



## MAKNA PERUNTUNGAN KEWIRAUSAHAAN BAGI ETNIS JAWA TIONGHOA, DAN MADURA DI KOTA SEMARANG

Puspita Puji Rahayu<sup>a</sup>, Isti Mayasari<sup>b</sup>

Universitas Nasional Karangturi

puspitapuirahayu@gmail.com<sup>1</sup>, istimayasari@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Setiap wirausahawan memiliki kearifan lokal tersendiri dalam membangun bisnis. Kaitan budaya dengan kewirausahaan belum banyak dilakukan penelitian. Di setiap etnis dapat dibedakan dari budaya yang terlibat dalam membangun bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan makna kewirausahaan di kota Semarang pada dua etnis yang berbeda yaitu Jawa dan Tionghoa. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, dan metode pengambilan sampelnya menggunakan teknik purposive sampling. Wawancara dan observasi merupakan instrumen yang digunakan dalam penggalan data yaitu dengan. Alasan peneliti menggunakan instrumen tersebut karena ingin menggali lebih dalam tentang makna kewirausahaan dari setiap etnis bangsa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etnis Jawa memiliki pandangan hidup yang kuat, narimo atau menerima dengan tulus, sabar, mementingkan kekeluargaan dan melakukan yang terbaik dalam berwirausaha. Berbeda dengan etnis Jawa, pada etnis Tionghoa lebih menekankan kredibilitas, ketekunan, menghemat, kepercayaan, pendidikan, solidaritas keluarga, ketelitian, kejujuran, moral dan etika dalam berwirausaha. Etnis Madura memiliki ciri karakter dalam berwirausaha mereka bersemangat, percaya diri, ulet, berambisi, dan bekerja keras.

**Kata kunci : etnis jawa, etnis tionghoa, etnis madura, makna kewirausahaan.**

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang beragam. Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS) 2010 yang dikutip laman Indonesia.go.id, menyebutkan ada 1.340 suku atau suku yang hidup berdampingan dari Sabang hingga Merauke. Masing-masing ras yang berbeda ini memiliki ciri khas tersendiri, yang membedakan suku yang satu dengan suku yang lain (Efendi, 2021). Berdasarkan sisi etnis dan budaya daerah sejatinya menunjuk kepada karakteristik masing-masing keragaman bangsa Indonesia. Tiap-tiap daerah sebenarnya telah memiliki suatu pengetahuan lokal dan kearifan lokal yang bermacam-macam dan berbeda wujudnya (Milanda, 2018).

Kearifan lokal lebih mengacu pada sistem pengetahuan yang dibangun dari pengalaman suatu masyarakat dan juga sebagai akumulasi dari pengetahuan masyarakat lokal. Wujud kearifan lokal yang dianut oleh masyarakat di suatu daerah atau masyarakat dapat berupa perkataan, tindakan, perilaku, dan benda buatan manusia. Kewirausahaan adalah semacam kearifan lokal yang ada dalam bentuk tindakan. Konsisten dengan penelitian Sapir, dkk (2014), penelitian ini meyakini bahwa kearifan dan nilai-nilai lokal dapat menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan kewirausahaan. Menurut Soegoto (2010), kewirausahaan adalah suatu usaha kreatif yang didasarkan pada inovasi untuk menghasilkan hal-hal baru, menambah nilai, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan menghasilkan manfaat bagi orang lain.

Dalam komunitas masyarakat lokal, kearifan tradisional mewujud dalam bentuk seperangkat aturan, pengetahuan, dan juga keterampilan serta tata nilai dan etika yang mengatur tatanan sosial komunitas yang terus hidup dan berkembang dari generasi ke generasi. Mereka yang muncul dari komunitas lokal inilah yang hidup, tumbuh, dan bergelut dengan problem sosial, politik, budaya, ekonomi, dan lingkungan, mempelajari kegagalan-kegagalan sampai menemukan solusi praktis untuk komunitasnya (Husni Thamrin, 2013). Mayoritas pengusaha yang sukses berasal dari keluarga dengan



tradisi yang kuat dibidang bisnis. Sejumlah literatur juga menemukan bahwa setiap kelompok etnis memiliki nilai-nilai kearifan lokal terkait kewirausahaan.

