



**PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PEDAGANG ETNIS
CINA DAN PEDAGANG ETNIS JAWA DI PASAR YAIK
PERMAI SEMARANG**

skripsi

disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Jurusan Psikologi

oleh
Dian Mega Maharani
1550407029

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2013**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Januari 2013

Dian Mega Maharani
NIM. 1550407029

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "*Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang*" ini telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh derajat Sarjana Psikologi pada hari Jum'at 18 Januari 2013.

Panitia:

Ketua

Sekretaris

Drs. Hardjono, M. Pd
NIP. 195108011979031007

Liftiah, S.Psi, M.si
NIP. 196904151997032002

Penguji Utama

Amri Hana, M, S.Psi, M.A.
NIP. 197810072005011003

Penguji / Pembimbing I

Penguji / Pembimbing II

Dr. Edy Purwanto, M.Si.Rahmawati Prihastuty, S.Psi,M.Psi
NIP. 1963012119870311001NIP. 197905022008012018

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. “Tidak semua orang memiliki bakat, tetapi setiap manusia bisa membentuk karakter, dan karakter yang kuat akan mengalahkan bakat.” (Hitam Putih)
2. “Kemiskinan adalah kerangka berpikir sedangkan tidak punya uang adalah kondisi sementara” (Dian Mega)

Persembahan,

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT
2. Orang tuaku dan keluargabesarku yang selalu memberikan do'a dan dukungan.
3. Adikku tersayang
4. Kekasihku tersayang
5. Semua sahabatku di Psikologi angkatan 2007.
6. Almamaterku Jurusan Psikologi UNNES

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul "Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang" dapat diselesaikan.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari partisipasi dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. Hardjono, M.Pd, Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
2. Prof. Dr. Haryono, M.Psi, Pembantu Dekan Bidang Akademik, atas ijin penelitian yang telah diberikan.
3. Dr. Edy Purwanto, M.Si, Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
4. Dr. Edy Purwanto, M.Si sebagai pembimbing I yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan petunjuk serta arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Rahmawati Prihastuty, S.Psi, M.Si sebagai pembimbing II yang dengan sabar dan ikhlas membimbing serta memberi petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kemis.SH. sebagai Kepala Pasar Rayon Johar yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Pasar Yaik Permai Semarang.

7. Bapak Suhartoko sebagai staff administrasi di pasar Rayon Johar yang telah memberikan arahan dan bantuan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian
8. Dosen-dosen psikologi dan staff karyawan di Jurusan Psikologi yang telah memberikan bantuan, serta ilmu dan pengetahuannya selama ini.
9. Bapak, ibu, mamah, mbah putri, mbah kakung, buk Rus, bulik Hartini tercinta yang senantiasa mengiringi langkah penulis dengan memberikan do'a, nasihat-nasihat, kasih sayang serta semangat yang telah tercurah.
10. Teman-teman Psikologi UNNES 2007 dan 2008 khususnya Neti, wulan, Yeni, Dinta, Pundani, Hotlan, Wendy, Fuad, Yudi, Ratri, Dina, Naily, Aldo, Bayu, Bintoro dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Kalian telah mengisi hari-hari saya dengan berjuang bersama, susah senang, suka duka kita hadapi bersama. Semua kisah indah ini akan tetap terkenang sepanjang masa. *Wish we luck, ganbatte.*
11. Mas Tiyan yang selalu ada disaat saya membutuhkan dukungan, dan selalu memberikan semangatnya.
12. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian, semoga karya ini bermanfaat.

Semarang, Januari 2013

Penulis

ABSTRAK

Maharani, DianMega. 2012. *Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang*. Skripsi. Jurusan Psikologi. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Semarang. Amri Hana. M, S.Psi, M.A, Drs.Edy Purwanto.M.Si dan Rahmawati Prihastuty, S.Psi, M.Si.

Kata Kunci: perilaku kewirausahaan, pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa, selain itu untuk mengetahui perbedaan perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa di pasar Yaik Permai Semarang.

Jenis penelitian ini adalah komparasional. Variabel diskrit dalam penelitian ini adalah etnis Cina dan etnis Jawa. Variabel tergantung dalam penelitian ini yaitu perilaku kewirausahaan. Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar Yaik Permai Semarang dengan jumlah 80 pedagang konveksi, yang terdiri dari 40 pedagang etnis Cina, 40 pedagang etnis Jawa yang ditentukan menggunakan tehnik *incidental sampling*. Perilaku kewirausahaan diungkap dengan menggunakan skala yang terdiri dari 56 aitem. Uji validitas menggunakan teknik *product moment* yang akhirnya diperoleh 49 aitem valid, sedangkan reliabilitasnya menggunakan rumus *alpha* yang mempunyai nilai reliabilitas sebesar 0,912. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji coba t (T-test).

Hasil penelitian terhadap 40 responden pedagang etnis Cina dan 40 pedagang etnis Jawa menunjukkan secara klasikal prosentase pedagang etnis Cina sebesar 75,50% tergolong dalam kriteria tinggi. Sedangkan pedagang etnis Jawa sebesar 70,23% tergolong dalam kriteria sedang. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai sig untuk tiap-tiap test $>1\%$ dengan demikian dapat dikatakan data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sig = 0.000 dengan t-hitung = 3.798. Karena nilai sig $<1\%$, maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.

Dari hasil penelitian diperoleh simpulan: 1) Perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berada pada kategori tinggi sementara untuk perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang; 2) Terdapat perbedaan perilaku kewirausahaan antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa hal ini dimungkinkan terjadi karena etnis Cina mempunyai budaya disiplin dan etos kerja yang tinggi. Berdasarkan hasil kesimpulan dapat disarankan: Sebaiknya para pedagang dari etnis Jawa lebih meningkatkan perilaku kewirausahaan terutama menyangkut tanggung jawab karena pada aspek bertanggung jawab memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan aspek lain. Dengan tanggung jawab yang tinggi maka kelangsungan hidup suatu usaha dapat dipertahankan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Kewirausahaan	15
2.1.1 Pengertian Perilaku Kewirausahaan.....	15
2.1.2 Faktor-faktor Perilaku Kewirausahaan	19

2.1.3	Aspek-aspek Perilaku Kewirausahaan	25
2.2	Proses Kewirausahaan	28
2.3	Tujuan dan Manfaat Kewirausahaan	30
2.4	Kendala dan Resiko Kewirausahaan	33
2.5	Penyebab Kegagalan Berwirausaha.....	36
2.6	Pedagang Etnis Cina dan Jawa.	41
2.6.1	Pengertian Etnis	41
2.6.1.1	Etnis Cina.....	41
2.6.1.2	Etnis Jawa	44
2.7	Perbedaan Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang	49
2.8	Kerangka Berpikir	53
2.9	Hipotesis	54
BAB 3 METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	55
3.2	Variabel Penelitian	56
3.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian.....	56
3.2.2	DefinisiOperasional Variabel Penelitian.....	57
3.2.3	Perbedaan Antar Variabel	58
3.3	Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1	Populasi.....	59
3.3.2	Sampel.....	60
3.4	Metode dan Alat Pengumpul Data.....	60

3.5	Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.5.1	Validitas	65
3.5.2	Reliabilitas	67
3.6	Analisis Data	68
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Persiapan Penelitian.....	70
4.1.1	Orientasi Kancah Penelitian.....	70
4.1.2	Proses Perijinan.....	71
4.2	Penyusunan Instrumen.....	72
4.3	Pelaksanaan Penelitian	74
4.3.1	Pengumpulan Data	74
4.3.2	Pelaksanaan Skoring	75
4.4	Analisis Deskriptif.....	75
4.4.1	Deskriptif Variabel Penelitian	76
4.4.1.1	Gambaran Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina.....	76
4.4.1.2	Gambaran Spesifik Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina Ditinjau Dari Aspek	78
4.4.1.3	Gambaran Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa	94
4.4.1.4	Gambaran Spesifik Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa ditinjau Dari Aspek	95
4.5	Hasil Penelitian	112
4.5.1	Hasil Uji Asumsi.....	112
4.5.1.1	Uji Normalitas.....	112

4.5.1.2 Uji Homogenitas	113
4.5.1.3 Uji Hipotesis	114
4.5.2 Uji Perbedaan T-test.....	114
4.6 Pembahasan.....	116
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	125
5.2 Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	130

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Blue Print Skala Perilaku Kewirausahaan	63
3.2. Kategori Jawaban dan Skor Skala Perilaku Kewirausahaan.....	63
3.3. Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Kewirausahaan.....	65
3.4. Hasil Reliabilitas Variabel Perilaku Kewirausahaan	67
4.1. Penggolongan Kriteria Analisis Berdasar Mean Hipotetik.....	75
4.2. Distribusi Frekuensi Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina.....	77
4.3. Distribusi Frekuensi Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Cina	79
4.4. Distribusi Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Cina	81
4.5. Distribusi Frekuensi Aspek Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Cina.....	83
4.6. Distribusi Frekuensi Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Cina.....	85
4.7. Distribusi Frekuensi Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Cina.....	87
4.8. Distribusi Frekuensi Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Cina.....	89
4.9. Distribusi Frekuensi Aspek Menilai Prestasi lebih Tinggi Daripada Uang.....	91
4.10. Ringkasan Penjelasan Deskriptif Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina.....	92
4.11. Distribusi Frekuensi Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa	94
4.12. Distribusi Frekuensi Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Jawa	96
4.13. Distribusi Frekuensi Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Jawa.....	98
4.14. Distribusi Frekuensi Aspek Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Jawa	100
4.15. Distribusi Frekuensi Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Jawa	102
4.16. Distribusi Frekuensi Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Jawa	104
4.17. Distribusi Frekuensi Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Jawa	106
4.18. Distribusi Frekuensi Aspek Menilai Prestasi lebih Tinggi daripada Uang Pedagang Etnis Jawa	108
4.19. Ringkasan Penjelasan Deskriptif Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa	110
4.20. Hasil Uji Normalitas	113
4.21. Hasil Perhitungan Uji Perbedaan T-test.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Model Kerangka Berpikir Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa	53
3.1. Bagan Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa	59
4.1. Diagram Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina	77
4.2. Diagram Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Cina.....	79
4.3. Diagram Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Cina	81
4.4. DiagramAspek Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Cina.....	83
4.5. Diagram Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Cina	85
4.6. Diagram Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Cina	87
4.7. Diagram Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Cina	89
4.8. Diagram Aspek Menilai Prestasi Lebih Tinggi Daripada Uang Pedagang Etnis Cina	91
4.9. Diagram Ringkasan Tujuh Aspek Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina.....	93
4.10. Diagram Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa	94
4.11. DiagramAspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Jawa.....	96
4.12. Diagram Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Jawa.....	98
4.13. Diagram Aspek Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Jawa	100
4.14. DiagramAspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Jawa	102
4.15. Diagram Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Jawa.....	104
4.16. Diagram Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Jawa	106
4.17. DiagramAspek Menilai Prestasi Lebih Tinggi Daripada Uang Pedagang Etnis Jawa.....	109
4.18. Diagram Ringkasan Tujuh Aspek Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa	111
4.19 Diagram Perbedaan Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.....	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrumen Penelitian	130
2. Tabulasi Aitem Skala Perilaku Kewirausahaan	138
3. Tabulasi Aitem Valid	142
4. Hasil Uji Validitas.....	145
5. Hasil Uji Reliabilitas	152
6. Hasil Uji Homogenitas	154
7. Hasil Uji Normalitas	156
8. Hasil Uji T-Test	158
9. Surat Permohonan Ijin Penelitian	160
10. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	162

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Etnis di Indonesia memiliki keanekaragaman yang diakui, Kebudayaan masing-masing etnis memberikan khas dan kekuatan dalam beridentitas. Indonesia dikenal memiliki banyak jumlah penduduk, baik warga negara asing seperti Eropa, Cina, Arab, India dan sebagainya. Masing-masing dari tiap etnis memiliki perilaku budayanya sendiri yang hidup berkembang dengan wajar dan alamiah dalam bentuk-bentuk yang spesifik.

Etnis Cina memiliki elemen-elemen budaya yang berbeda dengan budaya pada etnis Jawa. Masing-masing etnis memegang warisan budaya dan perilaku sosial yang unik yang diwariskan dari generasi ke generasi yang pada akhirnya menimbulkan perasaan identitas kelompok, seperangkat nilai, kepentingan politik, ekonomi, dan pola-pola perilaku yang tidak sama diantara kedua kelompok etnis ini.

Di pulau Jawa sendiri tentunya etnis Jawa yang mendominasi, sedangkan etnis yang berasal dari kebudayaan asing yang mendominasi adalah etnis Cina. Keberhasilan etnis Cina dalam berwirausaha tak lepas dari etos kerjanya yang tinggi, keberanian mereka dalam berwirausaha sudah tidak diragukan lagi, etos kerja yang tinggi, kemauan untuk berspekulasi, dan berinventasi mendukung kemampuan etnis Cina dalam berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan Riyanti (2003) menemukan bahwa semakin lama seseorang menjalankan suatu usaha (*entrepreneurial age*), semakin banyak pengalaman yang ia peroleh, sehingga semakin mampu dia mengelola usaha dengan berhasil. Etnis Cina yang sudah sejak dini dan turun temurun “bergulat” dengan dunia wirausaha akan mempunyai pengalaman yang lebih dalam mengelola usahanya, hal ini yang meningkatkan prosentase kesuksesan wirausahawan dari etnis Cina.

