

**ANALISIS BUDAYA BISNIS ETNIS TIONGHOA HOKKIAN
DI KOTA PRABUMULIH SUMATRA SELATAN**

(Skripsi)

Oleh

**VEINA LEGISTA
NPM 1716051011**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2021

ABSTRAK

ANALISIS BUDAYA BISNIS ETNIS TIONGHOA HOKKIAN DI KOTA PRABUMULIH SUMATRA SELATAN

Oleh

VEINA LEGISTA

Budaya merupakan komponen kunci dan berdampak terhadap arah strategi bisnis. Budaya mempengaruhi manajemen, keputusan, dan semua fungsi bisnis. Budaya bisnis membentuk identitas bisnis dan pertumbuhan bisnis. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atau menganalisis budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif *Miles and Huberman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan dagang etnis Tionghoa telah diturunkan dari generasi ke generasi berikutnya. Hal ini menjadi pedoman etnis Tionghoa dalam kegiatan dagang. Budaya etnis Tionghoa yang hingga saat ini masih digunakan berkaitan dengan keberuntungan bisnis yang dilihat berdasarkan ilmu astrologi dari budaya Tionghoa yaitu *shio* dan pemilihan lokasi usaha yang strategis serta berdasarkan *feng shui*. Budaya bisnis terdiri dari *guanxi* dan manajemen waktu. Prinsip bisnis menggunakan prinsip Tao Zhu Gong.

Sistem dagang etnis Tionghoa Hokkian terdiri dari lima sistem dagang yang berbeda. Saran dalam penelitian ini adalah etnis Tionghoa Hokkian dapat memperluas koneksi bisnis, mempertahankan relasi bisnis, mempertahankan kepercayaan terhadap budaya mereka, mempertahankan sikap jujur, ramah, sopan, dan giat dalam berbisnis, mampu menciptakan hubungan yang bersahabat dengan pelanggan, terdapat tiga saran untuk peneliti selanjutnya.

Kata kunci: budaya bisnis, etnis tionghoa hokkian, keberhasilan dagang

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF HOKKIEN CHINESE ETHNIC BUSINESS CULTURE IN PRABUMULIH CITY, SOUTH SUMATRA

By

VEINA LEGISTA

Culture is a critical component of business and has an impact on the company and strategic direction. Culture has an impact on management, decision-making, and all business functions. Business culture is critical because it shapes the business's identity and growth. This study aims to examine or analyze the effect of the Hokkien Chinese business culture on the success of their trading in Prabumulih City, South Sumatra. This is descriptive research with a qualitative approach.

Techniques for data collection include observation, in-depth interviews, and documentation. The data analysis technique is based on the interactive model developed by Miles and Huberman. The findings indicate that the Chinese have passed on their trading abilities from generation to generation. This becomes a guideline for Chinese ethnic traders. The Chinese ethnic culture, which is still in use today, is associated with business fortune, based on Chinese astrology, specifically Shio, and the selection of strategic business locations using Feng Shui. Guanxi and time management are central to the business culture. The Tao Zhu Gong principle is applied to the business.

Five distinct trading systems comprise the Hokkien Chinese trading system. The study makes several recommendations, including the ability of the Hokkien Chinese ethnic group to expand business connections, maintain business relationships, maintain trust in their culture, maintain an honest, friendly, polite, and enterprising attitude in business, and to develop friendly relationships with customers. There are three other suggestions for further researchers.

Key words: business culture, hokkien chinese ethnic, trade success

**ANALISIS BUDAYA BISNIS ETNIS TIONGHOA HOKKIAN DI
KOTA PRABUMULIH SUMATRA SELATAN**

Oleh

VEINA LEGISTA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2021

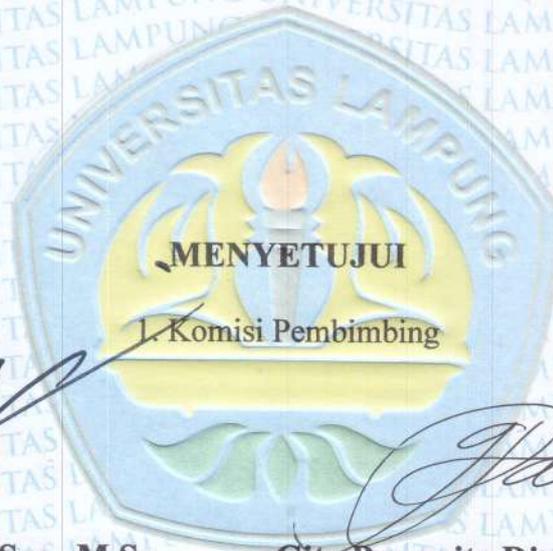
Judul Skripsi : **ANALISIS BUDAYA BISNIS ETNIS TIONGHOA
HOKKIAN DI KOTA PRABUMULIH SUMATRA
SELATAN**

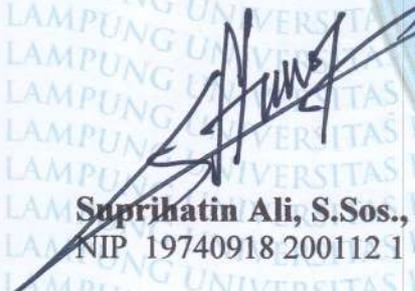
Nama Mahasiswa : **Veina Tegista**

No. Pokok Mahasiswa : 1716051011

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

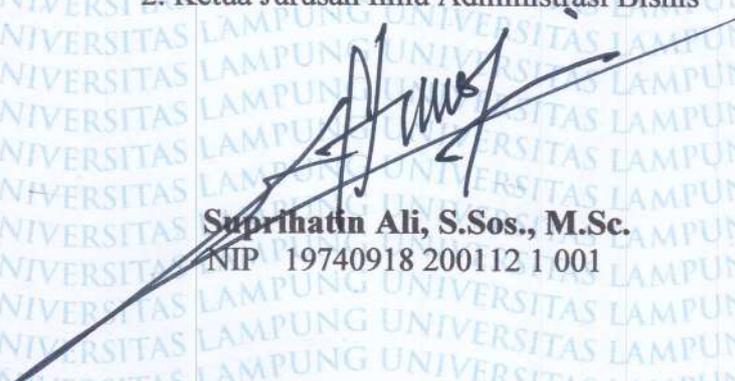
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001


Gita Paramita Djausal, S.IP., M.A.B.
NIP 19841216 201903 2 004

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis


Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.

Sekretaris

Gita Paramita Djausal, S.IP., M.A.B.

Penguji Utama

Unang Mul Khan, S.A.B., M.BA., Ph.D.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juli 2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 26 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



Veina Legista
NPM. 1716051011

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Palembang pada tanggal 08 Desember 1999. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Arifin dan Ibu Alina. Pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Santa Maria Kota Prabumulih diselesaikan tahun 2005. Sekolah Dasar diselesaikan di SD Santa Maria Kota Prabumulih pada tahun 2011.

Sekolah Menengah Pertama di SMP Santa Maria Kota Prabumulih diselesaikan pada tahun 2014. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 01 Kota Prabumulih yang selesai pada tahun 2017.

Tahun 2017, penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama menjadi mahasiswa penulis pernah lulus seleksi dan mendapatkan bantuan modal dalam Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) tingkat Universitas pada tahun 2019.

Penulis aktif di organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis sebagai anggota bidang kewirausahaan dan penulis juga mengikuti organisasi kemahasiswaan yang ada di tingkat Universitas yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa Buddha dan pada saat mengikuti organisasi tersebut, penulis pernah aktif sebagai kepala divisi bidang rohmani (rohani dan jasmani) pada tahun 2019 dan penulis pernah aktif sebagai bendahara umum pada tahun 2020. Tahun 2020 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Mekar Sari, Kecamatan Pagar Dewa, Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari.

MOTTO

“Believe what your heart tells you. Not what others say”

(Buddha)

“Live your life, it’s yours anyways. Don’t try too hard, it’s okay to lose”

(Jungkook)

“Be Brave, Be Humble”

(Byun Baekhyun)

“There’s no dream that you can’t achieve. Every dream can come true.

So please don’t think that you can’t do. Try everything”

(Liu Yangyang)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan Puji Syukur kepada Sang Hyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ini dapat diselesaikan.

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Papa Arifin dan Mama Alina yang telah membesarkan, mendidik, dan membimbing saya dengan penuh kasih sayang, cinta kasih serta selalu memberikan doa yang terbaik untuk saya. Terima kasih selalu menjadi penyemangat terbesar selama menyelesaikan skripsi ini.

Kakak-Kakakku (Koko dan Cici)

Terima kasih atas dukungan dan selalu memotivasiku sehingga akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Keluarga Besar

Keluarga besarku di Kota Prabumulih, Bandar Lampung, Bangka yang selalu mendoakan, dan memberikan motivasi demi kesuksesanku.

Sahabat-Sahabat

Sahabat yang selalu memberikan motivasi, membantu, menghibur selama menyusun skripsi ini. Terima kasih kepada kalian semua sudah menjadi bagian dari proses kehidupan saya.

ALMAMATER TERCINTA

UNIVERSITAS LAMPUNG

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kepada Sang Hyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Budaya Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa selama proses dan penyusunan skripsi ini mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sang Hyang Adi Buddha
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

5. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

6. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dan selaku Dosen Pembimbing Utama saya yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar, banyak memberikan masukan, arahan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini oleh penulis, terima kasih atas masukan dan motivasi yang sudah diberikan kepada penulis.

7. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.AB. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

8. Ibu Gita Paramita Djausal, S.IP., M.A.B. selaku Dosen Pembimbing Kedua saya yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan masukan, arahan, dan dukungan serta memberikan pengetahuan tambahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Bapak Unang Mulkhan, S.AB.,M.BA.,P.hD. selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberikan arahan, masukan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini oleh penulis.

10. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang selama ini telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan arahan kepada penulis.

11. Untuk kedua orang tuaku Arifin dan Alina yang telah membesarkan, mendidikku serta selalu memotivasi saya. Terima kasih atas segala doa dan kasih sayang yang selalu kalian berikan, pengorbanan yang telah kalian berikan untuk memenuhi kebutuhanku, serta berjuang mendukung kesuksesanku. Terima kasih telah menjadi motivator terbaikku.

12. Untuk koko dan saudaraku tercinta, terima kasih atas kasih sayang, doa dan dukungan yang selalu kalian berikan. Terima kasih telah menjadi panutanku.

13. Untuk seluruh keluarga, terima kasih selalu memberikan semangat dan masukkan kepada penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

14. Untuk teman-teman terbaik semasa kuliah Gayet, Poppy, Nata, Dian, Alvin, Alvian, Danu, Dimas, Therlin, Maryana, Mutiara, Widya yang selalu memberikan semangat, serta motivasi.

15. Terima kasih untuk Silvi, Hellen, Santi, Alvin, Angga, Aldo yang selalu ada buat saya, memberikan semangat, motivasi, dan sering membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

16. Terima kasih untuk Vinia, Nita selaku teman kecil saya yang selalu memberikan kata-kata penyemangat, motivasi, selalu ada buat saya, dan peran kalian sangat membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.

17. Terima kasih untuk Bun, Fina, Erin yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

18. Terima kasih untuk UKM Buddha Unila, kepada koko, cici, adik2 yang telah memberikan semangat, motivasi dan pengalaman yang luar biasa dalam organisasi.

19. Terima kasih kepada Desi, Munawaroh, Rahmi, Titia selaku teman seperbimbingan saya yang telah banyak memberikan semangat, motivasi, dan sering membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

20. Terima kasih kepada Kak Tara yang banyak membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.

21. Teman-teman dan keluarga Administrasi Bisnis 17 yang tidak bisasanya sebutkan satu per satu. Terima kasih sudah menjadi teman dalam masa perkuliahan dan berbagai kegiatan & pengalaman selama kuliah.

22. Teman-teman KKN Desa Mekar Sari, Kecamatan Pagar Dewa, Kabupaten Lampung Barat, Clara, Diah, Anggun, Dimas, Kak Regga dan Kak Fajri, terima kasih atas kebersamaan, kekompakan, canda dan tawa selama 40 hari yang berkesan dan menyenangkan.

23. Terima kasih kepada Clara, teman seperjuanganku selama masa KKN yang telah banyak membantu dan terus semangat.

24. Terima kasih kepada panutanku, member BTS, EXO, dan NCT yang selalu hadir memberikan kata-kata penyemangat, dan selalu menghibur penulis ketika mengalami kesulitan dalam menyelesaikan kegiatan perskripsian ini.

25. Para informan yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi objek dalam penelitian ini.

26. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan perskripsian ini. Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan.

27. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, akan tetapi besar harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semuanya. Amin.