Etnis Jawa memiliki kearifannya masing-masing, seperti penelitian yang dilakukan oleh Andri dkk. (2019), etnis Jawa sendiri memiliki beberapa nilai inti, di antaranya etika profesi yang kuat, menghindari konflik, dan menerima segala sesuatu dengan ikhlas (disebut *nrimo* atau *nrima*), kekeluargaan (*tuna satak bathi sanak*), menganggap pekerjaan mereka sebagai cara untuk mendapatkan berkah (*laku tirakat*), dan melakukan yang terbaik dalam pekerjaan mereka (*panggautan gelaring pambudi*). Pada masyarakat Jawa misalnya, terdapat ungkapan *sopo ubet ngliwet*, yang bermakna siapa bekerja keras akan menanak nasi. Dalam tembang macapat di budaya Jawa juga terdapat nilai-nilai kearifan lokal terkait kewirausahaan seperti nilai-nilai profesionalitas, kerja keras, kesabaran, ketelitian, tidak menyuap, dan tidak ingkar janji (Setiyadi, 2012).

Awalnya, Tionghoa merupakan masyarakat yang suka merantau dan merupakan kaum minoritas dimana kebiasaan merantau mereka dituntut untuk melatih diri bertahan hidup melalui kegiatan berdagang, dengan latar belakang menghindari bencana alam, dan ekonomi sulit di negri leluhurnya (Usman, 2009). Etnis Tionghoa memiliki ilmu perdagangan yang melekat dalam diri mereka, yang dibawa dari dataran Tiongkok dan kemudian diterapkan didaerah perantauan untuk pengembangan usaha dalam rangka bertahan hidup. Setyawan (2005), menyebutkan bahwa etnis Tionghoa memiliki karakteristik yang beragam, misalnya dalam kekuasaan dan oklokasi, jaringan relasi, harga diri dan wibawa, fleksibel dan bertahan hidup, dan kekeluargaan. Pada masyarakat Tionghoa, juga diyakini ada banyak kearifan lokal yang membuat mereka dapat sukses dalam berwirausaha. Seng (2006) mengungkapkan banyak kearifan lokal yang menjadi modal luar biasa untuk sukses berwirausaha, salah satunya adalah keuletan dan kemauan bekerja keras ketika berdagang. Ada juga pepatah 'di mana ada air, di situ ada orang Tionghoa', yang bermakna bahwa orang Tionghoa harus dapat bertahan hidup dan berkembang di belahan bumi manapun.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Sejumlah literatur juga menemukan bahwa setiap kelompok etnis memiliki nilai-nilai kearifan lokal terkait kewirausahaan. Pada masyarakat Jawa misalnya, terdapat ungkapan *sopo ubet ngliwet*, yang bermakna siapa bekerja keras akan menanak nasi. Dalam tembang macapat di budaya Jawa juga terdapat nilai-nilai kearifan lokal terkait kewirausahaan seperti nilai-nilai profesionalitas, kerja keras, kesabaran, ketelitian, tidak menyuap, dan tidak ingkar janji (Setiyadi, 2012). Pada masyarakat Tionghoa, juga diyakini ada banyak kearifan lokal yang membuat mereka dapat sukses dalam berwirausaha. Seng (2006) mengungkapkan banyak kearifan lokal yang menjadi modal luar biasa untuk sukses berwirausaha, salah satunya adalah keuletan dan kemauan bekerja keras ketika berdagang. Ada juga pepatah 'di mana ada air, di situ ada orang Tionghoa', yang bermakna bahwa orang Tionghoa harus dapat bertahan hidup dan berkembang di belahan bumi manapun.