Budaya Jawa tampaknya tidak mendukung pola kebudayaan perilaku berwirausaha. Beberapa karakteristik yang menggambarkan rendahnya spirit kewirausahaan adalah ketidakpercayaan pada diri sendiri, kurang sifat disiplin, sifat mentalitas yang seakan mengabaikan tanggung jawab. Sifat-sifat yang muncul sesudah revolusi pun menambah lemahnya nilai prestasi pada orang Jawa (Soemardjan dalam Setyorini, 2008: 28).

Tumoro (Susetyo, 2006) mengungkapkan bahwa seiring dengan perkembangan jaman nilai-nilai budaya Jawa yang mendasari tiap gerak perilaku orang Jawa telah mulai ditinggalkan oleh orang Jawa sendiri. Pendapat ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Susetyo (2006). Penelitian ini menyimpulkan bahwa sejumlah nilai-nilai Jawa nampaknya mulai meluntur ataupun ditinggal, yaitu sifat *nrimo*, menerima keadaan apa adanya dan sifat pasrah. Mulai mudarnya beberapa nilai Jawa nampaknya lebih disebabkan faktor akulturasi budaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Susetyo (2010: 167) mengatakan bahwa orang Cina menurut pandangan orang Jawa, orang Cina tidak mampu

bersosialisasi dengan lingkungan sekitar, bersikap individual, kurang bertenggangrasa, egois, dan lebih mementingkan dirinya sendiri. Adapun salah satu aspek yang mempengaruhi seseorang dalam berwirausaha adalah keluwesan bergaul, dengan sifat yang dimiliki oleh orang Cina seperti di atas kemungkinan kurang mendukung untuk menjalani wirausaha.

Orang Jawa dianggap memiliki sifat malas bekerja, bergaya hidup santai, boros, mudah puas dengan apa yang dicapai, ceroboh dan mudah putus asa ketika mendapatkan kesulitan, tetapi di sisi lain orang Jawa memiliki sifat mudah bergaul, bersikap sopan, suka gotong-royong, setia kawan dan toleran. Dari uraian tersebut ada beberapa sifat yang dimiliki oleh orang Jawa yang mendukung terbentuknya perilaku kewirausahaan sebaliknya ada sifat yang dimiliki oleh orang Jawa yang tidak mendukung terbentuknya perilaku kewirausahaan.

Menurut sistem nilai moral Cina, seorang karyawan diharap sebagai pengikut, penurut dan sering kali sebagai seorang yang tidak perlu melakukan banyak pertanyaan. Seorang pemimpin dianggap segalanya, paling pandai dari suatu kelompok. Perilaku yang otoriter diharapkan datang dari atasan sedangkan bawahan hanya bersifat pasif saja. Menurut Chan dan Moore (Daryono, 2007: 303) menjelaskan, sikap masyarakat Cina terhadap lingkungan cenderung menerima daripada berusaha mengubahnya.

Hendry dan Fye (Daryono, 2007: 303) masyarakat Cina bukan masyarakat yang mudah terpancing dalam mengambil keputusan. Searah dengan penelitian Hana (Daryono. 2007: 303) menurutnya pedagang keturunan Cina mayoritas di Jawa tidak menyukai konsultasi dengan atasan, tetapi lebih suka

menggunakan kemampuannya sendiri. Hal itu wajar mengingat pedagang keturunan Cina sebagai minoritas dan sering kali mendapat perlakuan yang berbeda, itu menjadikan mereka dalam bertindak lebih mempercayai kemampuannya pribadinya.

Landasan utama akan sikap tersebut nampaknya berkaitan erat dengan pandangan atas harga diri dari kehidupan masyarakat Cina. Masyarakat Cina menurut Chan, akan merasa terhina bila diganggu kehormatannya. Norma kehidupan yang dianut masyarakat Cina adalah berdasarkan kekeluargaan dan hubungan antarpribadi yang saling ketergantungan satu sama lain. Eksistensi individu dalam masyarakat Cina harus dihargai dan dihormati. Kondisi tersebut memberi konsekuensi bahwa jenjang hierarki sebagai lambang kehormatan menentukan tanggung jawab seseorang.

Menurut hasil penelitian Hana (Daryono, 2007: 304) bahwa pedagang keturunan Cina cenderung bersikap mencari dan mengendalikan lingkungan seperti budaya Barat. Dalam budaya Cina hubungan kerjasama selalu didasarkan pada kekeluargaan, perdagangan yang dibangun oleh keluarga-keluarga Cina berdasar kepercayaan pribadi atau *guanxie* yang berarti ikatan manusia bersifat pribadi, khas, dan non-ideologis, tetapi berdasar atas kesamaan identitas. Kesamaan tersebut akan lebih diprioritaskan di lingkungan keluarga, marga, dan atau keturunan dalam Cinanya baru kemudian kearah kesamaan yang lain misalnya agama atau daerah. Sikap-sikapnya tersebut menjadi spontanitas etos kerjanya, termasuk dalam dagangnya melekat secara turun temurun. Sikap-sikap tersebut berkaitan erat dalam menghadapi masalah.

Pedagang Cina menurut Hana (Daryono, 2007:306) memiliki kecenderungan etika utilitarianisme yang tinggi. Menurut Luthans (dalam Daryono, 2007:306) etika utilitarianisme ideal adalah suatu bentuk etika yang menekankan pada konsekuensi atau suatu bentuk tindakan yang dapat dinilai dengan mempertimbangkan aspek yang lebih luas, seperti nilai internal manusia serta hubungan teman serta pengetahuannya.

Para pedagang keturunan Cina menilai lembaga, hukum konsistensi dalam prinsip, serta kebiasaan dianggap cukup penting dalam dagangnya terhadap masyarakat. Disimpulkan bahwa pedagang Cina cenderung bersifat maskulin, artinya tindakan-tindakannya lebih rasional dan atau lebih diperhitungkan untung rugi dalam menilai suatu konsekuensi dari tindakannya tersebut. Budaya dagang orang Cina dan orang Jawa memiliki pandangan yang cenderung sama, yaitu kedua-duanya adalah cara untuk berusaha menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, konsumen, pemasok, pimpinan dan lingkungannya.

Situasi keputusan pemasaran yang penuh resiko karena persaingan dagang, yaitu masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar antarpembeli dan pemasok, persaingan diantara pesaing yang sudah ada. Tetapi dalam keadaan nyata pemasaran para pedagang pribumi asli (Jawa) cenderung bersikap mengajak para pendatang baru untuk bekerja sama, sedangkan para pedagang keturunan Cina cenderung untuk melakukan kemampuannya secara optimal tanpa melakukan kerjasama. Hal ini bisa terjadi karena dalam suatu pertukaran kerja sama dibutuhkan ikatan sosial jangka panjang, mungkin hal itu dinilai relatif dianggap lebih berat oleh pedagang keturunan Cina yang

mendasarkan kepada hutang budi secara moral sulit dibayar dan dilupakan. Tetapi ini terlihat berbeda dengan kenyataan yang ada bahwa pedagang etnis Cina mulai melakukan kerja sama dalam menjalankan usahanya, pedagang etnis Cina mempunyai beberapa karyawan walaupun pedagang etnis Cina tetap mengawasi secara langsung usaha yang dijalankan.

Dikaitkan dengan hal itu resiko, bagi pedagang etnis Jawa nampak memiliki penilaian bahwa resiko dapat disesuaikan atau dikurangi melalui kerja sama, sebaliknya bagi pedagang etnis Cina menilai hal itu tanpa harus kerja sama, dalam arti kata lebih berani menanggung resiko sendiri tanpa melibatkan pihak lain atau dengan menggunakan cara lain, misalnya dengan mengendalikan sendiri dan efisiensi dalam hal waktu dan dana atau sumber daya lainnya.

Mencermati dari penjelasan tersebut, mengimplikasikan etos dagangnya pedagang etnis Cina lebih cenderung kedalam logalisme etik sebagaimana teori tradisional. Motivasi dalam dagang etnis Cina cenderung tidak ke dalam etika kemalasan atau lebih sesuai semangat yang tinggi.

Indonesia sebagai negara berkembang masih banyak menggantungkan diri pada negara-negara maju, terutama dalam hal ekonomi. Setiap krisis-krisis yang terjadi pada Negara maju akan berdampak lebih besar bagi krisis perekonomian Indonesia. Melonjaknya harga minyak dunia hingga 100 Dolar per barel dan macetnya kredit properti di Amerika Serikat menyebabkan perekonomian di Indonesia carut-marut. Di tengah ekonomi Indonesia yang sedang dalam masa pemulihan dari krisis ekonomi pada tahun 1997 guncangan ekonomi dunia kembali memberi dampak yang cukup besar bagi pemulihan ekonomi di

Indonesia. Semua ini banyak berdampak bagi berkembangnya dunia usaha di Indonesia, banyak perusahaan gulung tikar dan investor asing pun enggan menanamkan modal di Indonesia, bahkan di masyarakat pun muncul argument bahwa yang kaya semakin kaya dan yang miskin akan semakin miskin.

Survey yang dilaksanakan Balai Pusat Statistik pada tahun 2009 tentang kemiskinan di Jawa Tengah menunjukkan hasil bahwa 17,72% dari total penduduk Jawa Tengah ternyata miskin. Tingginya presentase kemiskinan ini menunjukkan bahwa keluar dari jurang kemiskinan bukanlah hal yang mudah. Di tengah carut-marutnya perekonomian di Indonesia usaha kecil dan menengah menjadi penopang perekonomian. Hancurnya industri skala besar bukanlah hambatan bagi usaha kecil dan menengah. Berdasarkan data BPS 2006 terdapat 19,1 juta unit usaha kecil atau sekitar 77% dari populasi dunia usaha di Indonesia. Hal ini menggambarkan begitu besarnya pengaruh usaha kecil dan menengah bagi jalannya roda perekonomian di Indonesia, 77% dari keseluruhan populasi dunia usaha yang ada di Indonesia bukanlah prosentase yang sedikit, bila 19,1 juta usaha kecil yang ada di Indonesia ini merosot jumlahnya maka Indonesia akan kehilangan soko guru perekonomiannya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sapar (2006) bahwa peran UKM-UKM sangatlah besar. Pertumbuhan wirausaha kecil secara kuantitas berada dalam jumlah yang sangat banyak dan memiliki keunggulan komparatif dalam menyerap tenaga kerja dibandingkan usaha yang lebih besar.

Meskipun begitu besar ancaman bagi eksistensi dunia usaha, namun kondisi ini tidak begitu saja menghancurkan sendi-sendi ekonomi kerakyatan

karena meskipun terengah-engah, para pelaku usaha (wirausaha) tersebut tetap bertahan bahkan jika melihat data yang ada, nampaknya justru mengalami peningkatan. Terlebih dalam sebuah budaya yang menganggap berdagang sebagai pekerjaan yang paling akhir menjadi pilihan seseorang setelah usahanya yang cukup besar untuk menjadi seorang birokrat pada instansi pemerintah maupun menjadi seorang karyawan di sebuah instansi swasta kandas di tengah jalan. Tidak semua orang tertarik dan terjun dalam dunia usaha karena dalam dunia usaha menuntut kemampuan kewirausahaan yang besar (Wardhani, 2007).

Menurut hasil penelitian Maisaroh (2009) menunjukkan bahwa keberhasilan sektor industri banyak ditentukan oleh sikap, perilaku dan nilai-nilai sosial-ekonomi masyarakat yang diadopsi oleh individu-individu didalam komunitas masyarakat dan konteks sosialnya. Kewirausahaan menjadi fakta penting dalam menjawab dunia usaha. Drueker (dalam Wardhani, 2008, 5) menjelaskan kewirausahaan sebagai suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) secara sederhana sering juga diartikan sebagai prinsip atau kemampuan wirausaha. Masuk dalam dunia *entrepreneur* bukanlah sesuatu yang bisa dianggap remeh,

Riyanti (2003: 59) menjelaskan beberapa faktor yang mendukung keberhasilan sebuah usaha kecil yaitu sifat kreatif dan ingin tahu, sifat ingin melakukan yang terbaik, percaya diri, serta berpikir positif dan sabar, dari beberapa penjelasan di atas dapat dilihat bahwa dalam berwirausaha dibutuhkan etos kerja yang tinggi, tanpa etos kerja yang tinggi maka seseorang tak akan bergerak untuk maju menjadi seorang wirausahawan karena orang tersebut tak

memiliki pandangan kedepan hingga seseorang itu mampu menjadi seorang wirausaha.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan seorang wirausaha menurut Sukardi (Riyanti : 2008, 53) mengidentifikasikan sembilan aspek yang unggul dalam berwirausaha, yaitu sifat instrumental, prestatif, keluwesan bergaul, kerja keras, keyakinan diri, swa-kendali, inovatif dan mandiri.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam membentuk perilaku kewirausahaan adalah latar belakang suku (etnis). Daldjoeni (Wardhani, 2007: 8) menyatakan bahwa dalam istilah etnis digunakan untuk membedakan suku dalam suatu bangsa. Etnis adalah kelompok manusia yang memiliki ciri-ciri jasmaniah tertentu yang diperoleh dari keturunan sesuai hukum genetika, tetapi masih memungkinkan adanya variasi antarindividu.

Pasar Yaik Permai merupakan bagian dari Pasar Johar yang merupakan pusat komersial di kota Semarang dirancang oleh Thomas Karsten yang didirikan pada tahun 1975 dan terletak di jalan Agus Salim Kauman Semarang Tengah. Jumlah pedagang yang ada di Yaik Permai yaitu 1066 pedagang, yang terdiri dari 171 pedagang yang menggunakan kios untuk berjualan, 216 pedagang yang berjualan menggunakan los untuk berjualan, dan 679 pedagang yang menggunakan dasaran terbuka untuk berdagang.