Bandar Lampung, 21 September 2021

Penulis

Veina Legista

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Budaya	12
2.1.1. Pengertian Budaya	12
2.1.2. Unsur-Unsur Budaya.....	13
2.2. Pengertian Budaya Bisnis	16
2.3. Budaya Bisnis Etnis Tionghoa.....	17
2.3.1. Kunci Sukses Bisnis Etnis Tionghoa	17
2.3.2. Perbedaan Budaya, Budaya Bisnis, Budaya Bisnis Etnis Tionghoa	19
2.4. Kewirausahaan dan Wirausaha	19
2.4.1. Definisi Kewirausahaan	19
2.4.2. Definisi Wirausaha.....	22
2.4.3. Karakteristik Wirausaha.....	23
2.4.4. Sifat Wirausaha	25
2.4.5. Manfaat Kewirausahaan.....	28
2.4.6. Faktor Keberhasilan dan Kegagalan Usaha	30
2.4.6.1. Faktor Keberhasilan Usaha	30
2.4.6.2. Faktor Kegagalan Usaha	32
2.4.7. Perilaku Seorang Wirausaha	33
2.4.8. Profil Wirausaha	35
2.5. Hubungan Kewirausahaan Dan Budaya Etnis Tionghoa Hokkian Di Kota Prabumulih Sumatra Selatan	36
2.6. Kerangka Pemikiran.....	38
2.7. Proporsi Penelitian	39

III. METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Lokasi Penelitian.....	43
3.3. Fokus Penelitian.....	45
3.4. Informan Penelitian.....	45
3.4.1. Profil Informan.....	48
3.5. Jadwal Penelitian.....	53
3.6. Jenis dan Sumber Data	54
3.6.1. Jenis Data	54
3.6.2. Sumber Data.....	54
3.7. Teknik Pengumpulan Data	55
3.7.1. Observasi.....	55
3.7.2. Wawancara.....	56
3.7.3. Dokumentasi	57
3.8. Teknik Analisis Data.....	58
3.8.1. Analisis Data Berdasarkan Model Interaktif Miles And Huberman	60
3.9. Teknik Keabsahan Data	61
3.10. Hambatan Penelitian	62
3.10.1. Solusi Hambatan Penelitian	63
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Gambaran Umum Kota Prabumulih	64
4.1.1. Sejarah Kota Prabumulih	65
4.1.2. Kondisi Geografis Kota Prabumulih.....	70
4.1.3. Kondisi Demografis Kota Prabumulih.....	71
4.2. Gambaran Umum Etnis Tionghoa	72
4.2.1. Etnis Tionghoa Di Indonesia.....	73
4.2.2. Gambaran Umum Etnis Tionghoa Di Kota Prabumulih	74
4.2.2.1. Asimilasi Kebudayaan Etnis Tionghoa Di Kota Prabumulih Sumatra Selatan	74
4.3. Dunia Bisnis Etnis Tionghoa	76
4.4. Falsafah Bisnis Etnis Tionghoa.....	78
4.5. Hasil Analisis	79
4.5.1. Budaya Etnis Tionghoa Dalam Perdagangan.....	80
4.5.1.1. Keberuntungan Bisnis	80
4.5.1.2. <i>Store Location</i>	87
4.5.1.3. Temuan Benda Etnis Tionghoa.....	93
4.5.1.3.1. Temuan Benda Etnis Tionghoa Hokkian Di Kota Prabumulih	105
4.5.2. Budaya Bisnis Etnis Tionghoa.....	108
4.5.2.1. Penerapan Budaya Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih	109
4.6. Prinsip Bisnis Etnis Tionghoa	112
4.6.1. Prinsip Bisnis Klasik Tao Zhu Gong	113

4.6.2. Prinsip Bisnis Modern Etnis Tionghoa Hokkian	115
4.6.3. Penerapan Prinsip Tao Zhu Gong Dalam Praktek Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.....	122
4.6.3.1. Penerapan Prinsip Klasik Tao Zhu Gong Dalam Praktek Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.....	122
4.6.3.2. Penerapan Prinsip Modern Tao Zhu Gong Dalam Praktek Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.....	128
4.7. Sistem Dagang Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih.....	136
V. SIMPULAN DAN SARAN	141
5.1. Simpulan	141
5.2. Saran.....	142
5.2.1. Bagi Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih	142
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	143
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN.....	152

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Sarana Perdagangan di Kota Prabumulih, 2017 – 2019.....	6
2. Peranan Kategori Perdagangan terhadap PDRB Kota Prabumulih, 2017-2019.....	6
3. Perbedaan Budaya, Budaya Bisnis, Budaya Bisnis Etnis Tionghoa.....	19
4. Definisi Kewirausahaan Menurut Para Ahli.....	21
5. Definisi Wirausaha Menurut Para Ahli.....	22
6. Sifat yang Harus Dimiliki Seorang Wirausaha.....	25
7. Lokasi Penelitian.....	44
8. Identitas Informan.....	46
9. Jadwal Penelitian.....	53
10. Jadwal Penelitian (Lanjutan).....	53
11. Penerapan Model Interaktif Miles and Huberman Dalam Analisis Data.....	60
12. Kecamatan Kota Prabumulih Pada Masa Pemerintahan Kota Administratif.....	68
13. Pemekaran Kelurahan Kota Prabumulih Pada Masa Pemerintahan Kota Administratif.....	69
14. Batas Wilayah Kota Prabumulih Berdasarkan Letak Geografis.....	70
15. Indikator Elemen Shio Yang Dimiliki Informan.....	83
16. <i>Store Location</i> Etnis Tionghoa Hokkian Berdasarkan <i>Feng Shui</i>	91
17. Temuan Benda Etnis Tionghoa Hokkian Di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.....	105
18. Budaya Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih.....	109
19. Penerapan Sistem Dagang Etnis Tionghoa Hokkian Di Kota Prabumulih.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan Tahun 2019	4
2. Persentase Penduduk Bekerja Menurut Lapangan Usaha di Kota Prabumulih, 2019	5
3. Kerangka Pemikiran.....	39
4. Model Interaktif Miles and Huberman dalam Analisis Data	59
5. Kota Prabumulih Pusat Pengeboran Minyak di Sumatra Selatan	65
6. Peta Administrasi Kota Prabumulih Provinsi Sumatra Selatan	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pedoman Wawancara	153
Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara	155
Lampiran 3. Gambar Hasil Penelitian	179
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian	186

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat (2016), Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Luas wilayah Indonesia sekitar 1,904,569 km². Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (2020), jumlah pulau Indonesia yang terdapat pada daftar nama rupabumi nasional adalah sebanyak 16.771, hal ini membuat Indonesia kaya akan keragaman budaya. Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa, bahasa, dan agama. Berdasarkan ras, Indonesia terdiri atas bangsa asli pribumi yakni Mongoloid Selatan/Austronesia dan Melanesia (Antara dan Yogantari, 2018). Indonesia memiliki semboyan nasional yaitu “Bhinneka Tunggal Ika” yang berarti keberagaman suku bangsa, bahasa, budaya, dan agama yang membentuk negara Indonesia.

Berdasarkan Portal Informasi Indonesia (2010), jumlah suku bangsa yang dimiliki Indonesia adalah sebanyak 1.340. Suku bangsa adalah sekelompok manusia yang terhubung dengan kesadaran dan identitas terhadap kesatuan kebudayaan, sehingga kesatuan kebudayaan tersebut tidak ditentukan oleh orang lain melainkan oleh kebudayaan yang bersangkutan (Koentjaraningrat, 1996). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian etnik yaitu bertalian dengan

kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, dan bahasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian suku bangsa adalah kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan sosial yang lain berdasarkan kesadaran akan identitas perbedaan kebudayaan, terutama bahasa. Ciri-ciri suku bangsa yaitu memiliki kesamaan kebudayaan, bahasa, adat istiadat, dan nenek moyang.

Ciri-ciri yang membedakan suku bangsa dengan yang lain adalah adat istiadat, bahasa daerah, sistem kekerabatan, kesenian daerah, dan tempat asal (Putri, 2020). Keragaman bangsa Indonesia terbentuk oleh jumlah suku bangsa yang tersebar di berbagai lokasi. Setiap suku bangsa yang ada di Indonesia memiliki ciri khas, karakteristik sosial, dan budaya yang berbeda. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2020), proyeksi penduduk Indonesia pada tahun 2010-2035 menggunakan data dasar penduduk yang didapat dari hasil sensus penduduk 2010. Berdasarkan Portal Informasi Indonesia (2010), Indonesia memiliki lebih dari 300 kelompok etnik atau suku bangsa, salah satunya yaitu suku Tionghoa. Suku Tionghoa di Indonesia memiliki jumlah sebanyak 2.832.510 dengan persentase sebesar 1,2 persen.

Suku Tionghoa merupakan salah satu suku yang ada di Indonesia. Leluhur etnis Tionghoa berasal dari daratan Tiongkok. Berdasarkan dialek, etnis Tionghoa dibagi menjadi Tionghoa Hokkian, Tionghoa Hakka, Tionghoa Kanton, Tionghoa Tiochiu, dan Tionghoa Hainan (Christian, 2017). Masyarakat Tionghoa di Indonesia terdiri dari beberapa suku yang memiliki dialek berbeda dan tersebar di beberapa wilayah Indonesia. Terdapat lima suku Tionghoa di Indonesia berdasarkan dialek (Kangsaputra, 2019):

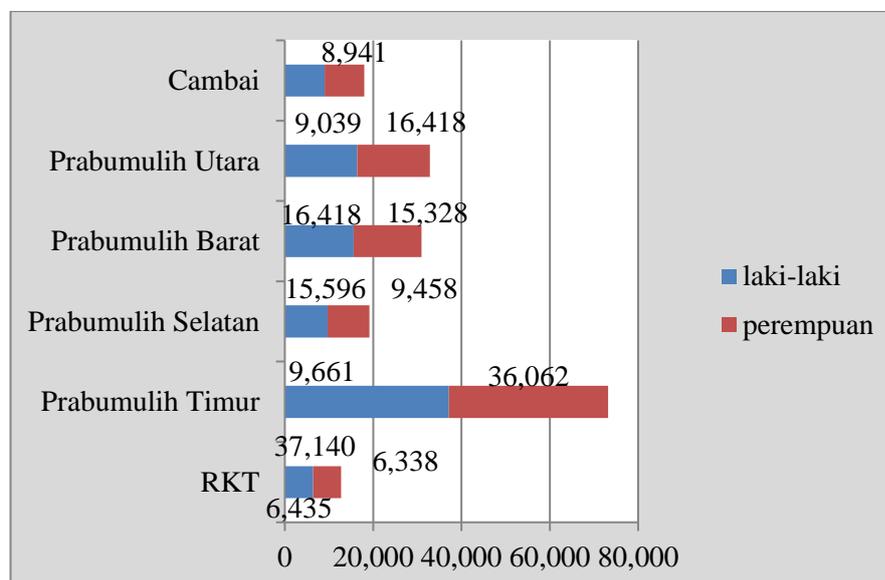
1. Tionghoa Hokkian berasal dari Provinsi Fujian yang terletak di Tenggara Tiongkok.
2. Tionghoa Hakka atau Khek berasal dari kawasan pegunungan Provinsi Guangdong, Fujian, dan Guangxi di Tiongkok.
3. Tionghoa Kanton berasal dari Guangzhou yang merupakan Ibu Kota Provinsi Guangdong.
4. Tionghoa Hainan berasal dari bagian negara Ibu Kota Haikou.
5. Tionghoa Tiochiu merupakan percampuran dari suku Hokkian dengan Kanton.

Etnis Tionghoa Hokkian di Indonesia tersebar di Jawa dan Sumatra (Turner, 2003). Sebelum zaman kolonial Belanda, etnis Tionghoa mampu masuk ke dalam masyarakat Indonesia. Setelah kedatangan Belanda etnis Tionghoa mulai dianggap sebagai ancaman bagi kesejahteraan mereka, Belanda menerapkan kebijakan *divide and rule* (Urban, 2013). Etnis Tionghoa berada di posisi perantara dan diintegrasikan sebagai perantara antara pejabat Belanda dan penduduk asli Indonesia (Vickers, 2005). Daerah asal pendatang dari Hokkian pada dasarnya hampir meliputi seluruh wilayah provinsi Fujian, namun mayoritas berasal dari daerah pesisir seperti Zhangzhou, Quanzhou, dan Amoy (Jiang dan U, 2011). Etnis Tionghoa Hokkian merupakan mayoritas di antara orang Tionghoa lainnya (Gondomono, 2013).

Kota Prabumulih adalah salah satu kota yang terletak di Provinsi Sumatra Selatan, Indonesia. Menurut Senajat selaku toko adat di Kota Prabumulih, nama Prabumulih berasal dari kata *Prabung* berarti “keberuntungan” dan *Uleh* yang berarti “mendapat”, sehingga arti nama Kota Prabumulih adalah “mendapat

keberuntungan”. Asal mulanya, pada zaman puyang Prabumulih yakni Puyang Tegeri memiliki empat orang anak masing-masing bernama Ninggun, Dayan, Resek dan Jami. Keempat orang anak tersebut, meminta izin untuk membangun atau membuka negeri baru. Setelah memilih tempat kemudian keempat anak Puyang Tegeri memilih lokasi di titik nol Kota Prabumulih yang sekarang berdiri rumah adat Kota Prabumulih tepatnya di Jalan Jenderal Sudirman, Kelurahan Dusun Prabumulih, Kecamatan Prabumulih Barat atau di persimpangan mengarah ke Baturaja (Edison, 2020).

Jumlah penduduk Kota Prabumulih pada tahun 2019 menurut data badan pusat statistik mencapai 186.834 jiwa yang terdiri dari 94.289 jiwa penduduk laki-laki dan 92.545 jiwa penduduk perempuan. Jumlah penduduk ini meningkat sebanyak 2.409 jiwa atau sebesar 1,3 persen dari 184.425 jiwa pada tahun 2018.



Gambar 1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kecamatan Tahun 2019.

Sumber: Kota Prabumulih Dalam Angka (2020)

Penduduk di Kota Prabumulih memiliki persentase ketenagakerjaan di bidang jasa sebesar 59% , pertanian 23%, dan industri pengolahan 18%.



Gambar 2. Persentase Penduduk Bekerja Menurut Lapangan Usaha Di Kota Prabumulih, 2019.

Sumber: Kota Prabumulih Dalam Angka (2020)

Penduduk asli Kota Prabumulih umumnya merupakan penduduk dari wilayah sekitar dan etnis pendatang salah satunya yaitu etnis Tionghoa Hokkian. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dengan informan di lapangan, etnis Tionghoa Hokkian mayoritas membuka usaha dagang sendiri. Setiap sub etnis Tionghoa memiliki kepandaian dagang tersendiri, salah satunya etnis Tionghoa Hokkian yang bergerak dalam bidang perdagangan (Seng, 2007).

Aktivitas ekonomi yang ditekuni oleh etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih antara lain merupakan pemilik dari usaha dagang, seperti toko

makanan ringan (*snack*), toko kelontong, toko bangunan dan plastik, toko kain, toko *spare part* mobil.

Perdagangan di Kota Prabumulih merupakan sub kategori yang sangat potensial untuk dikembangkan karena memiliki fasilitas pasar yang luas. Hingga tahun 2019 di Kota Prabumulih hanya terdapat satu pasar umum yang terletak di Kecamatan Prabumulih Utara, selain itu terdapat 19 pasar tradisional atau biasa dikenal sebagai pasar kalangan yang tersebar di seluruh wilayah kecamatan di Kota Prabumulih.

Tabel 1. Jumlah Sarana Perdagangan Di Kota Prabumulih, 2017 – 2019

No	Sarana	2017	2018	2019
1.	Pasar Umum	1	1	1
2.	Pasar Desa	19	19	19
	Jumlah	20	20	20

Sumber: Prabumulih Dalam Angka 2018-2020

Tabel 2. Peranan Kategori Perdagangan Terhadap PDRB Kota Prabumulih, 2017-2019

No	Rincian	Satuan	2017	2018	2019
1.	Nilai Tambah ADHB	Miliar Rupiah	1558,3	1710,4	1899,4
2.	Nilai Tambah ADHK	Miliar Rupiah	1024,4	1081,3	1158,7
3.	Distribusi Terhadap PDRB	Persen	23,7	23,8	24,28
4.	Laju Pertumbuhan	Persen	4,9	5,6	7,15

Sumber: Produk Domestik Regional Bruto Kota Prabumulih Menurut Lapangan Usaha, 2017-2019

Kehidupan sosial etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih dapat dilihat dari beberapa hal seperti kegiatan sosial, permukiman/ tempat tinggal,

sistem sosial. Kehidupan budaya etnis Tionghoa Hokkian tercermin dalam sistem kekerabatan, bahasa, kepercayaan, tempat ibadat, perayaan hari besar.

