengan Pribumi dalam motivasi wirausaha di Blok M Square, sehingga dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang membutuhkan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya atau untuk kegiatan lain yang berkaitan.



## 2. Bagi Pengusaha Elektronik

Sebagai masukan berupa informasi tentang pengaruh perbedaan latar belakang profesi orangtua serta pengaruh perbedaan pengusaha yang beretnis Cina dengan Pribumi terhadap dimensi-dimensi dalam motivasi wirausaha yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan serta pengelolaan usaha retail elektronik di Blok M Square.

## 3. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh perbedaan latar belakang profesi orangtua serta pengaruh perbedaan pengusaha yang beretnis Cina dengan Pribumi, berkaitan dengan upaya, kinerja, dan hasil dalam mendorong motivasi wirausaha pada usaha pengusaha elektronik di Blok M Square.