Pasar Yaik Permai mempunyai daya tarik yang begitu besar bagi para *entrepreneur* dari berbagai etnis untuk mengeksplorasi kemampuannya. Di sinilah medan perang “bagi para *entrepreneur*, ada yang sanggup bertahan dan ada yang tidak. Unikny setiap tempat yang ditinggalkan oleh *entrepreneur* yang gagal

bersaing tidak akan dibiarkan kosong dalam waktu yang lama, karena *entrepreneur* baru akan segera mengisi kekosongan ini. Mayoritas wirausaha yang ada di pasar Yaik Permai ada di bidang perdagangan, dan sebagian kecil di bidang jasa. Etnis yang dominan di pasar Yaik Permai adalah etnis Cina dan Jawa, sedangkan yang sudah lama ada di pasar Yaik Permai namun tidak begitu besar populasinya adalah etnis Arab dan akhir-akhir ini mulai bermunculan *entrepreneur* dari etnis Padang. Di tengah persaingan yang begitu ketat etnis Cina dan Jawa mampu terus bertahan menghadapi gempuran dari *entrepreneur-entrepreneur* baru, baik itu dari etnis Jawa dan etnis Cina sendiri atau etnis lain seperti etnis Padang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti, pada 9 Juli 2012 terhadap 25 orang pedagang etnis Cina dan 25 orang pedagang etnis Jawa di pasar Yaik Permai. Dari lamanya pedagang tersebut berwirausaha tidak mengalami permasalahan, 60% pedagang telah berjualan lebih dari 30 tahun, 25% pedagang telah berjualan selama lebih dari 10 tahun dan sisanya 15% pedagang berjualan kurang dari 10 tahun. Pedagang etnis Cina dari 25 subjek studi pendahuluan, 22 pedagang membuka tokonya sesuai jam kerja yaitu membuka tokonya mulai pukul 09:00 WIB dan tutup pukul 17:00 WIB, sedangkan 3 sisanya mengatakan membuka tokonya tergantung dan sesuka hati pedagang tersebut. Sedangkan dari 25 subjek pedagang etnis Jawa 17 pedagang yang membuka tokonya sesuai jam kerja yaitu pukul 09:00 WIB dan tutup pukul 17:00 WIB, 8 orang pedagang etnis Jawa mengatakan : ” *sak-sak e mbak, sak longgare kadang jam 8 buka, kadang jam 9, tutup yo kadang jam 16:30 WIB kadang jam 18:00 WIB*”. Hal ini

menggambarkan bahwa kemauan kerja keras pada pedagang etnis Cina lebih banyak dibandingkan pedagang etnis Jawa.

Hasil observasi peneliti terhadap pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa tentang keberanian mengambil resiko, 52% pedagang etnis Cina mengatakan pernah melakukan investasi, sedangkan 48% sisanya pernah mencoba tetapi belum sempat melakukannya karena berpikir akan mengalami kebangkrutan. Hasil observasi pada pedagang etnis Jawa 84% pedagang mengatakan belum pernah melakukan investasi karena takut mengalami kebangkrutan, dan sisanya 16% pedagang etnis Jawa mengatakan pernah melakukan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa keberanian mengambil resiko yang dimiliki oleh pedagang etnis Cina lebih tinggi dibandingkan pedagang etnis Jawa.

Pedagang etnis Cina lebih suka mengelola usahanya sendiri daripada memberikan pengelolaan usahanya pada orang kepercayaan sedangkan etnis Jawa lebih cenderung memberikan kuasa penuh terhadap seorang pegawainya untuk mengelola usahanya, bahkan berdasarkan hasil observasi peneliti 14 dari 25 orang pedagang etnis Jawa sangat jarang berada di lokasi berjualannya, semua proses jual-beli dilakukan oleh para karyawan. Hal ini menunjukkan etnis Cina mempunyai sifat kerja keras yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan etnis Jawa, etnis Cina lebih banyak terlibat dalam situasi kerja, ketika dilakukan wawancara oleh pedagang yang berasal dari etnis Jawa juga mengatakan : *“Asalkan tokonya masih bisa jalan, ya nggak masalah mau ditinggal-tinggal, yang penting nanti kita dan dan karyawan hitung-hitungan hasil penjualan”*.

Terlihat dari hasil observasi peneliti yang melihat banyaknya etnis Cina di pasar Yaik Permai yang cenderung tertutup dan kurang bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya, berbeda dengan etnis Jawa yang banyak berkumpul dengan masyarakat sekitarnya untuk berbincang-bincang atau pergi untuk makan siang bersama-sama. Sedangkan dalam berwirausaha itu dituntut untuk mudah bergaul supaya mengalami keberhasilan dalam berwirausaha.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti perilaku kewirausahaan pada etnis Cina dan etnis Jawa, penelitian ini penting dilakukan karena adanya kesenjangan perilaku kewirausahaan antara etnis Cina dan Jawa di pasar Yaik Permai Semarang. Selain itu penelitian ini dilakukan karena ada penelitian yang mengatakan bahwa budaya Jawa nampaknya sudah mulai mengalami akulturasi, tetapi masih ada penelitian yang mengatakan bahwa budaya Jawa tidak mendukung untuk berwirausaha. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan peluang para pedagang untuk berjualan dan terus mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul, “Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang”.

1.2 Rumusan Masalah

Disesuaikan dengan fenomena yang ada telah diangkat oleh peneliti dalam latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

- 1.2.1 Bagaimana perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa

- 1.2.2 Apakah ada perbedaan perilaku kewirausahaan antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang di tulis peneliti ini bertujuan untuk:

- 1.3.1 Mengetahui gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa
- 1.3.2 Mengetahui perbedaan perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pengetahuan bagi perkembangan ilmu Psikologi pada khususnya psikologi organisasi dan industri dan psikologi sosial pada umumnya.

1.4.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat secara umum dan khususnya para pedagang di Pasar Yaik Permai Semarang tentang betapa pentingnya terbentuknya perilaku kewirausahaan yang kuat dalam mengembangkan usahanya agar mengalami kemajuan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan konsep-konsep pokok yang menjadi dasar pemikiran dalam penelitian ini. Adapun konsep-konsep yang digunakan adalah sebagai berikut :

2.1 Perilaku Kewirausahaan

2.1.1 Pengertian Perilaku Kewirausahaan

Perilaku adalah suatu respons terhadap stimulus yang diterimanya (Walgito, 2002: 10). Perilaku manusia dalam kaitannya dengan lingkungan merupakan tinjauan dari antropologi. Antropologi, khususnya antropologi budaya meninjau perilaku manusia itu tidak dapat lepas dari segi kebudayaan yang melatarbelakanginya (Walgito, 2002: 10).

Chaplin menjelaskan tingkah laku atau perilaku sembarang respon yang dilakukan oleh suatu organisme, secara khusus bagian dari satu kesatuan pola reaksi, satu perbuatan atau aktivitas, satu gerak atau kompleks gerak-gerak. Pengertian perilaku secara luas mencakup segala sesuatu yang dilakukan atau dialami seseorang. Pengertian perilaku secara sempit, perilaku dapat dirumuskan hanya mencakup reaksi yang dapat diamati secara umum atau objektif. Definisi ini tidak memasukkan gejala yang disadari seperti berfikir, merasa, berpendapat, memperhitungkan dan yang semacam itu, terkecuali apabila hal-hal tersebut memang sengaja dipelajari sebagai akibat dari perilaku tadi.

Kata *entrepreneur* adalah padanan dari kata *entrepreneur* dalam bahasa Inggris yang berasal dari bahasa Perancis *entreprendre* yang sudah dikenal sejak abad ke-17. *The Concise Oxford French Dictionary* mengartikan *entreprendre* sebagai *to undertake* (menjalankan, melakukan, berusaha), *to begin* (memulai), dan *to attempt* (mencoba, berusaha).

Kata *entrepreneur* atau wirausaha dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari *wira* berarti gagah, berani, perkasa dan *usaha* berarti bisnis sehingga istilah *entrepreneur* dapat diartikan sebagai orang yang berani atau perkasa dalam usaha atau bisnis (Riyanti, 2003: 2).

Kaitannya dengan perilaku wirausaha, menurut Suryana (2003:1) mengatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumberdaya untuk mencari peluang menuju sukses. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

Setiap tindakan manusia mempunyai tujuan, baik itu disadari maupun tidak disadari, salah satunya adalah perilaku kewirausahaan, terkait dengan perilaku kewirausahaan maka dalam berwirausaha seseorang didorong untuk terus berpikir kreatif dan inovatif untuk menggapai kesuksesan dalam berwirausaha.

Riyanti (2003: 25) menyimpulkan wirausaha adalah orang yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri dan bersedia mengambil resiko pribadi dalam menemukan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan

potensi-potensi dirinya untuk mengenali produk, mengelola dan menemukan cara produksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya.

Menurut Longenecker dkk.(2001:4) mengemukakan bahwa wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan di perekonomian akan datang dari wirausaha. Wirausahawan yang baik adalah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan menurut Geoffrey G. Meredith (Anoraga, 2002: 137). Sedangkan menurut Skinner wirausaha merupakan seseorang yang mengambil resiko yang diperlukan untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis dan menerima imbalan balas jasa berupa profit finansial maupun non finansial.

Menurut Siswanto Sudomo (1989) dalam (Anoraga, 2002: 138) mengatakan bahwa kewirausahaan adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha dan oleh karena itu dapat diartikan sebagai : sifat-sifat khusus yang dimiliki oleh seseorang wirausaha, kemampuan-kemampuan khusus yang dimiliki oleh seorang wirausaha, tindakan atau kegiatan yang dilakukan seorang

wirausaha, dan hasil karya atau dampak tindakan yang dilakukan oleh seorang wirausaha.

Kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif (Suryana, 2003: 10). Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan inovasi adalah bertindak melakukan sesuatu yang baru. Secara estimologis kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam berpikir, kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat dalam menghadapi tantangan hidup.

Menurut ahli ekonomi Prancis J.B. Say dikutip oleh Peter F. Drucker mengemukakan kewirausahaan adalah memindahkan sumber daya ekonomi dari kawasan produktivitas rendah ke kawasan produktivitas yang tinggi dan hasil yang besar. Sesuai dengan Sumarsono (2010 : 4) berpendapat kewirausahaan adalah kemampuan untuk melakukan inovasi agar terjadi pemindahan sumber daya ekonomi dari kawasan produktivitas rendah ke kawasan produktivitas tinggi.

Kewirausahaan adalah sebagai proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko financial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi (Wiratmo, 1996: 2).

Kewirausahaan adalah semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan atau masyarakat dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih

baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas, dan inovasi serta kemampuan manajemen menurut Salim Siagian (Anoraga, 2002: 138).

Sedangkan menurut Zimmerer (2008: 4) mengatakan seorang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan sehingga sumber daya-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas mengenai perilaku dan kewirausahaan maka dapat disimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan adalah reaksi maupun respon positif yang dilakukan oleh individu untuk menciptakan suatu bentuk usaha baru (baik barang maupun jasa) melalui cara-cara yang mandiri, kreatif, inovatif, kerja keras bahkan beresiko agar memperoleh keuntungan supaya kebutuhan hidupnya terpenuhi.

2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Kewirausahaan

Secara garis besar terdapat dua faktor penting yang mempengaruhi kewirausahaan, itu faktor eksternal yang berasal dari luar individu seperti lingkungan keluarga dan masyarakat, sistem pendidikan, dan faktor internal yang berasal dari dalam diri individu seperti faktor fisik dan faktor psikis atau kepribadian. Burgess dan Steinhof (Suryana, 2001: 27) mengemukakan bahwa wirausaha yang berhasil pada umumnya memiliki sifat-sifat kepribadian sebagai berikut:

1. Memiliki kepercayaan diri untuk dapat bekerja keras secara independen dan berani menghadapi resiko untuk memperoleh hasil.
2. Memiliki kemampuan berorganisasi, dapat mengatur tujuan, berorientasi hasil, dan tanggungjawab keras.
3. Kreatif dan mampu melihat peluang yang ada dalam kewirausahaan.
4. Menikmati tantangan dan mencari kepuasan pribadi dalam memperoleh ide.

Steinhof dan Burgess (Suryana, 2003:16) mengemukakan beberapa faktor yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, meliputi:

1. Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas.
2. Bersedia menanggung resiko waktu dan uang.
3. Berencana, mengorganisir.
4. Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya.
5. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja dan yang lainnya.
6. Bertanggungjawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan.

Ada beberapa faktor yang memicu kewirausahaan menurut Zimmerer dan Scarborough (2008 : 20) antara lain :

1. Wirausahawan sebagai pahlawan

Faktor yang tidak terwujud tetapi sangat penting, yaitu sikap orang Amerika terhadap para wirausahawan. Sebagai sebuah bangsa kita telah meningkatkan status mereka sebagai pahlawan dan kita mengikuti mereka sebagai model yang patut ditiru.

2. Pendidikan kewirausahaan

Banyak akademi dan universitas menyadari bahwa kewirausahaan merupakan mata kuliah yang populer. Jumlah mahasiswa yang menginginkan memiliki bisnis sendiri sebagai karier meningkat dengan pesat. Banyak akademi dan universitas kesulitan memenuhi permintaan akan mata kuliah kewirausahaan dan bisnis kecil.