Kebudayaan merupakan konsep yang ditampakkan dalam berbagai pola tingkah laku yang dikaitkan dengan kelompok-kelompok masyarakat tertentu, seperti adat (*custom*) atau cara hidup masyarakat (Harris, 1968). Budaya bisnis etnis Tionghoa berakar pada sesuatu yang khas, asli, filosofis, dan warisan budaya yang telah mempengaruhi sejak ribuan tahun yang lalu, terdapat tiga pilar dalam budaya etnis Tionghoa yaitu Konfusianisme, Taoisme, dan Buddhisme. Kebudayaan etnis Tionghoa unik dan konsisten, dibentuk oleh tradisi empat ribu tahun yang lalu dalam sejarah, termasuk lebih dari dua ribu tahun pengaruh ajaran dari Konfusianisme yang tidak pernah terputus, termasuk ajaran Taoisme dan Buddhisme (Huang *et al.*, 2016).

Ketiga pilar tersebut memiliki banyak hal mendasar yang berbeda, ketiga pilar tersebut berbagi elemen yang sama dan bersama-sama mempengaruhi nilai-nilai budaya tradisional etnis Tionghoa saat ini (Huang *et al.*, 2016). Budaya merupakan komponen kunci dalam bisnis dan berdampak terhadap arah strategis bisnis. Budaya mempengaruhi manajemen, keputusan, dan semua fungsi bisnis. Budaya bisnis berhubungan dengan perilaku, etika, etiket. Budaya bisnis mencakup nilai, visi, gaya kerja, kepercayaan, dan kebiasaan. Budaya bisnis sangat penting karena budaya membentuk identitas bisnis dan pertumbuhan bisnis yang dijalankan (Pentecost, 2016).

Ajaran tradisional konfusianisme sangat mempengaruhi etnis Tionghoa, ajaran ini menentukan bagaimana seseorang harus bertindak dalam bisnis dan sangat mempengaruhi kehidupan bisnis di Tiongkok (Zhang, 2018):

1. Hierarki Dan Respek (*Hierarchy And Respect*)

Etnis Tionghoa memiliki sistem hierarki di mana seseorang dihargai berdasarkan senioritas dan gelar yang telah mereka dapatkan.

2. Jaringan (*Guanxi*)

Guanxi mengacu pada hubungan yang saling menguntungkan yang dapat digunakan untuk tujuan pribadi dan bisnis. Di Tiongkok, hubungan bisnis memainkan peranan penting.

3. Mianzi – Konsep Wajah (*Mianzi – The Concept Of Face*)

Keharmonisan dalam hal ini sangatlah penting dan jangan pernah mengkritik siapa pun di depan umum dan menyebutkan kesalahan mereka.

4. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan sangatlah penting dalam menjalankan sebuah bisnis, kepercayaan juga dibangun melalui hubungan pribadi.

5. Simbolisme (*Symbolism*)

Tiongkok menganggap angka 8 merupakan angka yang beruntung dan angka 4 merupakan angka yang tidak beruntung.

Ajaran Taoisme mengajarkan bahwa seorang pebisnis tidak mendelegasikan tanggung jawab mereka dan sering membuat keputusan yang penting, seperti dalam masalah pembelian dan penetapan harga. Selain itu, terdapat salah satu bagian ajaran dari Taoisme yaitu mengenai *Feng Shui*. Ajaran Buddhisme mengajarkan mengenai bagaimana etnis Tionghoa sangat melihat peluang jika bergaul dengan orang lain. Peluang tersebut menjadi kesempatan yang sangat berharga, dengan demikian etnis Tionghoa sangat mengutamakan

hubungan bisnis yang baik dengan *Yuan*. Ciri-ciri budaya tradisional relatif stabil dan bertahan hingga saat ini (Huang *et al.*, 2016).

Etnis Tionghoa merupakan etnis yang terkenal dengan usaha, kerja keras, dan sifat pantang menyerah. Etnis Tionghoa mempunyai rahasia dan faktor keberhasilan perdagangan yang mereka jalankan. Budaya etnis Tionghoa Hokkian sangat mempengaruhi keberhasilan perdagangan mereka. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi yaitu setiap etnis Tionghoa memiliki kepandaian dagangnya tersendiri, terutama etnis Tionghoa Hokkian yang mayoritas terlibat dalam kegiatan perdagangan, sektor perdagangan merupakan sub kategori sektor yang sangat potensial, laju pertumbuhan yang dihasilkan dari kegiatan perdagangan pada tahun 2019 di Kota Prabumulih adalah sebesar 7,15% (Produk Domestik Regional Bruto Kota Prabumulih Menurut Lapangan Usaha, 2017-2019). Etnis Tionghoa terkenal dengan kesuksesan bisnis atau usaha yang dijalankan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dengan informan di lapangan, etnis Tionghoa Hokkian merupakan etnis Tionghoa yang mayoritas membuka usaha dagang. Keberhasilan bisnis yang mereka jalankan tidak terlepas dari penerapan budaya mereka. Budaya yang ada dalam etnis Tionghoa menjadi dasar, pedoman mereka untuk berbisnis. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih karena budaya bisnis tersebut memberikan kontribusi terhadap kesuksesan usaha perdagangan etnis Tionghoa Hokkian, sehingga judul yang diperoleh adalah **“Analisis Budaya Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang diperoleh adalah untuk mengkaji atau menganalisis budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sehingga manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini adalah:

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian dan menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan bisnis secara teoritis.
- Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian.

2. Manfaat Praktis

Bagi Penulis

- Mampu mengetahui dan memahami budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.

Bagi Pihak Terkait

- Sebagai informasi tambahan bagi pembaca untuk penelitian selanjutnya mengenai budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Budaya

2.1.1. Pengertian Budaya

Budaya adalah akal budi, adat istiadat, sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan dan sukar diubah (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam bahasa sanskerta, kata budaya berasal dari kata budh artinya kecerdasan, yang kemudian menjadi kata budhi atau bhudaya. Oleh karena itu, kebudayaan diartikan sebagai hasil pemikiran atau nalar manusia. Pandangan lain adalah bahwa budaya berasal dari istilah "kultivasi dan kekuatan". Budi itu rasional, unsur spiritual dalam budaya, dan kekuasaan digunakan sebagai tindakan atau usaha sebagai elemen fisik (Widyosiswoyo, 2009). Budaya adalah nilai atau landasan yang digunakan sebagai cerminan dalam melakukan segala aktivitas (Elinuari dan Marlana, 2021). Budaya merupakan istilah dari disiplin ilmu antropologi sosial, dapat digunakan untuk komunikasi dalam dunia pendidikan budaya pengetahuan, karena sebenarnya konten yang tercakup dalam budaya sangat luas (Sumarto, 2019). Budaya adalah konsep yang menarik dan terkait cara hidup manusia, belajar berpikir, merasakan, percaya, dan bekerja keras dari arti kata-kata, yang sesuai

secara budaya adalah perilaku dan gejala sosial yang menggambarkan identitas dan citra suatu masyarakat (Sagala, 2013).

Dalam kajian antropologi, budaya merupakan singkatan dari kebudayaan dan kedua hal ini sama dan tidak terdapat perbedaan definisi, jadi kebudayaan yang disingkat menjadi budaya adalah keseluruhan dari gagasan, tindakan berupa hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat dan hal ini dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 2009). Kebudayaan dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang kompleks mencakup tentang pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat, dan kebiasaan yang dilakukan oleh sekumpulan anggota masyarakat (Soekanto, 2009). Kebudayaan merupakan hasil dari perjuangan yang dilakukan manusia dan hal ini dipengaruhi oleh dua hal yaitu zaman dan alam. Kedua hal ini merupakan bukti dari kejayaan hidup manusia dalam menghadapi berbagai rintangan hidup dan kehidupannya guna untuk mendapatkan keselamatan dan kebahagiaan yang bersifat tertib dan damai (Dewantara, 1994).

2.1.2. Unsur-Unsur Budaya

Unsur pokok kebudayaan terbagi menjadi empat (Herskovits, 1955):

1. Alat teknologi

Alat teknologi berarti budaya memengaruhi penggunaan teknologi berupa alat perlengkapan hidup serta pemenuhan kebutuhan. Misalnya, pada zaman dahulu manusia menggunakan api dari kebakaran hutan, kemudian budaya berkembang dan membuat manusia dapat menyalakan api sendiri dari batu

ataupun kayu. Budaya membentuk teknologi dari senjata, peralatan rumah tangga, pembuatan makanan, pakaian, tempat berlindung, alat pemenuhan kebutuhan, hingga transportasi. Berkembangnya budaya membuat alat teknologi yang dihasilkan semakin canggih.

2. Sistem ekonomi

Sistem ekonomi mempunyai peranan penting dalam perkembangan perekonomian manusia. Awal mulanya manusia mempunyai sistem ekonomi berupa barter atau bertukar barang, saat ini manusia menggunakan uang sebagai alat pertukaran dalam ekonomi. Budaya yang terus berkembang melahirkan sistem perbankan yang kita ketahui hingga saat ini.

3. Keluarga

Keluarga merupakan tempat pendidikan awal seorang anak, keluarga menghidupkan kebiasaan dan budaya tertentu yang diturunkan dari budaya umum (masyarakat) dan keluarga. Keluarga mempunyai peranan penting dalam pembentukan budaya pada individu. Seperti kebiasaan, cara pandang, sikap, perilaku, tindakan, nilai moral, minat, dan tujuan yang hendak dicapai.

4. Kekuasaan politik

Kekuasaan politik memengaruhi perubahan budaya, seperti pengaruh budaya Afrika pada orang Afrika-Amerika berdasarkan jejak masa lalu ketika mereka diambil dari Afrika dan diperbudak Amerika. Bagaimana orang Afrika beradaptasi dengan lingkungan baru di bawah kekuasaan politik kolonialisme Amerika.

Culture Universal atau tujuh unsur kebudayaan universal (Kluckhohn, 1953) :

1. Bahasa

Terdiri dari bahasa lisan dan tulisan.

2. Sistem Pengetahuan

Sistem ini muncul karena adanya akal dan pikiran. Setiap akal dan pikiran berbeda-beda sehingga dapat memunculkan dan mendapatkan hal yang berbeda pula, sehingga hal ini perlu disampaikan agar dapat dimengerti.

3. Sistem Teknologi Dan Peralatan

Sistem ini muncul dikarenakan adanya temuan yang didapat oleh manusia, hal ini karena mereka mampu menciptakan barang-barang dan sesuatu hal yang baru. Mereka melakukan ini agar dapat memenuhi kebutuhan hidup dan dapat membedakan manusia dengan makhluk lainnya.

4. Sistem Kesenian

Manusia memerlukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan psikis mereka, sehingga lahirlah sistem kesenian.

5. Sistem Mata Pencaharian Hidup

Sistem ini muncul karena manusia mulai mampu menciptakan barang-barang dan sesuatu yang baru. Hal ini mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

6. Sistem Religi

Setiap manusia memiliki keyakinan terhadap hal-hal yang bersifat religi.

7. Sistem Keekerabatan Dan Organisasi Kemasyarakatan

Setiap manusia biasanya memiliki organisasi kemasyarakatan, di antaranya yaitu sistem kekerabatan, organisasi, sistem hukum, dan sistem perkawinan.

2.2. Pengertian Budaya Bisnis

Menurut Dictionary of International Trade (2021), budaya adalah komponen kunci dalam bisnis dan berdampak pada arah strategis bisnis. Budaya mempengaruhi keputusan manajemen dan semua fungsi bisnis dari akuntansi hingga produksi. Seseorang yang melakukan bisnis di negara asing, perlu memiliki pengetahuan tentang aturan dan perilaku yang dapat diterima dalam hubungan sosial dan profesional. Budaya dan tradisi masing-masing negara membuat orang berperilaku berbeda dan jika seorang tersebut tidak tahu bagaimana beradaptasi dengan perbedaan budaya bisnis, mereka dapat mendapatkan sebuah penolakan dari pihak lain dan bahkan membahayakan keberhasilan bisnis yang dijalankan. Terdapat dua budaya bisnis yang dapat dibedakan:

1. Budaya Konteks Rendah (*Low Context Cultures*): Di mana pihak yang diajak untuk bekerja sama mengatakan apa yang mereka inginkan seperti bahasannya langsung dan jelas, tidak ada ambiguitas.

2. Budaya Konteks Tinggi (*High Context Cultures*): Di mana sikap dan keadaan lebih penting daripada apa yang sebenarnya dikatakan.

2.3. Budaya Bisnis Etnis Tionghoa

Berkembang pesatnya bisnis yang dilakukan oleh masyarakat etnis Tionghoa membuat banyak orang menjadi kagum (Lestari, 2018). Indonesia memiliki semboyan *bhinneka tunggal ika* yang berarti keberagaman budaya, termasuk etnis Tionghoa sendiri yang merupakan warga keturunan negara Tiongkok yang sering dianggap sebagai kaum minoritas di Indonesia dan ternyata etnis Tionghoa memberikan pengaruh yang sangat kuat dalam dunia bisnis (Kusumastuti dkk., 2007). Sebelum memasuki era reformasi, etnis Tionghoa seringkali memperoleh perlakuan diskriminasi oleh masyarakat pribumi Indonesia. Pada saat ini, etnis Tionghoa merupakan etnis yang telah diakui keberadaannya karena memberikan kontribusi yang besar dalam mengembangkan perekonomian bangsa Indonesia (Lestari, 2018). Tiga pilar budaya etnis Tionghoa yang mempengaruhi budaya bisnis etnis Tionghoa hingga saat ini yaitu konfusianisme, taoisme, buddhisme (Huang *et al.*, 2016).

2.3.1. Kunci Sukses Bisnis Etnis Tionghoa

Terdapat tiga hal yang menjadi kunci sukses bisnis masyarakat etnis Tionghoa (Chinomona, 2012):

1. *Guanxi* 关西 (Jaringan Bisnis)

Jaringan di antara berbagai pihak yang bekerja sama dan mendukung satu sama lain. Hal ini sangat berpengaruh besar terhadap kesuksesan bisnis.

Penerapan *Guanxi* secara benar dapat meminimalkan risiko dan ketidaknyamanan dalam melakukan usaha (Lestari, 2018).