Salah satu etnis yang lekat dengan perantauan dan dunia usaha adalah Etnis Madura. Lekatnya dunia usaha dengan etnis ini didukung dengan karakteristik etnis Madura digambarkan sebagai sosok individu yang ulet, pekerja keras dan pantang menyerah, memiliki keberaniannya dalam mengambil resiko sebagai pengusaha, berambisi dan percaya diri. Etnis Madura bahkan dikatakan layak menjadi ikon perkembangan bisnis kelas menengah ke bawah di Indonesia (Djakfar, 2009). Etnis Madura memiliki sikap bekerja keras, jujur dan ramah dalam berdagang dan pantang menyerah (Faraby, 2014). Sikap yang dimiliki etnis Madura tersebut merupakan faktor yang sangat penting untuk dimiliki oleh seorang entrepreneur. Tanpa adanya faktor ini maka usaha yang digeluti sulit berhasil. Selain sikap-sikap tersebut, etnis Madura memiliki karakteristik lain yaitu rajin, cekatan dan penuh prakarsa (Rifai, 2007). Sikap dan karakter tersebut tentu tidak dimiliki secara instan akan tetapi sikap tersebut dari genetik atau terpolo karena situs sosial budaya yang melingkupi kehidupan mereka sehari hari, atau bisa juga karena keduanya (Faraby, 2014) Etnis Madura berasal dari daerah yang memiliki nama yang sama dengan nama etnisnya, yakni pulau Madura. Pulau Madura terletak di Provinsi Jawa Timur, tepatnya terletak di sebelah timur laut pulau Jawa, namun realitasnya kita tidak hanya bisa bertemu etnis Madura di pulau tersebut tetapi, dibanyak kota di Jawa Timur kita dapat menemui etnis ini. Banyaknya



masyarakat Madura yang melakukan migrasi ke daerah lain disebabkan oleh kemiskinan (Hartono, 2010). Tujuan dari migrasi yang dilakukan oleh masyarakat Madura tidak lain adalah untuk memperbaiki taraf kehidupan. Untuk mencapai tujuan tersebut, mereka memilih berdagang. Di Kota Malang, etnis ini menduduki peringkat dua dalam komposisi kesukuan yang ada dalam suatu wilayah (PODES, 2018), dan mayoritas penghasilan utama didapatkan dari sektor niaga (BPS, 2019), lebih tepatnya wirausaha. Sebagai pendatang upaya untuk mempertahankan diri tentu jauh lebih berat dibanding dengan penduduk asli. Hal ini tak lain karena ketika seseorang menjadi pendatang mereka harus berjuang dari nol, dan memulai semua usaha dari awal. Dengan tantangan yang jauh lebih berat seperti itu tentu segala upaya, nilai-nilai yang dianut serta sikap yang dimiliki akan ditularkan atau akan ditanamkan kepada anak cucu mereka, dengan harapan anak cucu mereka kelak jauh lebih siap dan mantab menghadapi persaingan dunia luar.

Adi dkk (2020) nilai yang belum terlihat oleh etnis ini adalah nilai keberanian mengambil risiko. sebagai buktinya bahwa belum adanya usaha-usaha baru yang dilakukan secara mandiri oleh anak-anak pada Etnis Madura. Sebagian besar usaha yang digeluti saat ini tidak jauh berbeda dengan usaha orang tuanya terdahulu, atau belum ada inovasi dalam hal usaha yang mereka geluti. meskipun demikian semangat kerja dan etos kerja yang tinggi mampu tercermin oleh sikap mereka yang mau bekerja apa saja untuk memperoleh sumber penghidupan. Uraian di atas menunjukkan pandangan dan kearifan lokal masing-masing bangsa terhadap kewirausahaan. Menurut sejarah kelompok, kearifan lokal yang dipelajari melalui konsensus yang diturunkan dari generasi ke generasi kelompok tentu turut membantu membentuk mentalitas dan perilaku anggota kelompok. Hingga saat ini, belum banyak penelitian di bidang psikologi yang berfokus untuk mengeksplorasi bagaimana setiap suku bangsa di Indonesia memaknai kewirausahaan. Peneliti tertarik untuk mengkaji makna kewirausahaan di Kota Semarang, berdasarkan fenomena terkait kewirausahaan yang terjadi di masyarakat. Diharapkan penelitian ini mampu menjawab pertanyaan penelitian tentang fenomena yang diteliti oleh peneliti. Pertanyaan yang ingin peneliti jawab adalah apa makna kewirausahaan etnis Jawa, etnis Tionghoa dan etnis Madura?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna kewirausahaan dalam etnis Tionghoa, etnis Jawa dan etnis Madura. Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan informasi sebagai kontribusi yang berguna bagi perumusan, implementasi, dan perubahan kebijakan, serta untuk menganalisis gagasan dan masalah ekonomi yang memiliki pengaruh signifikan serta bidang politik, juga dapat digunakan sebagai transfer pengalaman ke terjadi dalam kelompok etnis, kehidupan, ras, dan kelas sosial. untuk mendukung kelancaran proses pembangunan dan masalah bisnis, dan untuk secara terbuka menjelaskan makna kewirausahaan etnis Jawa, etnis Tionghoa dan etnis Madura.