3. Faktor ekonomi dan demografi

Hampir dua pertiga dari para wirausahawan memulai bisnis mereka antara umur 35-44 tahun, dan banyak penduduk bangsa ini masuk dalam kisaran umur ini. Selain itu pertumbuhan ekonomi antara tahun 1980-an dan 1990-an telah menciptakan jumlah kemakmuran yang cukup besar diantara orang-orang dari kelompok umur ini dan berbagai peluang bisnis yang dapat mereka manfaatkan.

4. Pergeseran ke ekonomi jasa

Karena biaya pendirian yang relatif rendah, bisnis jasa telah menjadi sangat populer diantara para wirausahawan. Meledaknya sektor jasa akan terus menyediakan semakin banyak peluang bisnis, dan tidak semuanya bergerak dalam bidang teknologi tinggi.

5. Kemajuan teknologi

Dengan bantuan mesin bisnis modern seperti computer pribadi, laptop, mesin faks, foto kopi, *printer* berwarna, mesin penjawab telepon, dan *voice mail*, seseorang dapat bekerja dirumah layaknya bisnis besar.

6. Gaya hidup bebas

Kewirausahaan cocok dengan orang yang menyukai kebebasan dan kemandirian.

7. *Commerce dan world wide web*

Kemajuan *world wide web* yang merupakan jaringan sangat besar yang menghubungkan computer seluruh dunia melalui internet dan membuka lautan informasi kepada penggunanya telah melahirkan ribuan usaha kewirausahaan. Perdagangan online tumbuh dengan sangat cepat.

8. Peluang Internasional

Bisnis kecil tidak lagi dibatasi oleh batas negara dalam mencari pelanggan. Pergeseran ke ekonomi global yang dramatis telah membuka pintu pada peluang bisnis yang luar biasa bagi wirausahawan yang berkeinginan menguasai seluruh dunia.

Menurut Timmons (1999:220) faktor yang harus dimiliki oleh setiap wirausahawan untuk mencapai keberhasilan dalam berwirausaha antara lain:

1. Komitmen dan determinasi, komitmen dan determinasi adalah faktor yang paling penting dibandingkan dengan faktor yang lainnya. Faktor komitmen dan determinasi ini membuat wirausahawan dapat mengatasi hambatan yang ditemui dan dapat menutupi kelemahan dan kekurangannya dalam berwirausaha. Komitmen penuh dibutuhkan oleh seluruh wirausaha yang memiliki tantangan usaha yang tinggi. Komitmen dan determinasi berwirausaha dapat diciptakan melalui beberapa cara antara lain melalui kesediaan mengambil suatu kesempatan dalam sebuah tantangan, melalui kesediaan mengambil resiko yang ada, dan melalui pengorbanan lain yaitu

berwirausaha mengganggu kehidupan dan hubungan dengan keluarga. Wirausahawan yang sukses memiliki keberanian, disiplin kerja yang tinggi, kerja keras dalam usahanya dan tahan terhadap kesulitan.

2. Kepemimpinan, untuk menjadi wirausahawan yang sukses dibutuhkan banyak pengalaman dalam berwirausaha, pengetahuan yang baik terhadap pasar, memiliki keterampilan dalam mengatur strategi berwirausaha. Wirausahawan yang sukses memiliki ide untuk memulai menggerakkan usahanya dan memiliki kontrol yang baik terhadap dirinya. Wirausahawan yang sukses adalah mereka yang sabar dalam memimpin usahanya dan memiliki kemampuan dalam menerapkan idenya menjadi kenyataan.
3. Ambisi untuk mencari peluang, wirausaha yang berhasil adalah yang selalu memanfaatkan peluang yang ada. Kesungguhan dari wirausahawan dalam menjalankan usahanya ditunjukkan dengan sejauhmana mereka memanfaatkan peluang yang ada. Wirausahawan sukses memiliki kreativitas dalam mengambil peluang yang ada.
4. Menerima resiko, kebimbangan, dan ketidakpastian, wirausahawan yang berhasil bukanlah seorang penjudi yang mengambil keputusan bisnis sesuka mereka. Akan tetapi wirausaha yang berhasil adalah mereka yang membuat keputusan dengan mempertimbangkan resiko berwirausaha. Wirausahawan yang berhasil juga nyaman dan tahan terhadap ketidakpastian bisnis.
5. Kreativitas, percaya diri, dan kemampuan beradaptasi, wirausahawan yang berhasil selalu percaya terhadap kemampuan dirinya sendiri. Wirausahawan tidak takut terhadap kegagalan dan selalu berusaha untuk mencapai

keberhasilan dengan melihat kenyataan yang ada. Wirausahawan sukses memiliki kemampuan untuk menjadikan kegagalan menjadi sebuah pelajaran. Pengalaman kegagalan ini membuat individu mampu mengatasi masalah yang muncul dengan mengatasi masalah yang ada menggunakan cara yang sesuai.

6. Motivasi untuk menjadi unggul, wirausahawan yang berhasil memiliki motivasi untuk menjadi unggul dan lebih baik dibandingkan dengan wirausahawan yang lain. Wirausahawan memiliki keinginan yang tinggi untuk mencapai keberhasilan, mereka memiliki kemampuan dalam memilih dan mengambil peluang dan tahu kapan waktu yang tepat untuk mengatakan tidak terhadap suatu peluang.

Lebih lanjut Purnomo (Handayani, 2007: 23) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *entrepreneurship*, antara lain :

1. Motivasi

Motivasi adalah daya penggerak aktif seseorang yang bersifat instrinsik untuk melakukan suatu tindakan guna untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan, jadi dengan adanya kebutuhan seseorang untuk menjadi *entrepreneur* sukses, maka terbentuklah *entrepreneurship* pada diri *entrepreneur* itu.

2. Minat

Minat merupakan suatu hasrat yang kuat dari seseorang, baik itu disadari atau tidak disadari yang terpuaskan lewat perilaku.

3. Etnis

Perbedaan etnis akan mewarnai tradisi dalam keluarga. Misalnya dalam mendidik anak tentu akan berbeda antara etnis yang satu dengan etnis yang lain.

Ini akan berdampak pula pada sikap dan perilaku anak yang pada akhirnya perbedaan tersebut berdampak pada perbedaan prestasinya.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal yang terdiri antara lain komitmen dan determinasi, kepemimpinan, obsesi terhadap peluang, menerima resiko, kreativitas, percaya diri, dan kemampuan beradaptasi, motivasi untuk menjadi unggul, faktor fisik, faktor psikis atau kepribadian, faktor ketahanan dalam menghadapi tekanan dan faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain lingkungan keluarga, lingkungan sosial, dan etnis, di mana kondisi lingkungan keluarga pada tiap-tiap etnis sangatlah berbeda, lokasi wirausaha, pendidikan.

2.1.3 Aspek-aspek Perilaku Kewirausahaan

Para pakar wirausaha berpendapat bahwa aspek sifat merupakan faktor penting dalam keberhasilan wirausaha (Riyanti, 2003: 33). Dari beberapa pendapat tokoh tentang aspek perilaku kewirausahaan peneliti berusaha mensintesis aspek-aspek perilaku kewirausahaan, antara lain :

1. Mau dan suka berkerja keras

Berusaha selalu terlibat dalam situasi kerja, tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai. Tidak pernah memberi dirinya kesempatan untuk berpangku tangan, mencurahkan perhatian sepenuhnya pada pekerjaan, dan memiliki tenaga untuk terlihat terus-menerus dalam kerja. Penuh semangat dan penuh energi (Sukardi dalam Riyanti 2003: 53, Anoraga, 2002: 142, Riyanti, 2003: 51, Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7).

2. Berani mengambil resiko yang diperhitungkan

Para wirausahawan bukanlah orang-orang yang mengambil resiko secara membabi buta, melainkan orang yang mengambil resiko yang diperhitungkan (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Alma, 2004:39). Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan (Riyanti, 2003:51). Tidak khawatir akan menghadapi situasi yang serba tidak pasti di mana usahanya belum tentu membuahkan keberhasilan. Berani mengambil resiko kegagalan dan selalu antisipasi terhadap kemungkinan-kemungkinan gagal. Segala tindakannya diperhitungkan secara cermat (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53).

3. Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri

Seorang wirausaha akan melakukan kegiatannya dengan penuh optimisme. Jarang terlihat ragu-ragu. Tidak mudah dipengaruhi oleh pendapat dan saran orang lain, akan tetapi pendapat dan saran itu tidak ditolak begitu saja namun dijadikan masukan sebagai pertimbangan, kemudian dapat diputuskan. Para wirausahawan sangat yakin terhadap kemampuan mereka untuk sukses (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53, Alma, 2004: 39, Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Riyanti, 2003: 51).

4. Bertanggung jawab

Para wirausahawan merasakan tanggung jawab pribadi yang amat dalam terhadap hasil atas usaha yang telah mereka mulai. Mereka lebih memilih dapat mengendalikan sumber-sumber daya mereka untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Benar-benar menentukan apa yang harus

dilakukan dan bertanggung jawab pada dirinya sendiri (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Sukardi dalam Riyanti, 2003:53).

5. Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi

Seorang wirausahawan mampu menyesuaikan diri dalam berbagai situasi dan mampu membina kenalan atau relasi baru, aktif bergaul dengan siapa saja (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53, Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7).

6. Berorientasi pada masa depan

Seorang wirausaha memiliki tujuan yang ingin dicapai dan berusaha mewujudkannya. Seorang wirausahawan fokus terhadap kerja, tidak begitu mempersoalkan masalah pekerjaan kemarin, tetapi memikirkan apa yang harus dikerjakan besok (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Riyanti, 2003:51).

Memiliki tujuan dan target yang terencana membuat wirausahawan memiliki motivasi untuk selalu maju dan berpikir ke depan (Alma, 2004: 39). Tidak terpaku pada masa lampau, gagasan-gagasan lama, tetapi berpandangan kedepan dan mencari ide-ide baru (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53).

7. Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang

Salah satu kesalahan konsep yang paling umum mengenai wirausahawan adalah anggapan bahwa mereka sepenuhnya terdorong oleh keinginan menghasilkan uang. Sebaliknya, prestasi tampak sebagai motivasi utama para wirausahawan, uang hanyalah cara sederhana untuk mengitung skor atau pencapaian tujuan (simbol prestasi), dikutip dari (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7).

Dari uraian diatas, peneliti memutuskan menggunakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur perilaku kewirausahaan yaitu mau dan suka bekerja keras, berani mengambil resiko yang diperhitungkan, percaya terhadap diri sendiri dan mandiri, bertanggung jawab, mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi, berorientasi pada masa depan, menilai prestasi lebih tinggi daripada uang. Ketujuh sifat inilah yang akan digunakan peneliti untuk mengukur perilaku kewirausahaan.

2.2 Proses Kewirausahaan

Barringer dan Ireland (2010:47) menyatakan bahwa dalam kewirausahaan terdapat empat proses yang harus dilewati, antara lain:

a) Memutuskan untuk Menjadi Seorang Pengusaha

Seseorang yang memutuskan menjadi pengusaha secara tidak langsung mereka menjadikannya bagi dirinya sendiri. Sejauh mana mereka dalam menghasilkan dan melakukan ide-ide dan meraih keuntungan finansial. Beberapa peristiwa bisa memicu atau mendorong seorang individu untuk menjadi seorang pengusaha. Sebagai contoh, seseorang ketika kehilangan pekerjaan dan memutuskan untuk memulai bisnis sendiri. Atau seseorang mungkin menerima warisan dan untuk pertama kali dalam hidupnya memiliki uang untuk memulai berwirausaha sendiri. Gaya hidup juga memicu masalah berwirausaha.

b) Mengembangkan Ide yang Telah Sukses

Banyak bisnis baru gagal bukan karena wirausahawan tidak bekerja keras akan tetapi karena tidak ada kesempatan nyata untuk memulai merealisasikan ide. Mengembangkan sebuah ide bisnis yang sukses termasuk analisis kelayakan,

menulis rencana bisnis, analisis industri dan pengembangan model bisnis yang efektif akan membantu dalam mengembangkan usaha.

c) Merealisasikan Ide-Ide untuk Menumbuhkan Wirausaha

Langkah pertama dalam mengubah ide menjadi kenyataan adalah dengan menyiapkan strategi pemasaran yang tepat dalam berwirausaha. Pemasaran yang tepat akan mempermudah wirausahawan untuk melakukan berbagai ide dalam usahanya. Kreativitas adalah hal utama yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh wirausahawan.

d) Mengelola dan Menumbuhkan Wirausaha

Mengingat lingkungan berwirausaha pada saat ini semakin kompetitif, semua wirausahawan harus dapat mengelola dan mengatur strategi dengan benar untuk memastikan keberhasilan mereka. Mengelola dan menumbuhkan wirausaha adalah tahap akhir dari proses kewirausahaan. Pada tahapan diperlukan adanya sikap kerja keras dari wirausahawan. Karena dalam proses menumbuhkan dan mengelola sebuah wirausaha, wirausahawan akan menemukan berbagai hambatan dan tantangan usaha.

Timmons (1999:43) mengemukakan dasar dari proses kewirausahaan ada dua, yaitu logika dan *trial and error* dengan menggunakan intuisi dan perencanaan. Tidak ada waktu yang paling tepat untuk memulai sebuah proses kewirausahaan. Oleh karena itu, kesiapan dalam melihat suatu peluang dan keputusan untuk meraihnya memiliki nilai tersendiri dalam proses kewirausahaan.