2. *Ganqing* 刚庆 (Menghormati dan menjaga ikatan perasaan atau hubungan batin)

Ganqing merefleksikan suasana umum dari hubungan sosial dari dua orang atau dua badan yang saling berinteraksi, seorang dapat dikatakan memiliki *ganqing* yang baik jika ia memiliki hubungan yang baik dengan orang lain, *ganqing* yang mendalam adalah terdapatnya ikatan perasaan yang dalam pada hubungan sosial itu sendiri. Etnis Tionghoa berusaha untuk menghindari konflik dalam melanggengkan hubungan dengan sesamanya (Lestari, 2018).

3. *Xinyong* 刚庆 (Jaringan antar pribadi, berkaitan dengan reputasi)

Bagi etnis Tionghoa kepercayaan antar pribadi merupakan hal yang terpenting. Pada zaman dahulu, pebisnis etnis Tionghoa secara pribadi akan berhubungan langsung dengan rekan bisnisnya, hal ini dilakukan karena dapat meningkatkan kemutlakan peran pemilik di samping tetap menjaga reputasinya sebagai pemilik usaha (Langenberg, 2007).

2.3.2. Perbedaan Budaya, Budaya Bisnis, Budaya Bisnis Etnis Tionghoa

Tabel 3. Perbedaan Budaya, Budaya Bisnis, Budaya Bisnis Etnis Tionghoa

No	Budaya	Budaya Bisnis	Budaya Bisnis Etnis Tionghoa
1.	Akal budi, adat istiadat, sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan dan sukar untuk diubah	Model atau gaya operasional bisnis di dalam perusahaan yang menentukan bagaimana tingkatan yang berbeda, bagaimana para staf berkomunikasi satu sama lain	Budaya bisnis berakar pada sesuatu yang khas, asli, filosofis, dan warisan budaya yang mempengaruhi sejak ribuan tahun yang lalu
2.	Nilai atau landasan yang digunakan sebagai cerminan dalam melakukan segala aktivitas	Budaya merupakan komponen kunci dalam bisnis dan berdampak terhadap arah strategis bisnis	Budaya bisnis etnis Tionghoa dipengaruhi oleh ajaran tradisional konfusianisme, buddhisme, dan taoisme
3.	Cara berpikir, pengetahuan, dan pikiran yang ada dalam diri manusia	Budaya bisnis penting karena budaya membentuk identitas bisnis dan pertumbuhan dari bisnis yang kita jalankan	Budaya masyarakat Tionghoa menjadi dasar, pedoman etnis Tionghoa untuk berbisnis

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

2.4. Kewirausahaan dan Wirausaha

2.4.1. Definisi Kewirausahaan

Entrepreneurship sering diterjemahkan menjadi kewirausahaan. Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira yaitu pejuang, pahlawan, teladan, berbudi luhur, berani, dan berwatak agung. Usaha berarti berbuat sesuatu. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar,

kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Syahiddin dkk., 2020).

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif, pandai dalam melihat sebuah peluang dan bersikap terbuka terhadap setiap masukan dan perubahan yang positif sehingga mampu membawa bisnis yang kita jalankan terus berkembang dan tumbuh (Saragih, 2017). Kewirausahaan didefinisikan sebagai kemampuan dalam berkreasi dari hasil pemikiran yang kreatif dalam rangka untuk mewujudkan sebuah inovasi untuk memanfaatkan peluang menuju sebuah kesuksesan (Sadewo dkk., 2018). Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi Dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, kewirausahaan adalah sikap, perilaku, kemampuan, dan semangat seseorang dalam menangani usaha yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam memberikan pelayanan yang lebih baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Pemikiran kreatif dan inovatif muncul dengan adanya ide dan pemikiran dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas merupakan kemampuan dalam mengembangkan, menghubungkan ide, dan menemukan cara baru untuk melihat suatu masalah atau peluang. Inovasi merupakan kemampuan dalam menerapkan sebuah kreativitas dalam rangka memecahkan suatu masalah atau peluang agar dapat menciptakan suatu kebaruan. Kreatif merupakan kegiatan menciptakan sesuatu yang baru, menggantikan yang lama. Hal ini termasuk dalam salah satu cara menuju wirausahawan yang sukses (Sadewo dkk., 2018).

Tabel 4. Definisi Kewirausahaan Menurut Para Ahli

No	Nama	Definisi
1.	John. J. Kao (1991)	Usaha menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, pengambilan risiko yang tepat melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik
2.	Petter F. Drucker (1996)	Semangat, kemampuan, sikap, perilaku individu untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan melakukan upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam memberikan pelayanan yang lebih baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar
3.	Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough (1996)	Proses menciptakan sesuatu yang berbeda, mengabdikan seluruh waktu dan tenaganya disertai dengan menanggung risiko keuangan, kejiwaan, sosial, dan menerima balas jasa dalam bentuk uang dan keputusan pribadinya
4.	Suryana (2006)	Proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari
5.	Jong dan Wennekers (2008)	Pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dalam menghadapi tantangan pesaing
6.	Baldacchino (2009)	Kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar, kiat, dan sumber daya untuk mendapatkan peluang menuju sukses

Sumber: Kao (1991), Drucker (1996), Zimmerer dan Scarborough (1996), Suryana (2006), Jong dan Wennekers (2008), Baldacchino (2009)

2.4.2. Definisi Wirausaha

Secara etimologi, istilah *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis, yaitu *entreprendre* yang berarti berusaha. Kata *entreprendre* dikenal mulai dari abad ke-17. *Entrepreneur* adalah orang yang memiliki dan mengelola usahanya sendiri dengan ide atau konsep yang baru. Wirausaha adalah seorang yang mempunyai kreativitas, optimis, keberanian, dan mampu dalam membaca peluang. Wirausaha adalah orang yang mengembangkan setiap potensi dan kemampuan yang dimilikinya (Syahiddin dkk., 2020).

Entrepreneur merupakan seorang yang detail dan seorang yang maju terus ke depan. Seorang wirausaha selalu menghadapi ketidakpastian. Ketidakpastian merupakan salah satu karakter utama wirausaha (Sari dkk., 2020). Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi Dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, wirausaha adalah seorang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan wirausahawan.

Tabel 5. Definisi Wirausaha Menurut Para Ahli

No	Nama	Definisi
1.	Geoffrey G Meredith (2002)	Individu yang berorientasi terhadap tindakan dan memiliki motivasi tinggi dalam mengambil risiko untuk mencapai tujuannya

No	Nama	Definisi
2.	Totok S. Wiryasaputra (2004)	Orang yang ingin bebas mengatur kehidupannya sendiri, tidak tergantung pada belas kasihan orang lain, ingin menghasilkan uang sendiri dengan menciptakan sesuatu yang benar-benar memberi nilai tambah yang layak dijual atau layak dibeli sehingga menghasilkan keuntungan bagi dirinya maupun orang lain
3.	Kasmir (2006)	Orang yang berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani dalam mengambil risiko berarti bermental mandiri dan berani memulai usaha tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi yang tidak pasti
4.	Suryana (2006)	Mereka yang melakukan usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup
5.	Mardiyatmo (2008)	Penemu bisnis baru yang mampu mengembangkan perusahaan menjadi perusahaan yang sukses secara nasional maupun internasional

Sumber: Meredith (2002), Wiryasaputra (2004), Kasmir (2006), Suryana (2006), Mardiyatmo (2008)

2.4.3. Karakteristik Wirausaha

Dalam dunia kewirausahaan, orang yang memiliki jiwa dan semangat tinggi sangat dibutuhkan agar dapat beradaptasi dengan sikap perubahan yang terjadi, sehingga dapat merespons segala perubahan karakter, keterampilan hidup, maupun potensi yang dimiliki oleh seorang wirausaha (Syahiddin dkk., 2020). Seorang wirausaha adalah orang yang mempunyai tenaga, pemikiran inovatif, keinginan untuk bertanggung jawab secara pribadi dalam mewujudkan peristiwa dengan cara yang mereka pilih, serta keinginan untuk berprestasi yang tinggi (Purwanti, 2013).

Menurut Bygrave (1996) menjelaskan tentang 10 karakteristik wirausaha, yaitu:

1. *Dream*, seorang wirausaha harus memiliki visi yang baik untuk masa depan berkaitan dengan pribadi dan bisnis yang sedang dijalankan, serta memiliki kemampuan dalam mewujudkan mimpi tersebut.

2. *Decisiveness*, seorang wirausaha harus memiliki ketegasan, tidak bekerja lambat, seorang wirausaha harus membuat keputusan secara cepat, tepat, dan dapat diperhitungkan dengan cermat. Kecepatan dan keakuratan dalam membuat keputusan ini merupakan salah satu kunci untuk mencapai keberhasilan bisnis.

3. *Doers*, seorang wirausaha harus bertindak secepat mungkin dan tidak menunda-nunda.

4. *Determination*, seorang wirausaha harus memiliki tekad dalam menjalankan bisnis agar memperoleh hasil terbaik. Seorang wirausaha tidak mudah menyerah dan memiliki tanggung jawab yang tinggi.

5. *Dedication*, seorang wirausaha harus memiliki dedikasi untuk bisnisnya. Seorang wirausaha harus menjalankan bisnisnya dengan serius.

6. *Devotion*, seorang wirausaha harus setia dan patuh dengan aturan yang dia buat maupun mematuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah atau daerah setempat, seorang wirausaha juga tidak mudah mengeluh.

7. *Details*, seorang wirausaha harus memperhatikan dengan cermat faktor penting dengan sangat terperinci dan akurat. Seorang wirausaha tidak mengabaikan faktor-faktor kecil yang dapat menghambat kegiatan bisnisnya.

8. *Destiny*, seorang wirausaha bertanggung jawab pada nasib dan tujuan yang hendak dicapai.

9. *Dollars*, seorang wirausaha tidak memprioritaskan hal-hal yang berkaitan dengan uang atau kekayaan saja. Uang bukanlah segalanya, tetapi uang dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha.

10. *Distribute*, seorang wirausaha harus bersedia untuk mendistribusikan kepemilikan bisnisnya kepada orang-orang dipercaya.

2.4.4. Sifat Wirausaha

Dalam kewirausahaan seorang wirausaha harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut agar dapat bertahan (Alma, 2005).

Tabel 6. Sifat yang harus dimiliki seorang Wirausaha

No	Ciri-ciri	Watak
1.	Percaya diri	1. Keyakinan 2. Kemandirian 3. Individualitas 4. Optimisme
2.	Berorientasi pada tugas dan hasil	1. Kebutuhan akan prestasi 2. Berorientasi pada laba 3. Memiliki ketekunan dan ketabahan 4. Memiliki tekad yang kuat 5. Suka bekerja keras 6. Energik 7. Memiliki inisiatif
3.	Pengambilan risiko	1. Memiliki kemampuan mengambil risiko 2. Suka pada tantangan
4.	Kepemimpinan	1. Bertingkah laku sebagai pemimpin 2. Dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun

No	Ciri-ciri	Watak
5.	Keorisinilan	1. Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi 2. Fleksibel 3. Serba bisa 4. Memiliki jaringan bisnis yang luas
6.	Berorientasi ke masa depan	1. Pandangan ke depan 2. Perspektif
7.	Jujur dan tekun	Memiliki keyakinan bahwa hidup sama dengan kerja
8.	Berjiwa besar	1. Jika mengalami kegagalan, seorang wirausaha tetap semangat dan berusaha menjadi lebih baik lagi 2. Tidak mudah menyerah

Sumber: Alma Buchari (2005)

A. Percaya diri

Percaya diri merupakan sifat pertama yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, kepercayaan diri merupakan sikap yakin akan kemampuan diri sendiri terhadap pencapaian, keinginan. Percaya diri berarti seseorang memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, kritis, memiliki emosi yang stabil, dan tidak mudah tersinggung. Percaya diri akan memudahkan seorang wirausaha dalam menggapai kesuksesan usaha yang dijalani.

B. Berorientasi pada tugas dan hasil

Wirausahawan selalu mengutamakan untuk menyelesaikan tugas dengan baik, sehingga hasil yang didapatkan memuaskan. Wirausahawan sangat mengutamakan proses yang dilakukan dalam menjalankan tugasnya, apakah berjalan secara efisien atau tidak. Seorang wirausahawan harus memiliki sikap tanggung jawab pada tugas yang dibebankan kepada mereka sebagai seorang wirausaha, harus bertanggung jawab pada *output* dari tugas yang dibebankan kepada mereka.

C. Pengambilan risiko

Seorang wirausaha harus mampu mengambil risiko, dalam pengambilan risiko seorang wirausaha selalu memperhitungkan secara matang keputusan yang akan diambil. Pengambilan risiko seorang wirausaha dengan mengambil risiko yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.

D. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan sifat yang sudah ada dalam setiap individu. Sifat kepemimpinan sangat penting diterapkan dalam berwirausaha. Wirausahawan adalah seorang yang akan memimpin jalannya sebuah usaha, seorang wirausahawan harus mampu memimpin pekerjaannya dengan baik dan benar, agar usaha yang dijalankan berjalan dengan lancar.

E. Keorisinilan

Keorisinilan adalah sifat yang tidak mengikuti orang lain, memiliki pendapat sendiri, dan memiliki kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Sifat keorisinilan berpengaruh terhadap hasil usaha yang ada dengan hal yang asing. Menciptakan inovasi sangat penting dalam bersaing demi kelancaran usaha yang dijalankan. Inovasi menciptakan sebuah kreasi atau hal baru yang bisa dimanfaatkan dalam menciptakan sebuah usaha.

F. Berorientasi ke masa depan

Seorang wirausaha harus perspektif, mempunyai visi ke depan. Seorang wirausaha harus menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar langkah yang dilakukan jelas.

G. Jujur dan tekun

Kejujuran merupakan landasan moral yang dimiliki oleh seorang wirausahawan, kejujuran dalam berperilaku mengenai usaha yang terkait dengan penjualan produk maupun jasa yang dilakukan oleh wirausahawan. Tekun adalah kemampuan dalam bertahan ditengah tekanan dan kesulitan yang dialami. Tekun merupakan salah satu sifat dari orang sukses.

H. Berjiwa besar

Hal yang dilakukan tak jarang berakibat pada kegagalan. Seorang wirausaha jika mengalami kegagalan akan terus semangat untuk maju dan berusaha menjadi lebih baik lagi. Ketika ide yang diajukan ditolak atau rekan kerja yang dinilai lebih aktif, seorang wirausaha harus berjiwa besar dan justru menjadikan hal tersebut sebagai patokan untuk menjadi lebih bersemangat untuk terus maju dan mencari ide yang lebih kreatif untuk suatu masalah yang lain pula. Pantang menyerah dan terus berusaha merupakan kunci kesuksesan dari usaha yang dijalankan.

2.4.5. Manfaat Kewirausahaan

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2005) manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan peluang dan kebebasan dalam mengendalikan nasib sendiri. Memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Seorang pebisnis akan mencoba untuk memanfaatkan bisnisnya guna untuk mewujudkan cita-citanya.