### 3. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, "yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu," (Sugiyono, 2013). Pertimbangannya adalah subjek atau informan yang diambil benar-benar menguasai tentang hal yang diteliti, mempunyai waktu luang, dan bersedia menjadi informan. Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah wirausahawan di kota Semarang yang berwirausaha sebagai pedagang pakaian jadi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 6 orang.

Observasi kualitatif adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Suharsimi, Suhardjono, & Supardi, 2006). Didalam observasi dapat dilakukan dengan tes, angket, rekaman gambar, dan rekaman suara. Menurut Sudaryono, dkk (2013), menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, pedoman observasi hanya berupa garis-garis besar atau butir-butir umum kegiatan yang akan diobservasi. Banyaknya periode observasi yang perlu dilakukan dan panjangnya waktu pada setiap periode observasi tergantung kepada



jenis data yang dikumpulkan. Apabila *observasi* itu akan dilakukan pada sejumlah orang, dan hasil *observasi* itu akan digunakan untuk mengadakan perbandingan antar orang-orang tersebut, maka hendaknya *observasi* terhadap masing-masing orang dilakukan dalam situasi yang relatif sama. Sebelum *observasi* itu dilaksanakan, peneliti telah menetapkan terlebih dahulu aspek-aspek apa yang akan diobservasi dari tingkah laku seseorang. Aspek-aspek tersebut hendaknya telah dirumuskan secara operasional, sehingga tingkah laku yang akan dicatat nanti dalam observasi hanyalah apa-apa yang telah di rumuskan tersebut. Responden digali datanya dengan metode observasi sebatas dilakukan untuk mengamati aktivitas kewirausahaan dalam realitas. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi non partisipasi yaitu observer tidak terlibat dalam kegiatan yang di observasi.

**Wawancara** merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg, 2002). Wawancara juga merupakan alat mengecek ulang atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya dan juga merupakan teknik komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Menurut (Moleong, 2005) wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif. Dalam metode kualitatif ini ada dikenal dengan teknik **wawancara-mendalam**. Pengertian wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab 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). Kekhasan dari wawancara-mendalam ini adalah keterlibatannya dalam kehidupan responden/informan.

Dalam wawancara-mendalam melakukan penggalian secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan (berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut) dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Penggalian yang dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka berdasarkan perspektif responden dalam memandang sebuah permasalahan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka. Kegiatan pengumpulan data yang utama pada penelitian fenomenologi adalah wawancara mendalam atau wawancara kualitatif. Karena dengan metode inilah esensi dari fenomena yang diamati dapat diceritakan dari sudut pandang orang pertama (orang yang mengalaminya lang-sung) menurut Creswell (2018), teknik pengumpulan data dalam penelitian fenomenologi adalah (a) wawancara; (b) refleksi diri; dan (c) gambaran realitas di luar konteks penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 2 tahap penelitian, yaitu tahap persiapan penelitian dengan menyiapkan paradigma tentang penelitian yang ingin diteliti. Setelah menyiapkan paradigma penelitian, peneliti membuat pedoman wawancara. Pedoman wawancara berisi tentang pertanyaan-pertanyaan berdasarkan aspek dari penelitian yang akan ditanyakan kepada subjek. Selanjutnya, peneliti mencari subjek yang sesuai dengan karakteristik subjek penelitian. Untuk itu, sebelum wawancara dilaksanakan peneliti bertanya kepada subjek tentang kesiapannya untuk diwawancarai. Pada tahap pelaksanaan penelitian peneliti harus membuat kesepakatan dengan subjek mengenai waktu dan tempat yang akan dilaksanakan wawancara berdasarkan pedoman wawancara yang sudah dibuat sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif yang menguji validitas dan reliabilitas itu adalah diri peneliti sendiri, karena langsung juga sebagai *human instrument*. Hal ini seperti dinyatakan oleh Sugiyono (2013) bahwa validasi peneliti sebagai instrumen penelitian itu meliputi: evaluasi diri tentang kedalaman pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan teori dan wawasan masalah yang sedang diteliti, kesiapan dan bekal memasuki lapangan.