Berdasarkan uraian tentang proses terbentuknya perilaku kewirausahaan maka dapat disimpulkan bahwa ada empat tahapan utama yang harus dilewati

dalam berwirausaha antara lain memutuskan untuk menjadiseorang pengusaha, mengembangkan ide yang telah sukses, merealisasikan ide-ide untuk menumbuhkan wirausaha, dan mengelola dan menumbuhkanwirausaha. Apabila tahapan-tahapan dalam proses wirausaha tersebut dapat dilalui dengan baik oleh wirausahawan, maka wirausaha yang dijalankan akan berjalan dengan baik.

2.3 Tujuan dan Manfaat kewirausahaan

Pada dasarnya seorang wirausaha mampu melihat suatu peluang dan memanfaatkannya untuk mencapai keuntungan atau manfaat bagi dirinya dan dunia sekelilingnya serta kelanjutan usahanya. Tujuan kewirausahaan menurut Anoraga (2002: 145) antara lain :

1. Kebutuhan untuk mencapai sesuatu yang lebih baik (berprestasi)
2. Kebutuhan akan ketidaktergantungan atau kebebasan
3. Kebutuhan akan pembaruan
4. Mencapai tingkat pendapatan yang lebih baik
5. Kemampuan mensejahterakan keluarga

Selain itu wirausaha juga memberikan beberapa manfaat atau arti penting menurut Anoraga (2002: 146) antara lain :

1. Meningkatkan produktivitas

Dengan menggunakan metode baru wirausaha dapat meningkatkan produktivitas

2. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan pekerjaan

Wirausaha serta usaha kecil memberikan lapangan kerja yang cukup besar sehingga dapat memberi kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi

3. Menciptakan teknologi baru dan menciptakan produk dan jasa baru

Banyak wirausaha yang memanfaatkan peluang dengan menciptakan produk atau jasa baru untuk mengembangkan usahanya.

4. Mendorong inovasi

Meskipun biasanya mereka tidak menciptakan sesuatu yang baru, tetapi mereka dapat mengembangkan metode atau produk yang inovatif.

5. Membantu organisasi bisnis yang besar

Bisnis yang besar seringkali memperoleh komponen dari perusahaan kecil yang memproduksi komponen tersebut

Selain itu Zimmerer dan Scarborough (2008: 12) mengemukakan beberapa manfaat kewirausahaan antara lain :

a. Peluang untuk menentukan nasib sendiri

Memiliki perusahaan sendiri memberikan kebebasan dan peluang bagi para wirausahawan untuk mencapai apa yang penting baginya.

b. Peluang untuk melakukan perubahan

Semakin banyak wirausahawan yang memulai bisnis karena melihat peluang untuk membuat perubahan menurut mereka penting.

c. Peluang untuk mencapai potensi sepenuhnya

Bisnis-bisnis yang dimiliki para wirausahawan merupakan alat untuk mengungkapkan dan mengaktualisasikan diri. Mereka mengetahui bahwa satu-satunya batasan terhadap keberhasilan mereka adalah segala hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusiasme, dan visi mereka sendiri.

d. Peluang untuk meraih keuntungan yang menakjubkan

Walaupun uang bukan daya dorong utama bagi kebanyakan wirausahawan, keuntungan bisnis merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan suatu perusahaan.

e. Peluang untuk berperan dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha anda

Memainkan peran penting dalam sistem usaha setempat dan mengetahui bahwa usaha yang dilakukan mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kelancaran fungsi ekonomi negara ini, hal tersebut merupakan bentuk penghargaan lain bagi para manajer usaha kecil.

f. Peluang untuk melakukan sesuatu yang anda sukai dan bersenang-senang dalam mengerjakannya

Kebanyakan wirausahawan yang berhasil memilih masuk dalam bisnis yang menurut mereka menarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Sehingga mereka senang melakukannya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang akan melakukan perilaku kewirausahaan karena memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi antara lain kebutuhan berprestasi, kebutuhan akan kebebasan, kebutuhan akan sesuatu yang baru, mendapatkan pendapatan yang lebih dan kemampuan untuk mensejahterakan keluarga. Disisi lain apabila kebutuhan-kebutuhan tersebut sudah terpenuhi maka akan memperoleh manfaat yaitu meningkatkan produktivitas, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan pekerjaan, meningkatkan teknologi baru dan menciptakan produk dan jasa, mendorong

inovasi, membantu organisasi bisnis yang besar, meraih keuntungan yang menakjubkan, memberi peluang untuk meraih potensi sepenuhnya.

2.4 Kendala dan Resiko dalam berwirausaha

Zimmerer (2001:5) mengemukakan bahwa dalam berwirausaha terdapat beberapa resiko yang diperhatikan, resiko tersebut antara lain:

a. Pendapatan yang tidak tentu

Membuka dan menjalankan usaha baru tidak menjamin bahwa seorang wirausaha dapat memiliki cukup uang untuk bertahan hidup. Beberapa usaha kecil kadang menghasilkan keuntungan yang tidak tetap. Artinya dalam berwirausaha kita tidak bisa memprediksi pendapatan yang akan diperoleh berdasarkan kurun waktu tertentu. Pendapatan tersebut bergantung pada jumlah barang ataupun jasa yang dihasilkan maupun dijual. Seorang wirausaha perlu memperhitungkan resiko pendapatan yang tidak tentu ini dengan memiliki persediaan modal agar wirausaha tetap berjalan sebelum berkembang.

b. Resiko kehilangan seluruh investasi atau modal

Resiko kegagalan dalam menciptakan usaha baru relatif tinggi. Kenyataannya dari penelitian yang dilakukan di Amerika sebanyak 35% usaha baru dalam jangka waktu dua tahun dipastikan tutup. Modal merupakan faktor utama dari berjalannya suatu usaha. Apabila seseorang dalam menjalankan usahanya menemui kegagalan, maka dia harus bersiap-siap untuk kehilangan modal usahanya. Resiko kehilangan modal merupakan resiko yang membuat wirausahawan sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan usaha dan

mengatur strategi usahanya. Dikarenakan sekali mereka gagal dan kehilangan modal maka wirausaha yang mereka jalankan tutup.

c. Membutuhkan waktu lama dan kerja keras

Usaha yang baru membutuhkan waktu lama untuk berkembang. Diperlukan kerja keras dan konsistensi dari pelaku wirausaha dalam memajukan usaha yang dijalankannya. Kesabaran dan keuletan merupakan faktor utama dalam mengembangkan suatu usaha. Kerja keras diperlukan untuk menghadapi hambatan dan tantangan yang ditemui dalam proses berwirausaha.

d. Kualitas hubungan sosial rendah sebelum usaha dapat berkembang

Waktu yang lama dan intensitas kerja yang begitu banyak dalam menjalankan usaha baru membuat hubungan wirausahawan dengan lingkungan sosial maupun keluarga menjadi berkurang. Perhatian mereka terhadap hubungan sosial akan menjadi berkurang, dikarenakan wirausahawan fokus terhadap usaha yang dijalankan. Kondisi ini akan berlangsung lama, sebelum wirausaha yang dijalankan telah berkembang dengan baik.

e. Menimbulkan tingkat stress yang tinggi

Memulai dan mengelola usaha baru dapat menjadi pengalaman yang sangat berharga, tetapi juga bisa menjadi pengalaman penuh tekanan yang tinggi. Ketika memulai usaha baru para wirausahawan sering menanamkan modal yang besar dalam berwirausaha. Serta sering menggadaikan segala sesuatu yang dimiliki untuk usahanya, dengan mengabaikan keamanan dan kemampuan keuangannya. Sehingga kegagalan itu mungkin terjadi dan sering diartikan dengan

kehancuran keuangan. Kehancuran ini menimbulkan ketegangan dan kekhawatiran yang tinggi sehingga memicu untuk terjadinya stress karena kehilangan modal.

f. Harus memiliki tanggung jawab penuh

Seorang wirausaha harus dapat bertahan dari tekanan dalam persaingan bisnis. Pengambilan keputusan yang tepat akan membuat usahanya dapat bertahan, sebaliknya apabila pengetahuannya dalam berwirausaha kurang dan wirausaha ragu dalam membuat keputusan dalam bisnis dapat menghancurkan usahanya sehingga tidak akan mencapai sukses.

g. Rasa keputusasaan

Membuka suatu usaha merupakan upaya yang substansial yang memerlukan dedikasi, disiplin, dan keuletan yang tinggi. Seorang wirausaha akan menghadapi berbagai macam hambatan, beberapa diantaranya mungkin tidak dapat di atasi. Dalam menghadapi kesulitan seperti itu, keputusasaan dan kekecewaan menjadi emosi yang sering dirasakan oleh seorang wirausaha. Seorang wirausaha yang sukses akan menyadari bahwa setiap usaha pasti mengalami hal-hal yang berat dalam prosesnya, dan itu semua dapat dilewati dengan bekerja keras dan optimis.

Kesimpulan dari resiko menjadi seorang wirausahawan yaitu seseorang sebelum memasuki dunia wirausaha perlu memperhatikan berbagai resiko antara lain pendapatan yang tidak tentu dari seorang wirausahawan, besar kemungkinan kehilangan modal usaha, perkembangan usaha membutuhkan waktu yang lama dan dibutuhkan kerja keras untuk mencapai keberhasilan, hubungan sosial menjadi berkurang dikarenakan kesibukan dalam berwirausaha, dan tanggung

jawab secara menyeluruh dalam usaha yang dilakukannya. Walaupun resiko mengalami tingkat stress yang tinggi dan rasa keputusasaan dapat dialami tapi dengan kerja keras dan optimis itu semua dapat dijalani.

2.5 Penyebab Kegagalan dalam Berwirausaha

Saat memulai usaha baru seorang wirausaha biasanya menghadapi resiko bisnis yang besar. Ada beberapa alasan-alasan atau penyebab terjadinya kegagalan dalam berwirausaha menurut Anoraga (2002: 151) antara lain :

- a. Seorang wirausaha terlalu cepat masuk ke dalam dunia kewirausahaan. Terlalu tergesa-gesa terjun dalam pekerjaan baru yang mempunyai banyak resiko, tanpa melakukan perencanaan yang mendalam. Sehingga kegagalan itu dialami oleh seorang wirausaha
- b. Seorang wirausaha kehabisan uang atau modal. Jika seorang wirausaha tidak dapat menyelaraskan daftar gaji atau upah atau membayar semua kebutuhan, maka seorang wirausaha itu dikatakan keluar dari usahanya. Perencanaan kebutuhan uang yang realistic merupakan hal yang sangat penting. Perkiraan kebutuhan khas merupakan prioritas utama sebelum memulai usaha baru.
- c. Kegagalan perencanaan jelas merupakan suatu kesalahan. Rencana usaha yang terperinci mendorong seorang wirausaha untuk berpikir kedepan, merefleksikan, dan memutuskan bagaimana usahanya bisa maju.

Tingkat kegagalan usaha yang baru lebih besar dibandingkan usaha yang besar dan telah mapan, hal tersebut dikarenakan keterbatasan sumber daya, kurangnya pengalaman manajemen dan kurang stabilnya keuangan. Zimmerer dan

Scarborough (2008:39) menjelaskan mengenai sebab-sebab kegagalan dalam berwirausaha, antara lain:

a. Ketidakmampuan melakukan manajemen

Manajemen yang buruk merupakan penyebab utama kegagalan berwirausaha. Penerapan sistem manajemen yang tidak tepat, pengambilan keputusan usaha yang salah kepemimpinan yang kurang tegas membuat wirausaha yang dilakukan menjadi terhambat dan tidak berkembang. Manajemen usaha yang buruk membuat wirausahawan tidak mengetahui apa yang seharusnya dia lakukan dalam menjalankan usahanya.

b. Kurangnya pengalaman berwirausaha

Pengusaha perlu memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang jenis wirausaha yang dijalankan. Pengalaman dan pengetahuan tersebut dapat dijadikan sebagai landasan bagi pengusaha untuk menentukan keputusan bisnis dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan resiko. Apabila wirausahawan kurang berpengalaman dengan usaha barunya, maka dia cenderung kurang yakin terhadap pengambilan resiko usaha yang besar.

c. Pengendalian keuangan yang buruk

Keberhasilan dalam berwirausaha memerlukan pengendalian sistem keuangan yang baik. Wirausahawan yang baru memulai usahanya cenderung sangat optimis dan sering salah menilai uang yang dibutuhkan dalam mengelola usahanya. Akibatnya usaha yang dijalankan menjadi terhambat dikarenakan pengaturan keuangan yang bermasalah.

d. Lemahnya usaha pemasaran

Penyusunan strategi pemasaran yang baik dan kuat merupakan salah satu cara memajukan usaha. Wirausahawan dituntut untuk memiliki inovasi dan kreatifitas dalam melakukan pemasaran usahanya. Pemasaran yang berhasil ditunjukkan dengan kembalinya pelanggan. Lemahnya usaha pemasaran menjadikan sebuah usaha tidak berkembang.

e. Kegagalan mengembangkan perencanaan bisnis

Tanpa strategi yang ditentukan dengan jelas, wirausahawan tidak memiliki dasar yang berkesinambungan untuk menciptakan dan memelihara keunggulan usahanya sendiri. Membangun perencanaan bisnis memaksa wirausahawan untuk selalu berpikir agar produk yang dihasilkan lebih unggul dibandingkan produk dari pesaing usahanya.

f. Pertumbuhan yang tidak terkendali

Wirausahawan terkadang mendorong pertumbuhan usahanya secara pesat, hal tersebut akan berdampak negatif apabila hal tersebut melewati kemampuan wirausahawan dalam mengelola usahanya. Semakin besar usaha yang dijalankan, maka hambatan yang akan ditemui oleh wirausahawan akan semakin besar. Persaingan usaha juga akan semakin berat dikarenakan harus bersaing dengan usaha besar yang telah lebih dulu berkembang.

g. Lokasi berwirausaha yang buruk

Pemilihan lokasi yang tepat dalam berwirausaha merupakan hal yang penting. Lokasi yang tepat dan strategis akan mendorong kemajuan dalam berwirausaha, hal tersebut dikarenakan pelanggan cenderung kembali apabila

lokasi dari tempat berwirausaha cukup strategis dan mudah dijangkau. Tempat wirausaha yang buruk akan berdampak para pelanggan tidak nyaman untuk melakukan transaksi usaha.

h. Pengendalian persediaan yang tidak tepat

Pengendalian dalam cadangan barang wirausaha diperlukan agar pelanggan tidak kecewa apabila kehabisan stok. Akan tetapi banyak wirausahawan yang menyalahgunakan uang yang dimilikinya untuk menimbun persediaan yang tidak bermanfaat. Persediaan tidak tepat tersebut dikarenakan wirausahawan kurang mempertimbangkan strategi pemasaran.

i. Penetapan harga yang tidak tepat

Wirausahawan harus dapat menentukan harga yang sesuai terhadap produknya, berdasarkan besarnya biaya untuk membuat produk, memasarkan dan mendistribusikan barang dan dalam penetapan harga juga perlu memperhatikan pesaing. Apabila harga barang yang ditawarkan terlalu tinggi, maka pelanggan akan mencari barang yang sama dengan harga lebih murah dengan kualitas yang sama.

j. Ketidakmampuan membuat transisi kewirausahaan

Setelah sebuah wirausaha sudah mulai berkembang maka secara tidak langsung terjadi perubahan yang drastis dalam gaya manajemen. Pertumbuhan mendorong para wirausahawan ke dalam wilayah yang tidak dikuasainya sehingga kemungkinan terjadinya resiko kegagalan semakin besar.