2. Memberi peluang untuk melakukan perubahan, semakin banyak pebisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangatlah penting.

3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya, bagi seorang wirausahawan, tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi, keduanya sama saja. Bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan akulturasi dirinya.

4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan, keuntungan berwirausaha merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan di antara mereka yang menang menjadi berkecukupan.

5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya, pemilik lebih suka kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah bertahun-tahun menjadi pelanggannya. Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis di lingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional.

6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakan sesuatu tersebut, kegiatan wirausaha yang dijalankan bukan sekedar bekerja tetapi juga sebagai hobi atau kegemaran, dengan menjadikan kegiatan berwirausaha sebagai hobi, maka dalam menjalankan akan disertai dengan rasa senang dan tidak mudah putus asa.

2.4.6. Faktor Keberhasilan dan Kegagalan Usaha

2.4.6.1. Faktor Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis (Noor, 2007). Keberhasilan wirausaha dipengaruhi oleh sifat dan kepribadiannya (Suryana, 2006). Faktor keberhasilan usaha seorang wirausaha bukan hanya dilihat dari kerja keras, tetapi seberapa cerdas ia melakukan dan merencanakan strategi serta mewujudkannya, Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha berhasil (Hendro, 2011).

1. Peluang

Kondisi, situasi, dan keadaan pasar merupakan peluang yang tepat bagi usaha yang dijalankan. Peluang sendiri hanya berjangka waktu pendek atau sekedar momentum. Peluang yang tepat adalah peluang yang berskala industri dan tumbuh besar.

2. Sumber Daya Manusia

Terdapat lima faktor yang menjadi kesuksesan dalam operasional, yaitu:

- Sumber daya manusia yang berkualitas sangat diperlukan karena manusia yang merencanakan strategi dan *plan* usaha.

- Sangat diperlukan sumber daya manusia yang tepat dengan perencanaan, kreatif dalam mengatasi masalah.

- Mengawasi pekerjaan dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan.

- Mengembangkan usaha sangat membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan, menjual.

- Kepemimpinan sangat diperlukan, jika tidak ada pemimpin maka tidak ada pengikut.

3. Keuangan

Keuangan sangatlah penting dalam menjalankan kegiatan usaha, jika keuangan tidak mengalir, maka usaha yang dijalankan akan berhenti.

4. Organisasi

Organisasi usaha tidak bersifat statis melainkan dinamis, kreatif, dan berwawasan kedepan.

5. Perencanaan

Perencanaan sangat penting dalam menjalankan usaha, seperti perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang, dan pendek.

6. Pengelolaan Usaha

Keberhasilan dalam usaha yang dijalankan, maka faktor pengelolaan usaha merupakan hal penting, seperti mengelola sumber daya manusia, aset, mengendalikan persediaan barang, mutu suatu produk.

7. Pemasaran dan Penjualan

Kedua hal ini mempunyai peran penting bagi kelancaran usaha, karena penjualan merupakan dasar dari kemampuan berwirausaha.

8. Administrasi

Hal ini sangat penting, tanpa adanya pencatatan dan dokumentasi yang baik, pengumpulan serta pengelolaan data administrasi. Maka taktik, perencanaan,

pengembangan dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini menjadi penghalang bagi kesuksesan berwirausaha.

9. Peraturan Pemerintah, Politik, Sosial, dan Budaya Lokal

Faktor ini sangat berpengaruh banyak terhadap usaha, karena usaha yang dijalankan juga berhubungan dengan peraturan pemerintah, legalitas perizinan, situasi ekonomi dan politik, perkembangan budaya lokal serta lingkungan sosial yang berbeda di setiap daerah.

10. Catatan Bisnis

Hal ini membantu untuk mengetahui sejauh mana usaha berjalan. Seperti catatan keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, produksi.

2.4.6.2. Faktor Kegagalan Usaha

Ada beberapa faktor yang menyebabkan seorang wirausaha mengalami kegagalan dalam menjalankan usahanya (Zimmerer dan Scarborough, 2005):

1. Tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam mengelola usaha.
2. Kurang berpengalaman dalam kemampuan mengoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
3. Kurang handal dalam mengendalikan keuangan. Faktor utama dalam keuangan yaitu mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat.
4. Mengalami kegagalan dalam perencanaan, perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan.

5. Lokasi usaha yang kurang memadai, lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat membuat usaha sulit beroperasi karena kurang efisien.

6. Kurangnya pengawasan dalam usaha, kurangnya pengawasan mengakibatkan usaha tidak efisien dan efektif.

7. Sikap yang tidak serius, sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi gagal.

8. Ketidakmampuan dalam melakukan transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap dalam menghadapi dan melaksanakan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil.

2.4.7. Perilaku Seorang Wirausaha

Terdapat sembilan perilaku wirausaha (Sukardi, 1991):

1. Instrumental

Seorang wirausaha selalu memanfaatkan segala sesuatu yang ada di lingkungannya untuk membantu dirinya mencapai tujuannya dalam berusaha.

2. Prestatif

Seorang wirausaha dalam berbagai situasi selalu tampil lebih baik, efektif dibandingkan dengan hasil yang dicapai sebelumnya.

3. Keluwesan bergaul

Seorang wirausaha selalu berusaha untuk cepat menyesuaikan diri dalam berbagai situasi hubungan antar manusia, aktif bergaul, menampilkan wajah ramah.

4. Kerja keras

Seorang wirausaha selalu terlibat dalam situasi kerja, tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai. Mengutamakan kerja dan mengisi waktu yang ada dengan perbuatan nyata untuk mencapai tujuan.

5. Keyakinan diri

Wirausaha selalu percaya pada kemampuan diri, tidak ragu-ragu dalam bertindak.

6. Pengambilan risiko

Segala tindakan seorang wirausaha diperhitungkan dengan cermat, selalu mencoba membuat antisipasi adanya hambatan yang dapat menggagalkan usahanya.

7. Swa Kendali (*Personal Control*)

Pribadi wirausaha yang memutuskan kapan dia harus bekerja lebih keras, kapan dia harus meminta bantuan pada orang lain, kapan harus mengubah strategi dalam bekerja dalam menghadapi hambatan.

8. Inovatif

Seorang wirausaha selalu berpikiran ke depan, mencari hal-hal baru, unik, dan khas dari pemikirannya.

9. Kemandirian

Seorang wirausaha selalu mengembalikan perbuatannya sebagai tanggung jawab pribadi. Dia mementingkan otonomi dalam bertindak, pengambilan keputusan, dan pemilihan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuannya.

2.4.8. Profil Wirausaha

Terdapat beberapa profil wirausaha yang ada di masyarakat (Zimmerer dan Scarborough, 1996):

1. *Women Entrepreneur*

Pada saat ini, banyak wanita yang telah terjun ke dunia bisnis. Hal ini dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk memperlihatkan kemampuan dan prestasinya sehingga dapat membantu ekonomi rumah tangga.

2. *Minority Entrepreneur*

Kaum minoritas berusaha menekuni kegiatan bisnis dalam kehidupan sehari-hari. Perantau dari daerah tertentu yang menjadi kelompok minoritas pada suatu daerah, bergiat untuk mengembangkan bisnis. Kegiatan bisnis mereka semakin lama semakin maju dan mereka membentuk organisasi minoritas di kota tertentu.

3. *Immigrant Entrepreneur*

Kaum pendatang yang memasuki daerah baru biasanya sulit untuk mendapatkan atau memperoleh pekerjaan formal. Kaum pendatang biasanya lebih leluasa terjun dalam pekerjaan yang bersifat nonformal yang dimulai dari menjadi pedagang kecil-kecilan, sampai berkembang menjadi perdagangan tingkat menengah, dan sukses.

4. *Part Time Entrepreneur*

Memulai kegiatan bisnis untuk mengisi waktu luang. *Part Time* merupakan pintu gerbang untuk berkembang menjadi usaha besar.

5. Home Based Entrepreneur

Usaha ini merupakan usaha yang dirintis dari rumah atau tempat tinggal. Hal ini dapat dicontohkan dengan ibu-ibu yang memulai kegiatan bisnisnya dari rumah tangga seperti membuat kue dan aneka masakan lainnya, mengirim kue atau aneka masakan lainnya ke toko eceran di sekitar tempatnya. Semakin lama usaha semakin maju dan menghasilkan keuntungan.

6. Family Owned Business

Usaha ini merupakan usaha yang dijalankan oleh beberapa anggota keluarga secara turun-menurun. Sebuah keluarga dapat memulai kegiatan usahanya dengan berbagai jenis usaha dan cabang. Mungkin saja, usaha keluarga ini dimulai oleh bapak, setelah usaha yang dijalankan bapak ini maju, diteruskan oleh anaknya atau membuka cabang baru dan dikelola oleh anggota keluarga lainnya. Masing-masing usahanya dikembangkan atau dipimpin oleh anak-anak mereka.

7. Copreneurs

Menciptakan pembagian pekerjaan yang didasarkan atas keahlian masing-masing orang. Usaha ini dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sebagai pemilik dan menjalankan usahanya bersama-sama.

2.5. Hubungan Kewirausahaan Dan Budaya Etnis Tionghoa Hokkian Di Kota Prabumulih Sumatra Selatan

Kewirausahaan merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi peningkatan perekonomian di suatu negara sebab suatu negara tersebut mampu

menghasilkan kekayaan untuk para pengusaha. Di Indonesia, wirausaha masih didominasi etnik tertentu, yang secara turun-menurun telah menjadi wirausaha (Utama, 2017). Generasi baru mempelajari tentang berwirausaha melalui keluarga, hal ini mereka pelajari sejak masih dini. Sehingga, terdapat keinginan untuk melanjutkan sebuah usaha yang telah ditanamkan dalam lingkungan keluarga tersebut. Hal yang ditanamkan dalam keluarga tersebut mendorong sikap berwirausaha serta menanamkan sebuah pemikiran bukan untuk bekerja pada orang lain.

Budaya mempengaruhi sikap dan kecenderungan terhadap pendirian suatu usaha (Baskerville, 2003). Budaya merupakan elemen yang penting dalam kewirausahaan, karena berkaitan erat terhadap perilaku seseorang untuk memulai berwirausaha (Wortzel and Wortzel, 1997). Etnis Tionghoa merupakan etnis yang mendominasi kegiatan wirausaha di Indonesia. Dalam masyarakat Tionghoa, jiwa *entrepreneurship* yang mereka miliki sangatlah tinggi dan telah ditanamkan dalam keluarga Tionghoa. Jiwa *entrepreneurship* yang mereka miliki telah diturunkan dari generasi ke generasi.

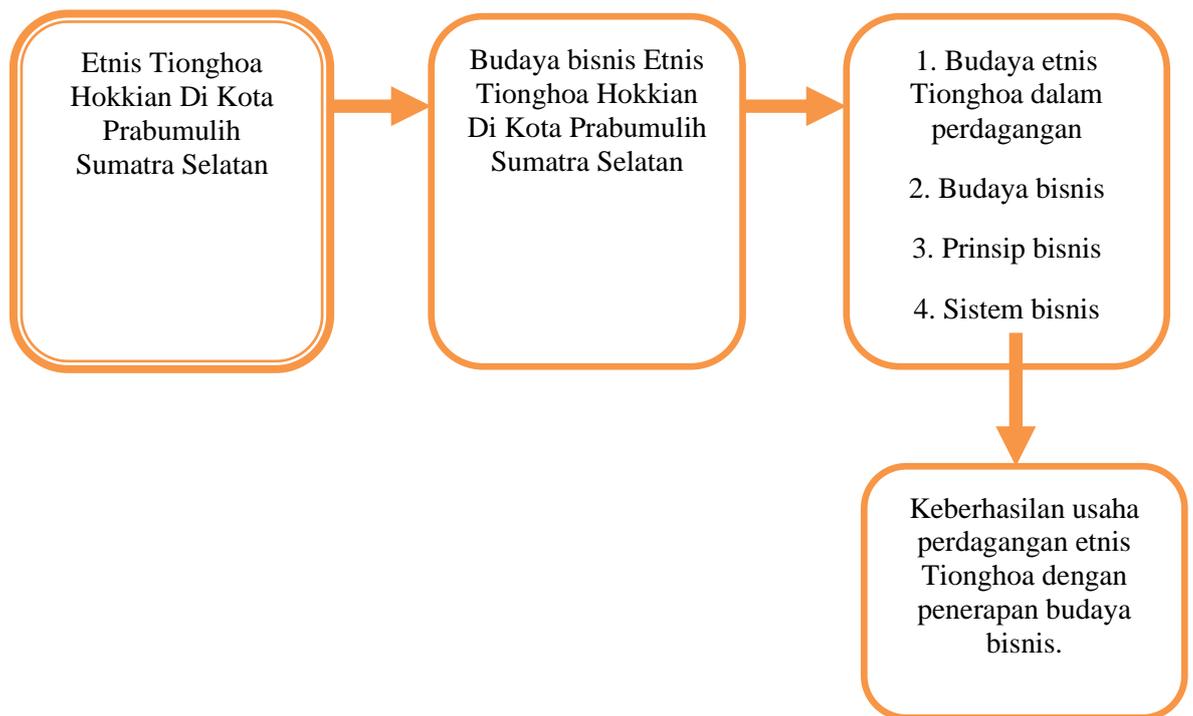
Budaya yang tertanam dalam masyarakat Tionghoa kemudian menjadi panutan, pedoman bagi anggota keluarga tersebut. Etnis Tionghoa dan wirausaha sudah menjadi entitas yang tidak dapat dipisahkan. Mereka yang berwirausaha, sama dengan bekerja untuk diri sendiri dan lebih baik daripada bekerja dengan dan untuk orang lain (Seng, 2007).

2.6. Kerangka Pemikiran

Setiap sub etnis Tionghoa memiliki kepandaian dagang tersendiri. Etnis Tionghoa Hokkian mayoritas bekerja di bidang perdagangan. Di Kota Prabumulih, etnis Tionghoa Hokkian mayoritas membuka usaha dagang sendiri. Sektor perdagangan merupakan sub kategori sektor yang sangat potensial, laju pertumbuhan yang dihasilkan dari kegiatan perdagangan pada tahun 2019 di Kota Prabumulih adalah sebesar 7,15% (Produk Domestik Regional Bruto Kota Prabumulih Menurut Lapangan Usaha, 2017 – 2019). Etnis Tionghoa terkenal dengan keberhasilan bisnis yang mereka jalankan.