Data yang telah dikumpulkan peneliti di cek keabsahannya untuk dikenali validitasnya. Pengecekan data untuk memperoleh kebenaran pada penelitian kualitatif dilakukan dengan Triangulasi. Triangulasi merupakan metode sintesa data terhadap kebenarannya dengan metode pengumpulan data lain atau berbagai paradigma triangulasi. Triangulasi mencari dengan cepat pengujian data yang sudah dalam memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia. Dengan cara menguji informasi dengan mengumpulkan data melalui meroda berbeda,



oleh kelompok berbeda dan dalam populasi berbeda, penemuan mungkin memperlihatkan bukti penetapan lintas data, mengurangi dampaknya dari penyimpangan potensial yang bisa terjadi dalam satu penelitian tunggal.

#### 4. HASIL PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 6 (enam) orang sebagai sumber data utama, keenam subjek ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, subjek yang dipilih memiliki karakteristik berupa wirausaha di kota Semarang, sebagai wirausaha dalam bentuk pakaian jadi. Teknik ini digunakan agar sampel yang dijadikan subjek penelitian. Teknik ini digunakan agar sampel yang dijadikan subjek penelitian sesuai dengan kriteria dan tujuan dari penelitian ini, penelitian ini juga menggunakan metode wawancara semi- struktur, yaitu peneliti mengajukan pertanyaan yang telah disediakan sebelumnya untuk di tanyakan kepada subjek.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari etnis Jawa, bahwa pada subjek pertama memiliki beberapa sikap dalam berwirausaha seperti, etos kerja yang kuat, menghindari konflik, menerima segala sesuatu dengan tulus (nrimo/nrima), memprioritaskan kekeluargaan (tuna satak bathi sanak), memandang pekerjaan mereka sebagai cara untuk mendapatkan berkah (laku tirakat), serta memberi maksimal upaya dalam melakukan pekerjaan mereka (panggautan gelaring pambudi). Serta pada subjek kedua, menunjukkan bahwa memiliki sikap dalam berwirausaha, serta dalam menjelaskannya dengan sangat detail dan jelas. Tercermin pada kutipan kalimat sebagai berikut :

*“Saya teringat kalimat chairul tanjung, seorang pengusaha harus optimis seperti kue donat, orang optimis akan mendapat kuenya sementara orang pesimis akan mendapat bolongnya, maka dari itu setiap usaha yang saya jalani, saya jalani dengan tekun ikhlas, ketuntungan sedikit sedikit asal konsisten dan tidak rugi, saya harus ramah dan sabar dengan konsumen, konsumen itu kan berbeda ad yang baik, ada yang judes, ya sabar aj, buat mereka nyaman dengan kita supaya dia nanti balik lagi. Beli lagi di toko saya”*

Berdasarkan pernyataan subjek diatas, dapat dicermati bahwa makna kewirausahaan pada etnis Jawa adalah sabar, ikhlas menerima, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen secara kekeluargaan. Hasil penelitian yang didapatkan dari etnis Tionghoa, pada subjek ketiga memiliki beberapa sikap dalam berwirausaha seperti sikap hemat, kemandirian, tekun, solidaritas keluarga, keberanian, kepercayaan, kejujuran, kesabaran, adanya perhatian, sikap yang sabar serta memiliki sopan santun dalam bersikap serta fokus dan teliti. Subjek keempat menunjukkan bagaimana bersikap yang baik kepada pelanggan, subjek menjelaskan bagaimana sikap yang baik sebagai wirausaha, memiliki sikap dapat dipercaya, adanya perhatian, sopan santun, tekun, penting-nya pendidikan, fokus serta kestabilan emosi dalam menjalankan usaha. Hal ini dapat tercermin pada kutipan kalimat berikut:

*“Yang harus jujur tidak hanya konsumen tapi kami pedagang harus jujur, ambil barang 1 saya kirim 1, jika ambil barang 2 saya kirim 1 namanya saya membohongi konsumen. Ketika orang sudah percaya, biasanya terus menerus dia akan ambil barang dari kami. Kejujuran dan kepercayaan sangat penting, tapi biar nggak mudah di bohongi orang, setidaknya kami perlu memiliki dasar berwirausaha, usaha itu juga butuh ketelitian. Modalnya dasarnya salah satunya dengan sekolah.”*

Berdasarkan pernyataan subjek diatas, dapat dicermati bahwa makna kewirausahaan pada etnis Tionghoa adalah dapat dipercaya agar mendapat kepercayaan dari pelanggan, serta bersifat rajin dan jujur, teliti. Bagi mereka dasar pengetahuan tentang berwirausaha penting. Lain dengan hasil penelitian yang didapatkan dari etnis Madura, pada subjek kelima memiliki sikap dalam berwirausaha seperti percaya diri, ulet, gigih dan pantang menyerah. Tidak berbeda dengan subjek keenam, yang menunjukkan bahwa ia rajin, bersemangat, dan kerja keras.



*“Saya ini hanya lulusan SMA, usaha dengan bermodal sedikit, saya beranian diri dan nekat merantau ke sini untuk cari pangan. Insya Allah, gusti Allah kasih jalan bagi orang yang mau usaha, kerja keras, dan pantang menyerah. Rejeki sudah ada yang atur, saya percaya siapa yang mau berdagang/bekerja dia pasti akan dapat hasilnya. Kerja yang ulet, Namanya usaha kadang di atas, kadang di bawah, jadi jangan cepat menyerah, pasti tidak ada yang mulus-mulus saja”.*

Berdasarkan pernyataan subjek diatas, dapat dicermati bahwa makna kewirausahaan pada etnis Madura adalah percaya diri, ulet, gigih, kerja keras. Pembahasan diatas, menunjukkan dengan jelas makna kewirausahaan dari setiap etnis dalam berwirausaha. Bagaimana cara menghadapi persaingan pasar, mengelola keuangan, menjalin relasi, menghindari konflik, keikhlasan, kejujuran, motivasi berprestasi, sampai hal dalam berdoa untuk usaha. Namun persamaan juga dapat dilihat dari setiap etnis diatas yakni semangat yang tinggi, pantang menyerah dan optimis dalam berwirausaha.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui makna kewirausahaan pada masing- masing etnis yang berbeda, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya perbedaan makna kewirausahaan pada tiap-tiap etnis, Pada etnis Jawa terdapat juga makna kewirausahaan seperti etos kerja yang kuat, menghindari konflik, menerima segala sesuatu dengan tulus (yang disebut nrimo atau nrima), memprioritaskan kekerabatan (tuna satak bathi sanak), memandang pekerjaan mereka sebagai cara untuk mendapatkan berkah (laku tirakat), dan juga memberi maksimal upaya dalam melakukan pekerjaan mereka (panggautan gelaring pambudi). Pada etnis Tionghoa terdapat makna kewirausahaan seperti adanya perhatian, fokus dapat dipercaya, kerja keras, berhemat, solidaritas keluarga, pendidikan, dan kebajikan atau moral etika, kestabilan emosi, ketelitian, keberanian, serta kejujuran. Pada etnis Madura juga terdapat makna kewirausahaan yaitu percaya diri, bersemangat, kerja keras, gigih, ulet, berambisi. Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, etnis Jawa dan Madura lebih banyak membangun usahanya sendiri, sedangkan etnis tionghoa memiliki usaha yang turun temurun.

Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, etnis tionghoa lebih memilih untuk tetap menutup tokonya tepat waktu sesuai jadwal meskipun terkadang masih ada pelanggan yang datang, sedangkan wirausaha etnis Jawa dan Madura memilih untuk tetap melayani pelanggan walaupun sudah lewat dari waktu tutup yang dijadwalkan. Selain perbedaan, ada pula persamaannya, tiap-tiap etnis dalam memaknai kewirausahaan, yaitu melayani konsumen dengan ramah, sopan santun dan memiliki sikap dalam wirausaha yang optimis. Wirausahawan pada dasarnya saling ingin hasil yang terbaik dan sukses mereka disiplin dalam menjalankan bisnis, konsiten dan memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan usahanya. Setiap usaha harus dijalankan dengan kejujuran. Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, wirausaha etnis tionghoa dan wirausaha etnis pribumi samasama memiliki kejujuran yang tinggi, mereka bertanggung jawabkan produk yang dijual, tidak hanya pada menjamin setiap produk yang disalurkan kepada konsumen dalam keadaan yang layak dan tidak melanggar hukum, tetapi juga siap menerima komplain berupa pengembalian barang bilamana barang yang diterima oleh konsumen rusak atau tidak layak untuk digunakan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, Khofifatu Rohmah. 2020. Internalisasi Nilai-Nilai Kewirausahaan Etnis Madura. 5 (1): 1–9.
- Andri, N., Ronauli, P. T., & Riyanti, B. P. 2019. Psychological Capital and Business Success of Chinese, Minangnese, and Javanese Entrepreneurs. *International Research Journal of Business Studies*, 157-166.
- BPS Kota Malang. 2019. Kota Malang Dalam Angka tahun 2019. Malang: Badan Pusat Statistik



- Creswell, J. W. 2018. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches. 5th Edition*. California: Sage
- Djakfar, Muhammad. (2009). *Anatomi Pelaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*. Malang: UIN Malang Press
- Efendi. 2021. Mengenal Apa Itu Budaya, Adat dan Kelompok Etnis. Dapat di akses melalui: <https://tirto.id/mengenal-apa-itu-budaya-adat-dan-kelompok-etnis-gakM>
- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods Ins Social Research*, Mc Graw Hill, New York
- Elvinawanty et all. 2020. Makna Kewirausahaan Pada Etnis Melayu, Etnis Jawa, Etnis Tionghoa, dan Etnis India di Kota Medan . *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)* . Vol. 1 (No. 3) : 174-181
- Faraby, Muhammad Ersya. 2016. “Etos Kerja Islam Masyarakat Etnis Madura.” *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I* 3 (1): 21–38. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v3i1.3095>.
- Hartono, Mudji. 2010. Migrasi orang-orang madura di Ujung Timur Jawa Timur: Suatu Kajian Sosial Ekonomi. *ISTORIA*. Volume VIII BNomor 1 September 2010
- Milanda Indri., Putri Rahma., dan Putra Zeri I. 2018. Anekaragam Kearifan Lokal dalam Berbagai Kelompk Etnik Lokal di Indoenesia.
- Moleong, Lexy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif.. Edisi Revisi*: Bandung: PT Remaja Rosdakarya (PODES Kota Malang. 2018) Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Rifai, Mien Ahmad. 2007. *Manusia Madura*. Yogyakarta: pilar media
- Sapir, P., Wasiti, H., & Hermawan, A. 2014. Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasih Kearifan Lokal Untuk Penguatan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* , 80-91.
- Seng, A. W. 2006. *Rahasia bisnis orang cina*. Jakarta: Mizan Publika.
- Setiyadi, D. B. P. 2012. Pemahaman kembali local wisdom etnik Jawa dalam tembang macapat dan pemanfaatannya sebagai media pendidikan budi pekerti bangsa. *Magistra*, 24(79), 71-76.
- Setyawan, Surya. 2005. Konteks Budaya Etnis Tionghoa Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Universitas Maranatha. Vol. 9, No. 2 <https://doi.org/10.23917/benefit.v9i2.1212>
- Soegoto, E. S. 2010) *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudaryono, d. 2013. *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)*. Surakarta : Sebelas Maret Press.
- Usman, Abdul Rani. 2009. *Etnis Cina Perantauan Aceh*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.