Berdasarkan faktor-faktor penyebab kegagalan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor penyebab utama kegagalan berwirausaha kebanyakan

berasal dari keterampilan individu (ketidakmampuan melakukan manajemen, kurangnya pengalaman berwirausaha, pengendalian keuangan yang buruk, lemahnya usaha pemasaran, kegagalan mengembangkan perencanaan bisnis, pertumbuhan yang tidak terkendali, pengendalian persediaan yang tidak tepat, penetapan harga yang tidak tepat dan ketidakmampuan membuat transisi kewirausahaan). Sedangkan penyebab kegagalan berwirausaha yang bersumber dari lingkungan adalah lokasi berwirausaha yang buruk.

2.6 Pedagang Etnis Cina dan Jawa

2.6.1 Pengertian Etnis

Kebudayaan pada setiap daerah pastilah berbeda-beda, tiap daerah, suku, kota, atau desa pasti akan menampilkan corak kebudayaannya masing-masing. Dalam suatu budaya terdapat nilai-nilai yang pada dasarnya merupakan inti dari budaya tersebut. Nilai dalam hal ini berkaitan dengan apa yang diyakini seseorang mengenai apa yang baik dan buruk, apa yang mereka pikir sebaiknya dilakukan atau tidak dilakukan, dan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Nilai-nilai budaya ini menjadi dasar bagi norma-norma dalam masyarakatnya mengenai perilaku yang dapat ditampilkan dalam berbagai situasi.

Istilah etnografi untuk suatu kebudayaan dengan corak khas adalah “suku bangsa” atau yang dikenal juga dengan etnis. Koentjaraningrat(2000) menjelaskan etnis adalah suatu golongan manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas akan kesatuan budaya. Daldjoeni (2000: 20) menambahkan bahwa istilah etnis dipergunakan untuk membedakan suku dalam kelompok manusia yang memiliki

ciri-ciri jasmaniah tertentu yang diperoleh dari keturunan sesuai hukum genetika, tetapi masih memungkinkan adanya variasi antar individu.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etnis adalah kumpulan manusia yang memiliki berbagai kesamaan ciri baik secara fisik atau non-fisik yang membuatnya berbeda satu sama lain.

2.6.1.1 Etnis Cina

Etnis Cina di Indonesia termasuk salah satu kelompok etnis yang keberadaannya selalu menyita perhatian. Salah satu persoalan menonjol adalah seputar konflik dan relasinya dengan kalangan etnis pribumi. Kerusuhan dan gejolak sosial anti Cina telah terjadi di berbagai wilayah di tanah air ini baik di era sebelum kemerdekaan maupun pada era kemerdekaan. Persoalan seputar etnis Cina ditempatkan sebagai fenomena ‘masalah Cina’ yang memerlukan penanganan khusus. Nampaknya persoalan ini tidak terjadi pada etnis lain yang termasuk pendatang seperti Arab, India, Eropa.

Pemukiman-pemukiman kecil orang Cina sudah ada di Indonesia jauh sebelum kedatangan orang Eropa, terutama di bandar-bandar perdagangan pantai utara pulau Jawa sekitar abad 18. Pada tahun 1860 jumlah orang Cina di Indonesia diperkirakan sekitar 222.000 orang, di mana dua pertiganya tinggal di pulau Jawa. Namun pertumbuhan yang sangat pesat terjadi pada awal abad 20 ketika imigran Cina datang dalam jumlah besar bersamaan dengan meluasnya kekuasaan Belanda atas seluruh kepulauan dan peningkatan eksploitasi sumber-sumber kekayaan bumi Indonesia (Coppel, 1994 dalam Susetyo, 2010:110). Tidak ada yang tahu persis berapa penduduk etnis Cina sekarang ini. Banyak ahli berpendapat bahwa

jumlahnya sekitar 3% dari penduduk Indonesia. Dalam rasio sekarang ini jumlahnya mencapai sekitar 6-8 juta (Suryadinata, 1997, 1998 dalam Susetyo, 2010:110).

Masyarakat Cina di Indonesia merupakan etnis minoritas yang heterogen. Dari sudut kebudayaan orang Cina terbagi atas peranakan dan totok. Peranakan adalah orang Cina yang sudah menetap lama di Indonesia dan umumnya sudah membaaur. Mereka berbahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari dan bertingkah laku seperti etnis Indonesia lainnya. Cina Totok adalah pendatang baru yang umumnya baru satu dua generasi dan masih berbahasa Cina. Namun dengan terhentinya imigrasi dari dataran Cina, jumlah totok sudah menurun dan keturunan totokpun sudah mengalami peranakanisasi. (Suryadinata, 1997 : Dahana, 1998 dalam Susetyo, 2010:110).

Sebagai suatu kelompok etnis minoritas, tercatat mereka selalu mendapatkan perlakuan khusus dari penguasa baik itu di era penjajahan Belanda maupun era Indonesia. Di masa penjajahan Belanda mereka mendapatkan perlakuan sebagai warga kelas dua dan disebut sebagai warga Negara Belanda Timur Asing dengan diberikan berbagai fasilitas khusus terutama sebagai pedagang perantara sehingga kedudukan ekonominya semakin kuat. Disisi lain perlakuan ini tentu saja memicu kecemburuan warga lain terutama warga pribumi (*inlander*) sebagai penduduk asli. (Coppel, 1994: Suryadinata, 1998 dalam Susetyo, 2010:111).

Berdagang menurut orang Cina pada dasarnya merupakan keberanian berspekulasi, suatu kelihaihan, yang paling lihai dialah yang paling jaya. Berdagang

juga dapat dipandang sebagai judi, tetapi judi dengan kalkulasi. Ikatan kerjasama atau kongsi orang-orang Cina itu hanyalah kepercayaan timbal balik, berdasarkan ikatan saling percaya. Transaksi jual beli atau pinjam meminjam dilakukan secara informal sekali.

Tempat tinggal orang-orang keturunan Cina ini pada umumnya juga terpisah dari orang-orang pribumi. Mereka berkelompok menempati daerah dan melakukan aktivitasnya pada suatu tempat yang merupakan pusat-pusat perdagangan yang disebut dengan pecinan yang hampir dapat kita jumpai di setiap sudut kota pulau Jawa.

Sebagai pendatang atau perantauan di Indonesia kemudian menetap orang-orang keturunan Cina memang tidak sampai terpengaruh kebudayaan yang ada di sekitar lingkungan tempat tinggalnya. Hal ini disebabkan, mereka itu adalah merupakan suatu kelompok minoritas. Sebagai suatu kelompok minoritas, orang-orang keturunan Cina masih berpegang teguh dan mempertahankan kebudayaan asal leluhurnya.

Latar belakang kebudayaan dan tempaan jiwa dari tahun ke tahun yang mereka terima sejak masa peperangan Republik Indonesia, menjadikan suatu kepribadian yang digambarkan oleh Susetyo (2010:166-167) bercirikan orang Cina itu mempunyai ketrampilan teknis, keuletan dalam menghadapi kesulitan hidup dan kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaannya. Kepribadian ini sudah menjadi bagian kebudayaan yang diajarkan oleh bapak ke anak, ke cucu dan begitu seterusnya.

Dapat diuraikan bahwa untuk mempertahankan hidup tradisi itu, mereka berusaha supaya dalam setiap keadaan di mana saja, harus melebihi tingkat kehidupan kaum pribumi, di mana mereka berdomisili. Oleh karena itu walaupun pada waktu pertama datang mengembara tidak mempunyai apa-apa, akan tetapi dengan kerja keras, tekun, dan sabar serta hemat dalam pengeluaran akhirnya mereka menonjol dalam tingkat kehidupan ekonomi dibandingkan dengan penduduk pribumi yang ada di sekitarnya. Sifat baik orang keturunan Cina seperti digambarkan di atas, nampak bahwa setiap usaha dilakukan dengan kerja sama dalam keluarga, saling tolong menolong, hemat dan melaksanakan suatu tugas dengan teliti dan tekun.

Menurut uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kepribadian orang-orang keturunan Cina di Indonesia banyak dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman pada waktu dahulu mereka datang sampai sekarang dan juga dipengaruhi oleh latar belakang kebudayaan negeri leluhurnya. Sehingga terbentuk suatu kepribadian yang ulet dalam menghadapi kesulitan hidup, kesungguhan, ketrampilan teknis, suka bekerja keras, tekun, saling tolong menolong, hemat, teliti dan tekun.

2.6.1.2 Etnis Jawa

Daerah asal orang Jawa adalah pulau Jawa dimana mereka mendiami bagian tengah dan timur dari seluruh pulau Jawa. Namun demikian akibat migrasi dan pemindahan penduduk sekarang ini banyak orang Jawa yang tinggal di luar Jawa bahkan ada yang tinggal di luar Indonesia. Untuk sebagian besar mereka itu

tetap mempertahankan bahasa dan adat istiadat Jawa. (Koentjaraningrat dalam Susetyo, 2010:128).

Dikemukakan oleh Suseno (Susetyo, 2010:128) tentang sulitnya menentukan apa saja dan siapa saja orang Jawa itu secara metodologis karena adanya pluralisme yang kental dalam masyarakat Jawa. Dalam wilayah kebudayaan Jawa sendiri dibedakan lagi antara kebudayaan pesisir yang berkembang di wilayah pesisir utara dan kebudayaan wilayah Jawa pedalaman yang sering disebut kebudayaan kejawen yang mempunyai pusat budaya di dalam kota-kota kerajaan Surakarta dan Yogyakarta. Selain itu orang Jawa dibedakan dalam golongan sosialnya yaitu antara wong cilik dan kaum priyayi.

Namun demikian orang Jawa dapat dibedakan dari kelompok etnis lainnya dari latar belakang sejarah, bahasa dan kebudayaannya yang berbeda (Kodiran dalam Susetyo 2010:128). Dengan demikian yang disebut orang Jawa adalah orang yang bahasa ibunya adalah bahasa Jawa dalam arti yang sebenarnya, yaitu bahasa Jawa seperti yang dijumpai di Jawa Tengah dan Jawa Timur (Suseno, 1996).

Orang Jawa merupakan kelompok etnis dengan jumlah terbesar di Indonesia. Menurut catatan Suryadinata (Susetyo, 2010:129) berjumlah kira-kira 47% - 50% dari jumlah keseluruhan orang Indonesia. Mereka tidak hanya tinggal di Jawa Tengah atau Jawa Timur yang merupakan kampung halaman orang Jawa, namun telah menyebar di seantero Indonesia ini. Bahkan di wilayah tertentu di luar Jawa, jumlah orang Jawa justru lebih banyak dibanding etnis asli setempat.

Mata pencaharian orang Jawa tidak berbeda dengan kelompok etnis lainnya. Masyarakat Jawa selain sumber penghidupan yang berasal dari pekerjaan,

kepegawaian, pertukangan, dan perdagangan, bertani juga merupakan salah satu mata pencaharian hidup dari sebagian besar masyarakat Jawa di desa-desa.

Masyarakat etnis lain sering memiliki persepsi negatif mengenai kultur Jawa. Orang Jawa dipandang sebagai orang yang tidak suka terus terang, berbeda antara ucapan dan tindakan, penuh basa-basi, berbelit-belit, berbeda antara ucapan dan tindakan. Sementara mereka yang memiliki persepsi positif biasanya akan memandang orang Jawa sebagai orang yang ramah, hangat, toleran, sabar, dan kalem (Wardhani, 2007: 36).