Keberhasilan bisnis yang mereka jalankan tidak terlepas dari penerapan budaya mereka. Budaya yang ada dalam etnis Tionghoa menjadi dasar, pedoman mereka untuk berbisnis. Penulis memilih lokasi penelitian di Kota Prabumulih sebagai lokasi penelitian karena merupakan area fokus penelitian, terutama di kawasan pertokoan yang terletak di Kompleks Terminal Pasar Bus Prabumulih dan Jl. Jenderal Sudirman. Lokasi tersebut merupakan lokasi pusat aktivitas perekonomian di Kota Prabumulih yang mayoritas terdapat etnis Tionghoa Hokkian. Etnis Tionghoa Hokkian menjunjung tinggi nilai budaya mereka.

Budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian terdiri dari budaya etnis Tionghoa dalam perdagangan, budaya bisnis, prinsip bisnis serta sistem dagang etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih. Berdasarkan uraian diatas, maka gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Kerangka Pemikiran.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

2.7. Proporsi Penelitian

Budaya merupakan komponen kunci dalam bisnis dan berdampak terhadap arah strategi bisnis. Budaya mempengaruhi manajemen, keputusan, dan semua fungsi bisnis. Budaya etnis Tionghoa Hokkian menjadi dasar, bahkan pedoman etnis Tionghoa untuk berbisnis. Etnis Tionghoa belajar dari budaya tersebut, dari aturan-aturan budaya yang mereka miliki. Jiwa berdagang yang dimiliki oleh etnis Tionghoa sangat melekat dengan budaya.

Budaya bisnis etnis Tionghoa hingga saat ini masih dipengaruhi oleh nilai-nilai tradisional yang sudah ada sejak zaman dahulu, seperti ajaran konfusianisme, taoisme, dan buddhisme. Budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian memberikan kontribusi terhadap kesuksesan usaha perdagangan mereka. Pembahasan mengenai budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian terdiri dari budaya etnis Tionghoa dalam perdagangan, budaya bisnis, prinsip bisnis, dan sistem bisnis.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan hal penting, seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif dari tema yang khusus ke tema yang umum, menafsirkan makna data, dan laporan akhir penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel (Creswell, 2016).

Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian kualitatif yang berlandaskan

pada filsafat *postpositivisme*, tidak berupaya untuk membuat perlakuan atau memanipulasi fenomena yang diamatinya. Metode penelitian kualitatif lebih umum digunakan oleh akademisi humaniora, sosial, dan agama (Darmalaksana, 2020). Paradigma kualitatif muncul dilatarbelakangi oleh pemikiran para peneliti yang tidak puas dengan hasil penelitian kuantitatif. Hal lain yang mendasari munculnya paradigma kualitatif adalah fenomena mendominasinya metode kuantitatif dalam dunia penelitian, terutama dalam ilmu-ilmu kemanusiaan dan budaya. Dalam penelitian kualitatif, perolehan data dilakukan secara stimulan atau berkali-kali hingga mencapai titik jenuh.

Kualitatif merupakan turunan dari kualitas. Kata kualitas tentu memiliki makna yang bertentangan dengan istilah kuantitas. Terdapat karakteristik penelitian kualitatif (Wijaya, 2019) : alamiah (naturalistik), deskriptif, verbal, makna dan pemahaman yang mendalam, emik, empati, induktif, peneliti sebagai instrumen utama, banyak cara mengumpulkan data, memahami proses dan mencaritemukan pola-pola, sampel purposive, tidak membuat generalisasi, desain penelitian fleksibel, pertanyaan terbuka, holistik, keabsahan data. Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian deskriptif ini digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial.

Jenis penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian deskriptif dan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif menampilkan hasil data apa adanya tanpa melakukan proses manipulasi data atau perlakuan lain. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai *setting* sosial untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena

atau kenyataan sosial. Hal ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis (Sendari, 2019).

Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif karena permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini tidak berkaitan dengan angka atau *numerik* dan peneliti hanya bertujuan untuk mengetahui, memahami, serta memperdalam situasi kompleks dan dinamis dalam lingkungan masyarakat Tionghoa di Kota Prabumulih Sumatra Selatan khususnya etnis Tionghoa Hokkian mengenai budaya bisnis dan hal yang melandasi keberhasilan usaha yang mereka jalankan. Hasil dari penelitian ini hanya mendeskripsikan, mengonstruksi, atau merumuskan wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai budaya bisnis dan hal yang melandasi keberhasilan mereka dalam menjalankan usaha dagang.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Prabumulih tepatnya di Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih dan Jalan Jenderal Sudirman Kota Prabumulih. Penentuan lokasi penelitian didasarkan atas pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan pusat aktivitas perekonomian Kota Prabumulih. Berikut ini adalah lokasi penelitian:

Tabel 7. Lokasi Penelitian

No	Nama Toko	Lokasi Toko
1.	Toko Andik	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
2.	Toko Pendi	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
3.	Toko Candi Mas	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
4.	Toko Sumber Baru	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
5.	Toko AA	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
6.	Toko Mery	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
7.	Toko Musi Jaya	Jalan Jenderal Sudirman No. 65 Prabumulih
8.	Toko Sumber Alam	Jalan Jenderal Sudirman No. 102 C Prabumulih
9.	Toko Rahayu Motor	Jalan Jenderal Sudirman No. 102 B Prabumulih
10.	Toko Subur Jaya	Jalan Jenderal Sudirman No. 341 Prabumulih

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2021)

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Kota Prabumulih sebagai lokasi penelitian. Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti memilih lokasi tersebut:

1. Peneliti mengambil lokasi di kawasan pertokoan di Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih dan Jalan Jenderal Sudirman Kota Prabumulih. Lokasi tersebut merupakan lokasi pusat aktivitas perekonomian yang mayoritas terdapat etnis Tionghoa Hokkian.

2. Pemilihan lokasi penelitian di kawasan pertokoan tersebut telah memenuhi tolak ukur peneliti, seperti toko tersebut merupakan toko yang dimiliki oleh etnis Tionghoa Hokkian. Di kawasan pertokoan tersebut, pemilik mengatakan bahwa budaya Tionghoa menjadi *basic* mereka dalam menjalankan bisnis.

3.3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini akan mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan budaya bisnis etnis Tionghoa di Kota Prabumulih, Sumatra Selatan. Pembahasan dalam penelitian ini yaitu mengenai budaya etnis Tionghoa dalam perdagangan, budaya bisnis, prinsip bisnis, serta sistem dagang yang diterapkan oleh etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.

3.4. Informan Penelitian

Pada penelitian ini informan atau subjek diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan subjek berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, di mana persyaratan harus dipenuhi sebagai subjek penelitian. Jadi dasar pertimbangannya ditentukan tersendiri oleh peneliti.

Informan atau subjek dalam penelitian ini yaitu etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih. Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan terdapat beberapa kriteria yang menjadi tolak ukur peneliti dalam memilih subjek atau informan, antara lain :

1. Etnis Tionghoa Hokkian yang tinggal di Kota Prabumulih.
2. Etnis Tionghoa Hokkian yang memiliki usaha sendiri.
3. Memiliki bentuk fisik atau tempat usaha.
4. Sudah menjalankan usahanya lebih dari satu tahun.

Penentuan informan tersebut merujuk pada kebutuhan akan informasi yang nantinya diperoleh guna penelitian yang tepat dan akurat. Teknik penentuan jumlah informan pada penelitian ini dilakukan secara *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan metode untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan gambar melalui *sociogram* berupa gambar-gambar lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap lingkaran mewakili satu kasus dan garis-garis yang menunjukkan hubungan antara suatu kasus (Neuman, 2003).

Peneliti memperoleh hasil penelitian melalui wawancara mendalam dan observasi langsung sesuai dengan pertanyaan penelitian yang tergambar dalam pedoman wawancara. Secara garis besar, jenis informan dalam penelitian ini adalah pemilik toko makanan ringan, toko kelontongan, toko bangunan dan plastik, toko kain, *spare part*.

Berdasarkan hasil observasi, maka informan dalam penelitian ini sebagaimana terdapat dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Identitas Informan

No	Nama Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Alamat Usaha
1.	AN	Laki-Laki	40	SMA	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih

No	Nama Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Alamat Usaha
2.	PE	Laki-Laki	47	SMA	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
3.	SR	Perempuan	51	S1	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
4.	ST	Laki-Laki	56	SMA	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
5.	RE	Laki-Laki	63	SMA	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
6.	ME	Perempuan	33	SMA	Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih
7.	EW	Laki-Laki	63	SMP	Jalan Jenderal Sudirman No.65 Prabumulih
8.	AC	Laki-Laki	56	D3	Jalan Jenderal Sudirman No. 102 C Prabumulih
9.	BI	Laki-Laki	26	S1	Jalan Jenderal Sudirman No. 102 B Prabumulih
10.	ER	Perempuan	38	SMA	Jalan Jenderal Sudirman No. 341 Prabumulih

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2020)

3.4.1. Profil Informan

1. Informan AN (Toko Andik)

Informan AN berusia 40 tahun memiliki 3 orang anak. Beliau memulai kegiatan usaha dari usaha kecil-kecilan, jenis usaha yang dijalankan beliau adalah usaha makanan ringan. Latar belakang informan AN memulai berwirausaha karena beliau ingin memiliki usaha sendiri dan dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Informan AN merupakan tipikal orang yang bekerja keras dan bertanggung jawab. Hal ini terlihat ketika beliau terus membuka toko dari hari senin sampai dengan hari minggu, dari pagi sampai sore untuk mencari nafkah.

2. Informan PE (Toko Pendi)

Informan PE berusia 47 tahun, beliau merupakan seorang wirausaha yang mempunyai usaha dagang kelontong. Sebelum memutuskan untuk membuka usaha dagang sendiri, beliau pernah ikut bekerja dengan orang lain dalam kurun waktu lumayan lama. Namun gaji yang diterima beliau sangat terbatas sehingga tidak dapat mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan beliau tidak memiliki kebebasan selama bekerja dengan orang lain. Sehingga beliau memutuskan untuk berwirausaha sendiri agar mendapatkan kebebasan dan dapat mencukupi kebutuhan hidup keluarganya. Dengan keahlian dan pengetahuan yang didapat selama bekerja, beliau memutuskan untuk membuka usaha dagang kelontong sendiri.

Beliau memiliki prinsip dalam menjalankan usahanya saat ini, bahwa beliau harus bekerja keras dan keuntungan yang harus diperoleh lebih dari gaji yang diterima pada saat bekerja. Mengenai pemilihan lokasi usaha dagang

kelontong ini beliau masih menganut sistem budaya tradisional etnis Tionghoa dalam berbisnis yaitu *feng Shui*. Hal ini berkaitan dengan budaya tradisional masyarakat Tionghoa dalam menjalankan bisnis.

3. Informan SR (Toko Candi Mas)

Informan SR berusia 51 tahun, beliau merupakan penerus usaha keluarganya. Usaha yang dijalankan beliau termasuk dalam kategori *family-owned business*. Usaha ini merupakan usaha turun-menurun, beliau mengatakan kalau bukan beliau yang meneruskannya, siapa lagi. Pada saat itu, beliau tidak ingin meneruskan usaha makanan ringan ini akan tetapi usaha tersebut sudah dimulai sejak dulu dan telah berkembang menjadi usaha yang sukses seperti sekarang. Beliau sangat mengutamakan kejujuran dalam usaha, kejujuran merupakan landasan moral yang dimiliki oleh seorang wirausahawan. Beliau juga berkata bahwa dalam menjalankan usaha harus sesuai dengan apa yang kita jual dan apa yang kita ucapkan.

4. Informan ST (Toko Sumber Baru)

Informan ST berusia 56 tahun. Beliau memulai kegiatan usaha dari usaha kecil-kecilan sampai beliau mempunyai toko sendiri untuk membuka usaha dagangnya. Usaha dagang yang dijalankan beliau adalah toko kelontong. Beliau mengatakan dalam berusaha itu haruslah tekun, kerja keras, dan pantang menyerah. Hal ini yang membuat beliau dapat bertahan dalam menjalankan usaha dagang kelontongan ini.

Beliau mengatakan dalam memilih lokasi usaha itu harus strategis, didaerah pasar. Pemilihan lokasi ini sangat menentukan keberhasilan usaha yang dijalankan. Beliau mengatakan dalam menjalankan usaha harus rajin, jangan

bermalas-malasan, dan harus buka toko pagi hari, jangan disiang hari. Melalui usaha yang dijalankan ini, beliau dapat memenuhi kebutuhan hidup dirinya sendiri dan keluarganya hingga anak-anaknya bisa melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

5. Informan RE (Toko AA)

Informan RE berusia 63 tahun, beliau memulai kegiatan usaha pada saat beliau masih muda sampai sekarang ini. Beliau dari dulu menjalankan jenis usaha dagang yang sama yaitu membuka toko makanan ringan. Beliau melihat peluang bahwa makanan ringan ini banyak disukai oleh banyak orang, terutama anak kecil. Pada saat masih muda beliau sering mengunjungi Kota Bandar Lampung, di mana merupakan kota pemasok barang dagang yang dia jual berada. Ketika produk jualan beliau telah habis, beliau membeli barang lagi kepada pemasok agar dapat dijual kembali. Beliau menerapkan *guanxi* dan *xinyong* dalam menjalankan bisnisnya.

Hal ini dapat dilihat ketika beliau pada saat masih muda sering pergi ke Bandar Lampung untuk membeli produk makanan ringan dan produk tersebut dijual kembali ke Kota Prabumulih. Hal ini dikatakan sebagai *guanxi*, di mana pihak yang menjalin kerja sama saling mendukung satu sama lain dan *xinyong*, dimana beliau secara pribadi berhubungan langsung dengan rekan kerjanya.

6. Informan ME (Toko Mery)

Informan ME berusia 33 tahun, beliau membantu kedua orangtuanya dalam menjalankan kegiatan usaha, semua usaha dijalankan dimulai dari usaha sendiri dan jenis usaha nya tidak menetap. Usaha yang beliau jalankan saat ini adalah toko bangunan dan plastik. Beliau menjual alat-alat bangunan dan plastik.

Beliau mengatakan dalam berusaha harus jujur dan teliti dengan ucapan yang kita keluarkan. Beliau memilih tempat usaha di lokasi yang strategis, daerah terminal pasar Kota Prabumulih. Beliau juga melihat *feng shui* ketika memulai kegiatan usaha, di mana *feng shui* sendiri sangat digunakan oleh etnis Tionghoa dalam menjalankan kegiatan bisnis sehari-hari. Beliau memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, terutama kepada pelanggan setia akan diberikan pembayaran secara kredit.

7. Informan EW (Toko Musi Jaya)

Informan EW berusia 63 tahun, sebelum memulai kegiatan usaha dagang kain ini, beliau membantu kakak laki-laki nya yang mempunyai toko tekstil di Kota Palembang yang terletak di Jalan Tengkuruk Permai. Beliau kemudian mempunyai keinginan untuk memiliki usaha sendiri dengan berbekal pengalaman dan keahlian yang didapat selama membantu kakak laki-lakinya di toko tekstil dan akhirnya beliau memutuskan untuk pindah ke Kota Prabumulih pada tahun 1986 dan merintis usaha sendiri. Usaha yang dijalankan beliau merupakan toko kain musu jaya yang benar-benar dirintis dari awal. Beliau merupakan tipe pekerja keras dan jujur. Beliau juga percaya bahwa rezeki sudah ada yang mengatur.

8. Informan AC (Toko Sumber Alam)

Informan AC berusia 56 tahun, beliau memulai kegiatan usaha dari usaha kecil-kecilan dengan modal sebesar Rp 15.000.000,00. Usaha yang beliau jalankan pada saat ini adalah dagang kelontong. Beliau pernah pindah toko sebanyak 2 kali hingga menetap dan membuka toko sumber alam di Jalan Jenderal Sudirman No.102C. Beliau sangat mengutamakan sopan santun dalam menjalankan kegiatan usaha nya ini. Beliau memiliki prinsip jika dalam

menjalankan usaha, jangan dihutangi dan walaupun mendapatkan keuntungan sedikit jangan dibuat untuk berfoya-foya melainkan dibuat untuk menabung.

Keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha, beliau sangat cermat dalam mengatur pengeluaran dan pemasukan. Dalam pemilihan lokasi usaha, beliau melihat *feng shui*.

9. Informan BI (Toko Rahayu Motor)

Informan BI berusia 26 tahun. Beliau terlahir dari keluarga yang berkecukupan, meskipun terlahir dari keluarga yang berkecukupan, beliau pernah bekerja dengan orang lain dan kemudian mulai mengumpulkan modal, memulai usaha kecil-kecilan, hingga sekarang memutuskan untuk mengembangkan usaha kedua orangtuanya. Usaha yang dijalankan beliau merupakan usaha yang menjual *spare part* mobil. Beliau dalam menjalankan kegiatan usahanya membangun relasi dengan teman. Hal ini menunjukkan bahwa beliau menjalankan *guanxi*. *Guanxi* merupakan salah satu kunci sukses bisnis masyarakat etnis Tionghoa.

Beliau juga mempunyai prinsip bisnis yaitu jika membuka toko, buka lah sebelum matahari terbit dan tutup toko setelah matahari tenggelam. Hal ini diyakini oleh beliau dapat mempengaruhi rezeki yang akan didapat.

10. Informan ER (Toko Subur Jaya)

Informan ER berusia 38 tahun, beliau merupakan penerus dari usaha makanan ringan yang telah dijalankan oleh kedua orang tuanya. Usaha yang dijalankan beliau ini termasuk dalam profil wirausaha *family-owned business*. Toko ini menjual *snack*, roti, dan kue. Informan ER mengatakan jika memulai usaha harus rajin, mengutamakan keramahan terhadap pelanggan, dan tidak

mengambil keuntungan yang banyak. Beliau merupakan orang yang giat, bekerja keras.

3.5. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian mencakup persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2020											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Tahap Persiapan												
	Pengajuan Proposal												
	Proses Perizinan												
	Pra-riset												

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2020)

Tabel 10. Jadwal Penelitian (Lanjutan)

No	Nama Kegiatan	2020											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Tahap pelaksanaan												
	Pengumpulan data												
	Analisis data												
2.	Tahap penyusunan Laporan												

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2020)

Penelitian tentang budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih dimulai pada bulan November 2020. Setelah itu, peneliti melakukan

pra-riset untuk mengetahui prosedur perizinan dan observasi lapangan mengenai budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih. Selanjutnya, peneliti turun lapangan untuk melakukan riset penelitian yang dilaksanakan pada bulan November dan Desember 2020. Setelah melakukan riset pada bulan Desember 2020 peneliti mulai menyusun laporan hasil penelitian analisis budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan.

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang menunjukkan kualitas atau mutu dari suatu data yang berupa keadaan, proses, kejadian atau peristiwa, dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk perkataan. Sedangkan bentuk operasional data dari penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif deskriptif yaitu berupa cerita, narasi, pengaturan informan, dokumen-dokumen pribadi.

3.6.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah subjek dari mana data diperoleh oleh peneliti (Moleong, 2004). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara, observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui teknik wawancara langsung kepada pemilik toko andik, toko pendi, toko candi mas, toko sumber baru, toko aa, toko mery, toko musi jaya, toko sumber alam, toko rahayu motor, dan toko subur jaya.

2. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya bertindak sebagai pengamat tetapi juga meneliti agar keakuratan data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

3.7.1. Observasi

Jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif, di mana peneliti datang ketempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan subjek tersebut, peneliti hanya bertindak sebagai pengamat. Tahapan yang dilakukan peneliti dalam observasi yaitu:

1. Peneliti melakukan observasi di Pasar dan Toko Kota Prabumulih yang di mana pemilik usaha dagang tersebut merupakan etnis Tionghoa Hokkian.

2. Observasi dilakukan untuk mengamati budaya bisnis yang diterapkan etnis Tionghoa Hokkian dalam berdagang.

Hasil observasi menunjukkan bahwa etnis Tionghoa di Kota Prabumulih terbagi menjadi sub etnis Tionghoa yang berbeda, yaitu sub etnis Tionghoa Hokkian, Hakka, dan Kanton. Setiap sub etnis Tionghoa memiliki jenis usaha yang berbeda-beda salah satunya yaitu etnis Tionghoa Hokkian di mana mereka mayoritas merupakan pemilik dari usaha dagang dan mereka menyewa ruko untuk membuka usaha tersebut. Berdasarkan hasil observasi, terdapat etnis Tionghoa Hokkian yang membuka toko di Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih dan di Jalan Jenderal Sudirman.

3.7.2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai (Moleong, 2014). Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara semi terstruktur sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara menjawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo, 2006).

Metode wawancara peneliti gunakan untuk menggali data terkait, adapun informannya adalah pemilik toko andik, toko pendi, toko candi mas, toko sumber

baru, toko aa, toko mery, toko musi jaya, toko sumber alam, toko rahayu motor, dan toko subur jaya. Adapun alasan peneliti memilih teknik wawancara mendalam dan semi terstruktur dikarenakan tujuan penelitian ini untuk memberi penjabaran dan deskripsi analisis budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancarai tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan atau dimintai pendapat, tapi juga mengeksplorasi objek penelitian dan peneliti dapat menemukan *value* nya.

Tahapan yang peneliti lakukan saat wawancara:

1. Wawancara dilakukan terhadap 10 informan etnis Tionghoa Hokkian.
2. Peneliti menyiapkan panduan wawancara sebagai pedoman.
3. Melakukan wawancara dengan 6 informan di Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih dan 4 informan di Jl. Jenderal Sudirman.
4. Mengkonfirmasi hasil wawancara dengan informan.
5. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan.
6. Mengelolah data hasil wawancara yang telah diperoleh.

3.7.3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2013). Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2013). Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan dari

dokumentasi merupakan data yang mendukung data sekunder dengan cara mengumpulkan data yang bersumber pada data-data tertulis, arsip, maupun gambar yang berkaitan dengan analisis budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih. Dengan demikian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, dan memilih yang akan dipelajari, serta dibuat kesimpulan sehingga lebih mudah untuk dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman. Proses analisis data menurut model Miles dan Huberman meliputi pengumpulan data, *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing* (penarikan kesimpulan) (Miles and Huberman, 1992).

1. Pengumpulan Data

Data yang muncul dalam wujud kata-kata, dikumpulkan melalui berbagai cara seperti observasi, wawancara, intisari dari dokumen, rekaman biasanya diproses melalui pencatatan, pengetikan (Miles and Huberman, 1992).

2. Reduksi Data

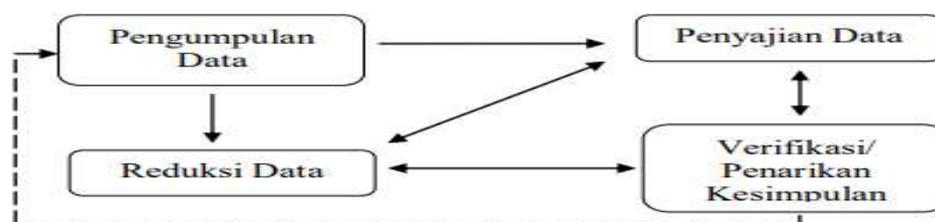
Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang utama, memfokuskan pada hal yang penting. Menerapkan reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, data akan disajikan. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan. Uraian yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2016).

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menemukan makna data yang telah disajikan, setelah data terkumpul selanjutnya akan dilakukan penarikan kesimpulan dan kesimpulan tersebut akan diverifikasi serta diuji validitasnya. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengambil intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi hasil penelitian.



Gambar 4. Model Interaktif Miles and Huberman dalam Analisis Data.

Sumber: Miles and Huberman, 2009

3.8.1. Analisis Data Berdasarkan Model Interaktif Miles and Huberman

Tabel 11. Penerapan Model Interaktif Miles and Huberman Dalam Analisis Data

No	Model Interaktif	Analisis Data
1.	Pengumpulan Data	<p>1. Data pertama diperoleh yaitu data observasi. Hasil observasi menunjukkan bahwa etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih terbagi menjadi sub etnis Tionghoa Hokkian, Hakka, dan Kanton. Etnis Tionghoa Hokkian merupakan pemilik dari usaha dagang dan mereka menyewa ruko untuk membuka usaha tersebut. Terdapat etnis Tionghoa Hokkian yang membuka toko di Kompleks Terminal Bus Pasar Prabumulih dan Jalan Jenderal Sudirman</p> <p>2. Data kedua diperoleh melalui wawancara mendalam, hasil wawancara mendalam menunjukkan bahwa etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih menjunjung tinggi budaya mereka, budaya tersebut menjadi dasar mereka dalam berbisnis, budaya bisnis apa yang mereka terapkan, prinsip bisnis, serta sistem dagang etnis Tionghoa Hokkian</p> <p>3. Data ketiga diperoleh melalui dokumentasi, hasil dokumentasi menunjukkan bahwa terdapat gambar dan data-data tertulis yang berkaitan dengan budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih</p>
2.	Reduksi Data	<p>Pada saat memperoleh data, penulis menyederhanakan data tersebut yang sebelumnya terdiri dari 14 pertanyaan, hanya diambil beberapa data yang mendukung dalam pembahasan penelitian ini, sehingga data tersebut akan mengarah kepada kesimpulan yang dipertanggungjawabkan</p>

No	Model Interaktif	Analisis Data
3.	Penyajian Data	Peneliti menyajikan data dengan mendeskripsikan data-data tentang budaya etnis Tionghoa dalam perdagangan, budaya bisnis, prinsip bisnis, sistem dagang etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan, sehingga dari data yang diperoleh terdapat makna yang lebih mudah dimengerti
4.	Penarikan Kesimpulan	Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengambil intisari dari rangkaian kategori, hasil penelitian yang didapat dari observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi penelitian

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2021)

3.9. Teknik Keabsahan Data

Kebenaran data dalam suatu penelitian akan ditentukan oleh standar apa yang digunakan salah satu standar validitas dari data yang diperoleh oleh peneliti. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu (Moleong, 2010). Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan sumber data. Pada triangulasi dengan sumber data, di mana pengujian data triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber.

Data tersebut kemudian dipilih dan disajikan dalam bentuk tabel matriks. Data dari sumber yang berbeda dideskripsikan, dikategorikan mana pandangan yang sama, berbeda, dan mana yang lebih spesifik (Manalu, 2019). Penggunaan triangulasi sumber data dilakukan agar data yang diperoleh dari informan pemilik

toko andik, toko pendi, toko candi mas, toko sumber baru, toko aa, toko mery, toko musi jaya, toko sumber alam, toko rahayu motor, dan toko subur jaya menjadi lebih valid, sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan.

3.10. Hambatan Penelitian

Saat melakukan penelitian, peneliti menemukan kendala yang menghambat proses pengambilan data dan dokumentasi. Beberapa kendala tersebut antara lain:

1. Terdapat informan yang tidak ingin diwawancarai dengan alasan mereka tidak dapat menjawab dengan baik pertanyaan yang akan diajukan.
2. Dalam menjawab pertanyaan, terdapat informan yang menjawab menggunakan campuran bahasa hokkian sehingga penulis kesulitan untuk memahami bahasa tersebut.
3. Terdapat informan yang tidak mau memberikan bukti dokumentasi pada saat wawancara atau selesai wawancara dikarenakan informan menganggap itu bersifat pribadi dan terdapat beberapa informan yang tidak suka di foto dikarenakan takut foto tersebut akan disalahgunakan.
4. Informan tidak ingin direkam pada saat proses wawancara berlangsung, mereka mengatakan itu merupakan privasi mereka dan takut untuk disalahgunakan.
5. Terdapat informan yang sulit untuk membagi waktu dengan peneliti pada saat diwawancarai karena kondisi yang tidak memungkinkan. Usaha dagang

pasti di sela waktu *free* dan tidak terlalu sibuk, ada pelanggan yang ingin membeli barang dagangan informan.

3.10.1. Solusi Hambatan Penelitian

1. Informan hanya menjawab pertanyaan seadanya, pertanyaan yang hanya mereka mengerti.

2. Peneliti kemudian akan mencoba menanyakan arti bahasa tersebut dengan para informan atau jika mendapatkan kesempatan penulis akan menggunakan bantuan dari terjemahan bahasa.

3. Peneliti akan lebih berinteraksi dengan beberapa informan tersebut, sehingga terdapat kepercayaan antara informan dan peneliti. Untuk bukti dokumentasi itu sendiri, peneliti hanya diberikan kesempatan untuk foto di depan toko mereka.

4. Peneliti menulis hasil wawancara dengan buku dan tidak menggunakan alat rekam karena peneliti menghargai privasi dari para informan.

5. Peneliti mencoba menghubungi informan lainnya yang tidak terlalu sibuk untuk diwawancarai terlebih dahulu.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih Sumatra Selatan maka hasil penelitian yang diperoleh terdiri dari budaya etnis Tionghoa dalam perdagangan, budaya bisnis, prinsip bisnis, serta sistem dagang etnis Tionghoa Hokkian.