Penelitian dari Supraktiknya (2005: 62) bahwa nilai-nilai tradisional Jawa sejalan dengan ciri-ciri utama kolektivisme, yaitu : (1) menekankan sifat rendah hati, patuh pengendalian diri, tidak suka menonjolkan diri, serta mengutamakan pandangan, kebutuhan dan tujuan kelompok, (2) menekankan status, peran, dan hubungan baik, mengutamakan sikap mendahulukan kepentingan orang lain serta kemampuan menyesuaikan diri dan menjaga harmoni dengan lingkungan sosial.

Dapat diambil kesimpulan dari penelitian supraktiknya bahwa budaya Jawa memang tidak mendukung perilaku kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Endraswara (2003: 48) bahwa orang Jawa lebih suka hidup *samadya*. Artinya, hidup dalam ukuran cukup. Kondisi cukup adalah tidak kaya-tidak miskin, tak berlebihan tapi juga bukan kurang sekali. Cukup bukanlah pas-pasan.

Budaya Jawa oleh banyak ahli dianggap sebagai sebuah budaya yang tidak menimbulkan sikap mental bagi tumbuhnya kewirausahaan yaitu sifat mental yang berorientasi pada karya. Sarsono dalam (Setyorini, 2008) berpendapat bahwa

tujuan dan idaman sosial orang Jawa adalah untuk memperoleh kekuasaan dan kehormatan. Oleh karena itu derajat dan nilai seseorang diukur dari hubungan sosialnya bukan dari keahlian dan ketrampilannya. Sesuai dengan pendapat Amin (2000 : 214) bahwa orang Jawa memilih pemimpin bukan atas dasar pilihan rasional tetapi emosional. Oleh karena itu, kharisma lebih penting dari pada kemampuan dalam memimpin. Ketrampilan dan keahlian itu dianggap tidak terlalu penting. Tidak mengherankan jika nilai-nilai tersebut kurang menyokong terbentuknya kewirausahaan, sehingga keinginan untuk berwirausaha kurang menonjol dan pekerjaan sebagai birokrat justru begitu diperebutkan.

Endraswara (2003: 218) berpendapat bahwa pribadi orang Jawa memang unik. Umumnya orang Jawa lebih tertutup dalam segala hal. Sikap yang salah satunya dimanifestasikan dalam bentuk cara berpakaian menunjukkan bahwa orang Jawa tidak mau membuka diri. Orang Jawa mau terbuka hanya pada waktu-waktu dan tempat tertentu. Sikap seperti ini tampaknya tidak mendukung perilaku kewirausahaan, yang mengharuskan seseorang untuk terus membuka diri, mempunyai keinginan untuk maju dan terus mengolah kemampuan dirinya.

Pendapat diatas sejalan dengan pendapat Soemardjan dalam (Setyorini, 2008) yang menyatakan bahwa dalam nilai-nilai yang menyokong terbentuknya kewirausahaan di Indonesia, sehingga tidak mengherankan jika peningkatan jumlah wirausaha di Indonesia masih sangat lambat dibanding negara-negara lainnya. Beberapa karakteristik yang menggambarkan rendahnya spirit kewirausahaan adalah ketidakpercayaan pada diri sendiri, kurangnya sifat disiplin,

sifat mentalitas yang seakan mengabaikan tanggung jawab. Sifat-sifat yang muncul sesudah revolusi pun menambah lemahnya nilai prestasi orang Jawa.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepribadian orang Jawa lebih suka hidup *samadyang* artinya hidup dalam ukuran yang cukup. Menekankan sifat rendah hati, tidak suka menonjolkan diri, mempunyai kemampuan menyesuaikan diri dan menjaga harmoni dengan lingkungan sosial.

2.7 Perbedaan Perilaku Kewirausahaan pada Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam membentuk perilaku kewirausahaan adalah latar belakang suku (etnis). Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Carol Noore (Suryana, 2003, 40) Carol Noore menjelaskan proses kewirausahaan diawali dengan inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan.

Daldjoeni (2000, 20) menambahkan bahwa istilah etnis dipergunakan untuk membedakan suku dalam kelompok manusia yang memiliki ciri-ciri jasmaniah tertentu yang diperoleh dari keturunan sesuai hukum genetika, tetapi masih memungkinkan adanya variasi antar individu. Di pulau Jawa sendiri tentunya etnis Jawa lah tentunya etnis Jawa yang mendominasi, sedangkan etnis yang berasal dari kebudayaan asing yang mendominasi adalah etnis Cina.

Hendry dan Fye (Daryono, 2007: 303) masyarakat Cina bukan masyarakat yang mudah terpancing dalam mengambil keputusan. Hal ini searah dengan penelitian Hana (Daryono. 2007:303) menurutnya pedagang keturunan Cina

mayoritas di Jawa tidak menyukai konsultasi dengan atasan, tetapi lebih suka menggunakan kemampuannya sendiri. Hal itu wajar mengingat pedagang keturunan Cina sebagai minoritas dan sering kali mendapat perlakuan yang berbeda, itu menjadikan mereka dalam bertindak lebih mempercayai kemampuannya pribadinya.

Landasan utama sikap tersebut nampaknya berkaitan erat dengan pandangan atas harga diri dari kehidupan masyarakat Cina. Masyarakat Cina menurut Chan, akan merasa terhina bila diganggu kehormatannya. Norma kehidupan yang dianut masyarakat Cina adalah berdasarkan kekeluargaan dan hubungan antarpribadi yang saling ketergantungan satu sama lain. Eksistensi individu dalam masyarakat Cina harus dihargai dan dihormati. Kondisi tersebut memberi konsekuensi bahwa jenjang hierarki sebagai lambang kehormatan menentukan tanggung jawab seseorang.

Menurut hasil penelitian Hana (Daryono, 2007:304) bahwa pedagang keturunan Cina cenderung bersikap mencari dan mengendalikan lingkungan seperti budaya Barat. Dalam budaya Cina hubungan kerjasama selalu didasarkan pada kekeluargaan, perdagangan yang dibangun oleh keluarga-keluarga Cina berdasar kepercayaan pribadi atau *guanxie* yang berarti ikatan manusia bersifat pribadi, khas, dan non-ideologis, tetapi berdasar atas kesamaan identitas. Kesamaan tersebut akan lebih diprioritaskan di lingkungan keluarga, marga, dan atau keturunan dalam Cinanya baru kemudian kearah kesamaan yang lain misalnya agama atau daerah. Sikap-sikapnya tersebut menjadi spontanitas etos

kerjanya, termasuk dalam dagangnya melekat secara turun temurun. Sikap-sikap tersebut berkaitan erat dalam menghadapi masalah.

Pedagang Cina menurut Hana (Daryono, 2007:306) memiliki kecenderungan etika utilitarianisme yang tinggi. Menurut Luthans etika utilitarianisme ideal adalah suatu bentuk etika yang menekankan pada konsekuensi atau suatu bentuk tindakan yang dapat dinilai dengan mempertimbangkan aspek yang lebih luas, seperti nilai internal manusia serta hubungan teman serta pengetahuannya.

Umumnya Orang Cina sangat berpegang teguh pada kebudayaan negeri leluhurnya. Sejalan dengan pendapat dari Susetyo (2010:166-167) sebagai pendatang atau perantauan di Indonesia kemudian menetap, orang-orang keturunan Cina memang tidak sampai terpengaruh kebudayaan yang ada di sekitar lingkungan tempat tinggalnya. Hal ini disebabkan, mereka itu adalah merupakan suatu kelompok minoritas. Sebagai suatu kelompok minoritas, orang-orang keturunan Cina masih berpegang teguh dan mempertahankan kebudayaan asal leluhurnya.

Dari latar belakang kebudayaannya dan tempaan jiwa dari tahun ke tahun yang mereka terima sejak masa peperangan Republik Indonesia, menjadikan suatu kepribadian yang bercirikan orang Cina itu mempunyai ketrampilan teknis, keuletan dalam menghadapi kesulitan hidup dan kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaannya. Kepribadian ini sudah menjadi bagian kebudayaan yang diajarkan oleh bapak ke anak, ke cucu dan begitu seterusnya.

Etnis Cina di Indonesia dikenal sebagai pedagang dan wirausaha yang berhasil. Keuletan etnis Cina dalam bekerja sudah banyak dikenal masyarakat. Kebanyakan etnis Cina mengembangkan usaha keluarga yang diteruskan secara turun-temurun, etnis Cina juga sering merangkul pribumi dalam menjalankan usahanya. Sikap-sikap seperti inilah yang mendukung perilaku kewirausahaan.

Pada tatanan hidup etnis Jawa, afiliasi dianggap sebagai hal yang sangat penting. Terbukti dengan budaya gotong royong yang sangat dianjurkan karena gotong royong adalah salah satu bentuk afiliasi. Etnis Jawa menurut Hana (Daryono, 2007:306) memiliki pandangan untuk berusaha menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, konsumen, pemasok, pimpinan dan lingkungannya. Tetapi dalam keadaan nyata pemasaran para pedagang pribumi asli (Jawa) cenderung bersikap mengajak para pendatang baru untuk bekerja sama, sedangkan para pedagang keturunan Cina cenderung untuk melakukan kemampuannya secara optimal tanpa melakukan kerjasama.

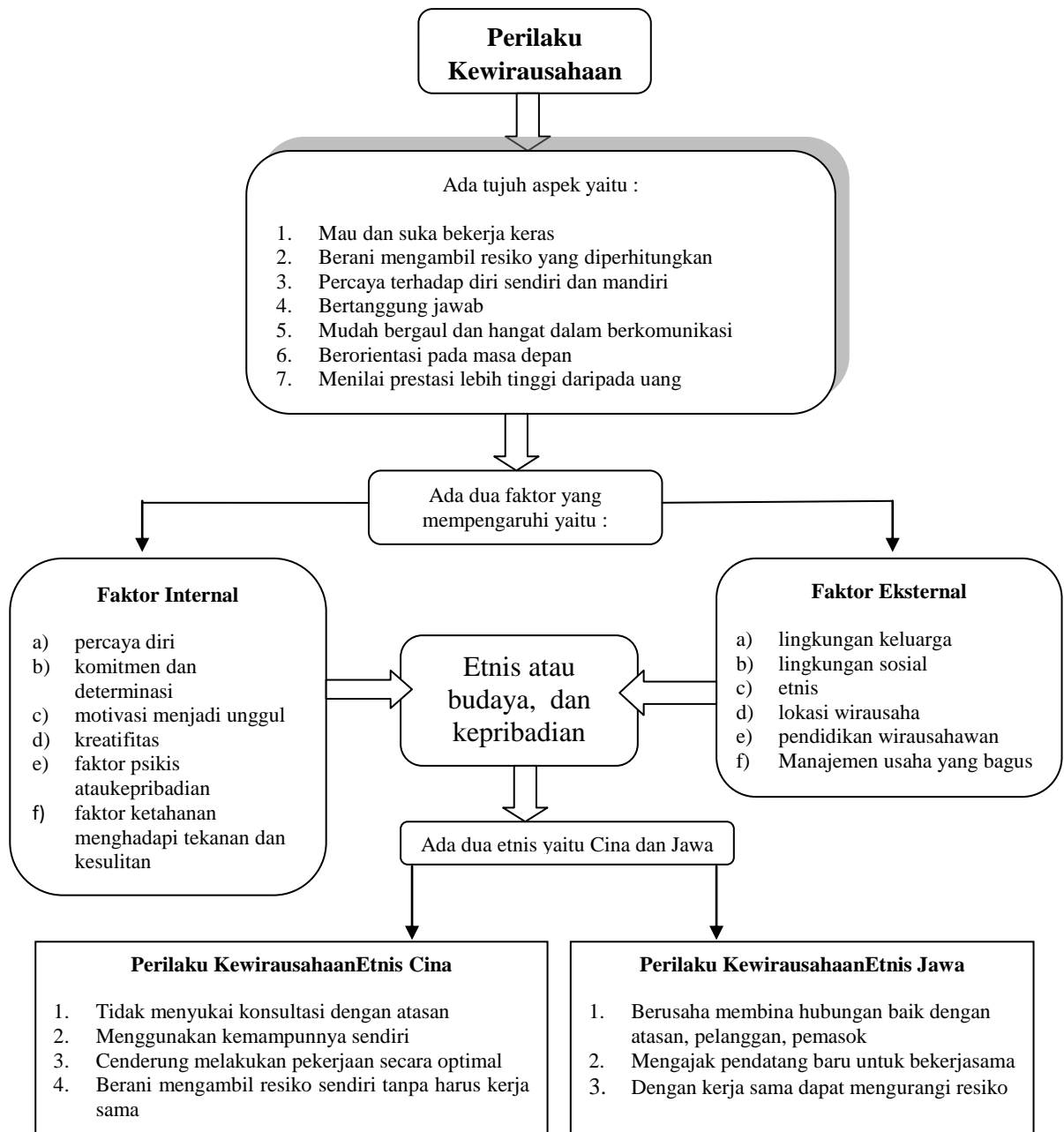
Demikian ini bisa terjadi karena dalam suatu pertukaran kerja sama dibutuhkan ikatan sosial jangka panjang, mungkin hal itu dinilai relatif dianggap lebih berat oleh pedagang keturunan Cina yang mendasarkan kepada hutang budi secara moral sulit dibayar dan dilupakan. Dikaitkan dengan hal itu resiko, bagi pedagang pribumi asli nampak memiliki penilaian bahwa resiko dapat disesuaikan atau dikurangi melalui kerja sama, sebaliknya bagi pedagang keturunan Cina menilai hal itu tanpa harus kerja sama, dalam arti kata lebih berani menanggung resiko sendiri tanpa melibatkan pihak lain atau dengan menggunakan cara lain,

misalnya dengan mengendalikan sendiri dan efisiensi dalam hal waktu dan dana atau sumber daya lainnya.