Store Location penting dalam kegiatan perdagangan karena dapat memberikan gambaran mengenai aktif atau pasifnya kegiatan perdagangan dalam menentukan lokasi bisnis, etnis Tionghoa Hokkian menggunakan *feng shui*. *Feng Shui* mempunyai peranan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam sebuah perdagangan. Penentuan tempat usaha harus menguntungkan penggunaannya, jika tidak sesuai penataan ruang tersebut dapat berpengaruh terhadap peruntungan dan kebaikan tempat tersebut.

Terdapat beberapa benda pembawa keberuntungan berdasarkan *feng shui* yaitu patung Buddha, patung kucing emas, cermin pakua, dupa, dan kertas hu. Setiap benda *feng shui* membawa keberuntungan, tetapi terdapat perbedaan simbol dalam penggunaannya.

Penerapan budaya bisnis etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih terdiri dari *guanxi* dan manajemen waktu. *Guanxi* merupakan koneksi dan hubungan, etnis Tionghoa Hokkian cenderung mempererat hubungan yang ada dalam kegiatan perdagangan. Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih memiliki manajemen waktu yang sudah terjadwal dengan baik, sehingga membuat mereka dapat mengerjakan semuanya dengan baik dan tepat pada waktunya.

Pedagang etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih menerapkan prinsip klasik dan modern *Tao Zhu Gong*. Prinsip bisnis klasik terdiri dari 12 prinsip, prinsip modern terdiri dari 16 prinsip. Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih menerapkan lima sistem dagang yaitu bertemu langsung dengan pelanggan, memberikan kebebasan kepada pelanggan, memberikan pelayanan istimewa kepada pelanggan tetap, menghargai waktu, serta *guanxi*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

5.2.1. Bagi Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih

1. Etnis Tionghoa Hokkian dapat memperluas koneksi bisnis mereka dengan pedagang lainnya, sehingga dapat membangun kerja sama dan memperluas jaringan bisnis.

2. Etnis Tionghoa Hokkian mampu mempertahankan relasi bisnis dengan pedagang lainnya, sehingga dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

3. Etnis Tionghoa Hokkian mempertahankan kepercayaan terhadap budaya dasar mereka dalam berbisnis seperti *shio*, *feng shui* yang mempunyai peranan dalam menentukan keberhasilan usaha dagang, sehingga budaya tersebut dapat menjadi pedoman bagi generasi selanjutnya dalam berbisnis.

4. Etnis Tionghoa Hokkian mempertahankan sikap jujur, ramah, sopan, dan giat dalam berbisnis.

5. Etnis Tionghoa Hokkian diharapkan mampu menciptakan hubungan yang bersahabat dengan pelanggan, sehingga dapat menarik minat pelanggan agar terus berkunjung ke tempatnya.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian ini, dapat menggunakan sub etnis Tionghoa lainnya, dikarenakan setiap sub etnis Tionghoa memiliki kepandaian dagang tersendiri.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan pengaruh antara budaya bisnis terhadap etika bisnis etnis Tionghoa.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta.
- Antara, M & Yogantari, M.V. 2018. Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi Industri Kreatif. In *SENADA (Seminar Nasional Desain dan Arsitektur)* Vol (1), pp. 293 – 301.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2010. *Suku Bangsa*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2020. *Statistik Indonesia 2020*.
- Badan Pusat Statistik Kota Prabumulih. 2020. *Kota Prabumulih dalam Angka 2020*. Prabumulih: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kota Prabumulih. 2021. *Kota Prabumulih dalam Angka 2021*. Prabumulih: Badan Pusat Statistik
- Baldacchino. 2009. Entrepreneurial Creativity and Innovation. *Paper Prested*. First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation. Malta.
- Baskerville, Rachel F. 2003. Hofstede Never Studied Culture. *Accounting, Organizations, and Society*, 28: 1-14.
- Budaya. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 23 April 2021, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/budaya>.
- Bygrave, W. D. 1996. *The Portable MBA: Entrepreneurship*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Chinomona, R. 2012. The Influence of Dealers Referent Power and Legitimate Power in Guanxi Distribution Networks: The case of Taiwan's SME Firms. *African Journal of Business Management*, 6(37), 10125-10137.

- Christian, S.A. 2017. Identitas Budaya Orang Tionghoa. *Jurnal Cakrawala Mandarin*. 1(1), 11-22.
- Creswell, J.W. 2016. *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmalaksana, W. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif, Studi Pustaka, dan Studi Lapangan. Preprint Digital Library*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Dewantara, Ki H. 1994. *Karya Ki Hadjar Dewantara Bagian II: Kebudayaan*. Yogyakarta: Offset Taman Siswa.
- Dictionary Of International Trade. 2021. Business Culture [Halaman web]. Diakses dari <https://www.globalnegotiator.com/international-trade/dictionary/business-culture/>.
- Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2016, Juli 10). Inilah 10 Negara Kepulauan Terbesar di Dunia [Halaman web]. Diakses dari <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/10-negara-kepulauan-terbesar-di-dunia/>.
- Drucker, Peter. F. 1996. *Inovasi dan Kewiraswastaan yang Diterjemahkan oleh Rusjadi Naib*. Jakarta: Erlangga.
- Edison. (2020, Juli 30). Asal usul nama Prabumulih artinya bukan raja pulang atau tanah yang tinggi, ini asal mulanya [Halaman web]. Diakses dari <https://sumsel.tribunnews.com/2020/07/30/asal-usul-nama-prabumulih-artinya-bukan-raja-pulang-atau-tanah-yang-tinggi-ini-asal-mulanya>.
- Elinuari, V dan Novi, Marlina. 2021. Pengaruh Budaya Tionghoa dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Etnis Tionghoa di Tulangagung. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1).
- Etnik. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 07 Januari 2021, dari <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/etnik>.
- Frazier. K. 2021. How To Choose A Feng Shui Bagua Mirror [Halaman web]. Diakses dari https://feng-shui.lovetoknow.com/Feng_Shui_Bagua_Mirror.
- Gondomono. 2013. *Manusia dan Kebudayaan Han*. Jakarta: Kompas.
- Harris, M. 1968. *The Rise of Anthropological Theory*. New York: Crowell.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Herskovits, Melville J. 1955. *Cultural Anthropology*. New York: Alfred A. Knopf.

- Huang, Jessica, Belen Rodriguez, Asia Briefing Ltd. 2016. *Succeed and lead in China*. Shanghai: Benelux Chamber of Commerce in China.
- Jiang, Rinto & Liang U (2011, 30 Mei). Daerah Asal Leluhur Tionghoa di Indonesia – Hinghua, Hokkian, Hakka, Tiochiu, Konghu, Hainan etc [Halaman web]. Diakses dari <http://web.budayationghoa.net/index.php/item/815-daerah-asal-leluhur-tionghoa-di-indonesia-hinghua--hokkian--hakka--tiochiu-konghu-hainan-etc>.
- Jong, Jeroen de & Wennekers. Sander. 2008. *Conceptualizing Entrepreneurial Employee Behavior, SMEs and Entrepreneurship Programme Finance*. Belanda: The Netherlands Ministry of Economic Affairs.
- Kangsaputra, L.S. (2019, Februari 03). 5 suku Tionghoa yang tersebar di Indonesia [Halaman web]. Diakses dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2019/02/02/196/2012927/5-suku-tionghoa-yang-tersebar-di-indonesia>.
- Kao, John J. 1991. *The Entrepreneurial Organization*. New Jersey: Prentice Hall Englewood Cliffs.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Kelautan Dan Perikanan. 2020. Jumlah Pulau [Halaman web]. Diakses dari <https://kkp.go.id/djprl/p4k/page/4270-jumlah-pulau>.
- Kencana, M. R. B. (2018, Oktober 15). Produksi Gas Pertamina di Lapangan Prabumulih Lampau Target [Halaman web]. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3667657/produksi-gas-pertamina-di-lapangan-prabumulih-lampau-target>.
- Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Usaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995.
- Kluckhohn, C. 1953. *Universal Categories of Culture. Anthropology Today*. A. L. Kroeber Editor, Chicago: University Press.
- Koentjaraningrat. 1996. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Komisi Pemilihan Umum Kota Prabumulih. 2020. *Daerah Pemilihan di Kota Prabumulih*. Prabumulih: Komisi Pemilihan Umum.
- Kusumastuti, S., Supatmi., Sastra P. 2007. Pengaruh Board Diversity terhadap Nilai Perusahaan dalam Perspektif Corporate Governance. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 88-98.
- Langenberg, E. A. 2007. *Guanxi and Business Strategy: Theory and Implications for Multinational Companies in China*. Heidelberg New York: Physica-Verlag.

- Lestari, R. W. D. 2018. Studi Fenomenologi: Memaknai Tata Kelola Perusahaan Pada Bisnis Keluarga Beretnis Tionghoa Di Indonesia. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 307-335.
- Manalu, E. E. 2019. Motivasi Etnis Batak dalam Berwirausaha Tambal Ban di Bandar Lampung. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Lampung. Kota Bandar Lampung.
- Mardiyatmo. 2008. *Kewirausahaan Untuk Kelas X SMK*. Yogyakarta: Yudhistira.
- Meredith, Geoffrey G., et al. 2002. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: PPM.
- Miles, M.B and Michael H. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta:UIP.
- Miles, M.B and Michael H. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mustaqfirin dan Kodiran. 2012. Asimilasi Etnis Tionghoa Indonesia Dan Implikasinya Terhadap Integrasi Nasional (Studi di Kota Tanjungbalai Provinsi Sumatera Utara). *Jurnal Ketahanan Nasional XVII (1)*, 17(1). 19-30.
- Neuman, W Lawrance. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Noor, H. F. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Painter, S. (2021, April 29). Lucky Cat Meanings In Feng Shui: Secrets Of The Maneki Neko [Halaman web]. Diakses dari <https://feng-shui.lovetoknow.com/feng-shui-home/maneki-neko-lucky-cat-wealth>.
- Painter, S. (2021, Maret 04). How To Use Incense: Easy Ways To Promote Well-Being [Halaman web]. Diakses dari <https://feng-shui.lovetoknow.com/feng-shui-tips-advice/how-use-incense-easy-ways-promote-well-being>.
- Painter, S. (2021, Maret 10). Buddha Statue Meanings : 12 Symbolic Poses And Postures [Halaman web]. Diakses dari https://feng-shui.lovetoknow.com/Buddha_Statues_for_the_Home_and_Garden.

- Pemerintah Kota Prabumulih. 2019. Sejarah Kota Prabumulih. Diakses dari <https://www.kotaprabumulih.go.id/new/sejarah-kota-prabumulih/>.
- Pentecost, M. (2016, Agustus 12). Why business culture is important [Halaman web]. Diakses dari <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/human-resources/2016/08/why-business-culture-is-important.html>.
- Purwanti. 2013. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Putri, A.S. (2020, Juni 19). Keragaman etnik dan budaya Indonesia [Halaman web]. Diakses dari <https://www.kompas.com/tag/keberagaman+etnik+dan+budaya+indonesia>.
- Sadewo, S. T., Iqbal, M., & Sanawiri, B. 2018. Analisis The Antecedent of Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswa (Survey pada Kelompok Aktivitas Kewirausahaan Mahasiswa di Universitas Brawijaya dan Universiti Teknologi Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 59(1), 98-106.
- Sagala, S. 2013. *Memahami Organisasi Pendidikan: Budaya & Reinventing Organisasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Saragih, R. 2017. Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26-34.
- Sari, A.P., Anggraini, D.D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., ... & Simarmata, J. 2020. *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis.
- Sendari, A.A. (2019, Agustus 08). Mengenal jenis penelitian deskriptif kualitatif pada sebuah tulisan ilmiah [Halaman web]. Diakses dari <https://hot.liputan6.com/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah>.
- Seng, A, W. 2007. *Rahasia Bisnis Orang Tionghoa*. Jakarta: PT. Mizan Publika.
- Soekanto, Soerjono. 2009. *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar*, Edisi Baru. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Ikapi.
- Sukardi. 1991. *Kepribadian Wirausaha*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Suku Bangsa. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 21 Agustus 2021, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/suku%20bangsa>.
- Sumarto. 2019. Budaya, Pemahaman dan Penerapannya “Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi”. *Jurnal Literasiologi*, 1(2).
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba.
- Sutopo, H. B. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian)*. Surakarta: Sebelas Maret Press.
- Syahiddin, M dkk., 2020. *Kewirausahaan*. Jakarta: Unindra Press.
- Tan, Herman. (2017, 14 Februari). Mengenal 5 unsur elemen dalam fengshui [Halaman web]. Diakses dari <https://www.tionghoa.info/mengenal-5-elemen-dalam-fengshui/>.
- Tjoe, Thomas Liem. 2007. *Rahasia Sukses Bisnis Etnis Tionghoa di Indonesia*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Turner, Sarah. 2003. Setting the Scene Speaking Out: Chinese Indonesians After Suharto. *Asian Ethnicity* 4(3): 337-352.
- Tysara, Laudia. (2021, Mei 20). Asimilasi Adalah Peleburan Sifat Asli, Pahami Faktor Penghambat dan Pendorongnya [Halaman Web]. Diakses dari <https://hot.liputan6.com/read/4562100/asimilasi-adalah-peleburan-sifat-asli-pahami-faktor-penghambat-dan-pendorongnya>.
- Urban, Gregory S. 2013. The Eternal Newcomer: Chinese Indonesian Identity from Indonesia to the United States. *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, Vol. 3 [2013], Iss. 1, Art. 19.
- Utama, Yosua Yudaikawira. 2017. Analisis Pengaruh Budaya & Keluarga Terhadap Orientasi Wirausaha Orang Muda Di Indonesia Dan Malaysia. *MODUS*, 29(2): 157-175.
- Vickers, Adrian. 2005 *A History of Modern Indonesia*. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press.
- Widyosiswoyo, Supartono. 2009. *Ilmu Budaya Dasar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wijaya, H. 2019. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wiryasaputra, Totok. S. 2004. *Entrepreneur: Anda Merdeka jadi bos*. Jakarta: Tridharma Manunggal.

- Wortzel, Heidi Vernon and Lawrence H. Wortzel. 1997. *Strategic Management In a Global Economy Thirt Edition*. United States of America: John Wiley & Son, INC.
- Zhang, Donia. (2019, Januari). Cultural Symbols in Chinese Architecture [Halaman web]. Diakses dari https://www.researchgate.net/figure/The-most-popular-Yin-Yang-symbol-It-is-said-the-symbol-was-revised-by-Daoist-sage-Chen_fig1_325229254.
- Zhang, J. (2018, 22 April). Understanding Chinese business culture [Halaman web]. Diakses dari <https://www.acru.com/2018/04/understanding-chinese-business-culture/>.
- Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 1996. *Entrepreneurship and new venture formation*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2005. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Penerbit Indeks.