Sarsono (Setyorini, 2008) berpendapat bahwa tujuan dan idaman sosial orang Jawa adalah untuk memperoleh kekuasaan dan kehormatan. Oleh karena itu derajat dan nilai seseorang diukur dari hubungan sosialnya bukan dari keahlian dan ketrampilannya. Tidak mengherankan jika nilai-nilai tersebut kurang menyokong terbentuknya kewirausahaan, sehingga keinginan untuk berwirausaha kurang menonjol dan pekerjaan sebagai birokrat justru begitu diperebutkan.

Beberapa penjelasan diatas memberikan gambaran mengenai perbedaan latar belakang karakteristik kepribadian etnis Cina dan etnis Jawa. Nilai-nilai budaya yang banyak mendukung terbentuknya etos kerja yang tinggi untuk mendukung perilaku kewirausahaan banyak dimiliki oleh etnis Cina dibandingkan dengan etnis Jawa.

2.8 KERANGKA BERPIKIR



Gambar 2.1 Model Kerangka Berfikir Perilaku Kewirausahaan
Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa

2.9 HIPOTESIS

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan adalah "Ada perbedaan perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa, pedagang Cina lebih tinggi tingkat perilakunya daripada pedagang etnis Jawa".

BAB 3

METODE PENELITIAN

Dalam memilih metodologi yang digunakan di dalam semua penelitian juga diperlukan ketelitian sehingga nantinya akan diperoleh hasil yang sesuai dengan hasil tujuan yang diharapkan. Agar diperoleh tujuan penelitian yang sesuai dengan yang diharapkan maka penggunaan metodologi penelitian juga harus tepat dan mengarah pada tujuan penelitian dan juga harus dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sesuai dengan aturan yang berlaku.

Metode penelitian merupakan usaha yang harus ditempuh dalam penelitian untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu kebenaran pengetahuan. Ketepatan dalam menggunakan metode dalam suatu penelitian yang disesuaikan dengan objek penelitian dan tujuan yang ingin dicapai dapat menghasilkan hasil yang optimal. Oleh karena itu dengan penguasaan metodologi penelitian secara mantap diharapkan penelitian dapat berjalan dengan baik, terarah dan sistematis.

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian dapat diklasifikasikan dari berbagai cara dan sudut pandang. Dilihat dari pendekatan analisisnya, penelitian dibagi atas dua macam, yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik (Azwar, 2004: 5).

Jenis penelitian ini adalah komparasional atau perbandingan. Perbandingan dilakukan peneliti dengan memandang dua fenomena atau lebih, ditinjau dari persamaan dan perbedaan yang ada (Arikunto, 2006: 36). Penelitian komparasional adalah jenis penelitian yang berusaha mencari perbedaan. Penelitian komparasi dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, tentang prosedur kerja. Dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan pandangan orang, grup atau negara terhadap kasus, orang peristiwa atau ide-ide. Jenis penelitian komparasi yang dimaksudkan sebagai penelitian yang membandingkan perilaku kewirausahaan antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa di pasar Yaik Permai Semarang.

3.2 Variabel Penelitian

3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian, satu variabel tidak mungkin hanya berkaitan dengan satu variabel lain saja melainkan selalu saling pengaruhi dengan banyak variabel lain. Oleh karena itu seorang peneliti perlu melakukan identifikasi terlebih dahulu terhadap variabel penelitiannya. Identifikasi variabel merupakan langkah penetapan variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsinya masing-masing (Azwar, 2007: 61).

Variabel adalah kata yang berasal dari bahasan Inggris atau dalam bahasa serapan, dan tidak ada dalam perbendaharaan kata bahasa Indonesia. Variabel dapat didefinisikan sebagai objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2006:118).

Penentuan identifikasi variabel penelitian harus ditentukan terlebih dahulu sebelum menentukan metode pengumpulan data dan analisis data. Identifikasi variabel penelitian membantu menentukan alat pengumpulan data. Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel bebas

Variabel bebas adalah suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain (Azwar, 2010: 62). Atau dapat diartikan juga sebagai variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa.

b. Variabel tergantung

Variabel tergantung adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain (Azwar, 2010: 62). Besarnya efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul-hilangnya, membesar-mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel lain termaksud. Berdasarkan definisi di atas maka variabel tergantung dalam penelitian ini yaitu perilaku kewirausahaan.

3.2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2007:74). Berdasarkan penelitian tersebut, untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai variabel penelitian dapat diuraikan lebih jelas definisi operasionalnya.

Definisi operasional variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.2.1 Perilaku Kewirausahaan

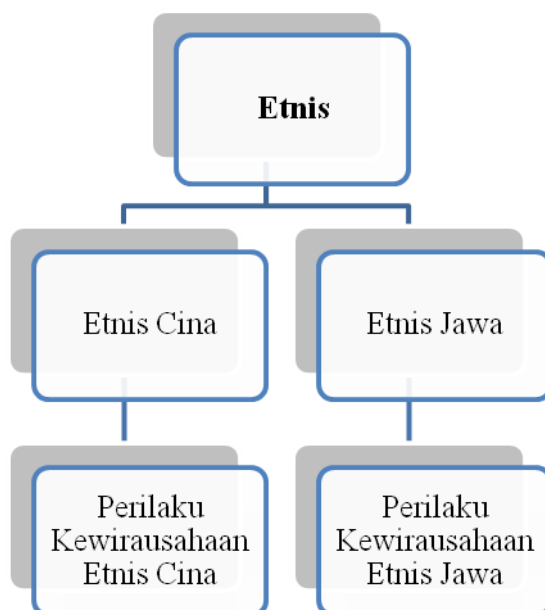
Perilaku kewirausahaan adalah reaksi maupun respon positif yang dilakukan oleh individu untuk menciptakan suatu bentuk usaha baru (baik barang maupun jasa) melalui cara-cara yang mandiri, kreatif, inovatif, kerja keras bahkan beresiko agar memperoleh pendapatan supaya kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tinggi rendahnya perilaku kewirausahaan akan diukur dengan skala perilaku kewirausahaan berdasarkan aspek-aspek perilaku kewirausahaan, yaitu mau dan suka bekerja keras, berani mengambil resiko yang diperhitungkan, percaya terhadap diri sendiri dan mandiri, bertanggungjawab, mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi, berorientasi pada masa depan, menilai prestasi lebih tinggi daripada uang.

3.2.2.2 Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.

Pedagang etnis Cina adalah warga keturunan yang berasal dari tiongkok Cina, yang bermata pencaharian sebagai pedagang atau penjual barang di Pasar Yaik Permai Semarang yang ditunjukkan pada lembar identitas. Pedagang Etnis Jawa adalah seseorang asalnya hidup di Jawa bagian tengah dan timur, yang berprofesi sebagai pedagang atau penjual barang di pasar Yaik Permai Semarang yang ditunjukkan identitas.

3.2.3 Perbedaan Antar Variabel

Memperhatikan uraian tentang identifikasi variabel penelitian sebagaimana dijelaskan di atas maka perbedaan antar variabel penelitian dapat divisualisasikan dalam bentuk gambar sebagai berikut :



Gambar 3.1 Bagan Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2007:77). Jadi populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang berupa data kuantitatif maupun kualitatif dari hasil mengukur dan menghitung.

Populasi penelitian harus ditentukan terlebih dahulu sebelum penelitian dilakukan. Sebelum menggunakan sampling tertentu, peneliti harus membatasi secara jelas dan tegas dulu tentang populasinya, yang meliputi siapa, dimana, karakteristik apa, dan jumlahnya berapa. Populasi adalah sejumlah individu yang akan menjadi sasaran generalisasi dari sampel penelitian. Populasi merupakan sejumlah individu yang setidaknya mempunyai ciri-ciri atau sifat yang sama (Alsa, 2004: 13). Populasi

yang diambil dalam penelitian ini adalah para pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Telah berdagang lebih dari dua tahun
- b. Berjualan menggunakan kios untuk tempat berdagangnya
- c. Barang dagangan yang dijual berupa konveksi (tas, pakaian, sepatu)

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang ada di pasar Yaik Permai Semarang dengan jumlah 103 pedagang konveksi, yang terdiri dari 57 pedagang etnis Jawa, 41 pedagang etnis Cina dan sisanya adalah 5 pedagang etnis lainnya.

3.3.2 Sampel

Menurut Azwar (2007:79) mendefinisikan sampel adalah sebagian dari populasi. Pengambilan subjek dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tehnik *incidental sampling*. Teknik *incidental sampling* dilakukan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai (Setyorini dan Christine, 2006, 14).

3.4 Metode dan Alat Pengumpul Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data yang diteliti. Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan skala psikologi.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala psikologi. Azwar (2008: 3) menyebutkan karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi, yaitu:

1. Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan.
2. Jawaban subjek terhadap satu item baru merupakan sebagian dari banyak indikasi mengenai atribut yang diukur, sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat dicapai bila semua item telah direspon.
3. Respon subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh. Hanya saja, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula.

Penelitian ini menggunakan alat ukur yaitu skala perilaku kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan diungkap dengan menggunakan skala perilaku kewirausahaan yang berisi aspek perilaku kewirausahaan. Ada tujuh aspek yang digunakan yaitu :

a. Mau dan suka bekerja keras

Berusaha selalu terlibat dalam situasi kerja, tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai. Tidak pernah memberi dirinya kesempatan untuk berpangku tangan, mencurahkan perhatian sepenuhnya pada pekerjaan, dan memiliki tenaga untuk terlihat terus-menerus dalam kerja. Penuh semangat dan penuh energi (Sukardi dalam Riyanti 2003: 53, Anoraga, 2002: 142, Riyanti, 2003: 51, Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7).

b. Berani mengambil resiko yang diperhitungkan

Para wirausahawan bukanlah orang-orang yang mengambil resiko secara membabi buta, melainkan orang yang mengambil resiko yang diperhitungkan (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Alma, 2004:39). Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan (Riyanti, 2003:51). Tidak khawatir akan menghadapi situasi yang serba tidak pasti dimana usahanya belum tentu membuahkan keberhasilan. Berani mengambil resiko kegagalan dan selalu antisipatif terhadap kemungkinan-kemungkinan gagal. Segala tindakannya diperhitungkan secara cermat (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53).

c. Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri

Seorang wirausaha akan melakukan kegiatannya dengan penuh optimisme. Jarang terlihat ragu-ragu. Tidak mudah dipengaruhi oleh pendapat dan saran orang lain, akan tetapi pendapat dan saran itu tidak ditolak begitu saja namun dijadikan masukan sebagai pertimbangan, kemudian dapat diputuskan. Para wirausahawan sangat yakin terhadap kemampuan mereka untuk sukses (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53, Alma, 2004: 39, Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Riyanti, 2003: 51).

d. Bertanggung jawab

Para wirausahawan merasakan tanggung jawab pribadi yang amat dalam terhadap hasil atas usaha yang telah mereka mulai. Mereka lebih memilih dapat mengendalikan sumber-sumber daya mereka untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Benar-benar menentukan apa yang harus dilakukan dan bertanggung jawab pada dirinya sendiri (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Sukardi dalam Riyanti, 2003:53).

e. Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi

Seorang wirausahawan mampu menyesuaikan diri dalam berbagai situasi dan mampu membina kenalan atau relasi baru, aktif bergaul dengan siapa saja (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53, Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7).

f. Berorientasi pada masa depan

Seorang wirausaha memiliki tujuan yang ingin dicapai dan berusaha mewujudkannya. Seorang wirausahawan fokus terhadap kerja, tidak begitu mempersoalkan masalah pekerjaan kemarin, tetapi memikirkan apa yang harus dikerjakan besok (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7, Riyanti, 2003:51). Memiliki tujuan dan target yang terencana membuat wirausahawan memiliki motivasi untuk selalu maju dan berpikir ke depan (Alma, 2004: 39). Tidak terpaku pada masa lampau, gagasan-gagasan lama, tetapi berpandangan kedepan dan mencari ide-ide baru (Sukardi dalam Riyanti, 2003: 53).

g. Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang

Salah satu kesalahan konsep yang paling umum mengenai wirausahawan adalah anggapan bahwa mereka sepenuhnya terdorong oleh keinginan menghasilkan uang. Sebaliknya, prestasi tampak sebagai motivasi utama para wirausahawan, uang hanyalah cara sederhana untuk mengitung skor atau pencapaian tujuan (simbol prestasi), dikutip dari (Zimmerer dan Scarborough, 2008: 7).

Tabel 3.1 Blue Print Perilaku Kewirausahaan

No	Aspek	<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>	Jumlah aitem
1.	Mau dan suka bekerja keras	1, 15, 29, 43	2, 16, 30, 44	8
2.	Berani mengambil resiko yang diperhitungkan	3, 17, 31, 45	4, 18, 32, 46	8
3.	Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri	5, 19, 33, 47	6, 20, 34, 48	8
4.	Bertanggung jawab	7, 21, 35, 49	8, 22, 36, 50	8
5.	Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi	9, 23, 37, 51	10, 24, 38, 52	8
6.	Berorientasi pada masa depan	11, 25, 39, 53	12, 26, 40, 54	8
7.	Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang	13, 27, 41, 55	14, 28, 42, 56	8
Jumlah		28	28	56

Dalam penyusunan skala ini, format aitem yang digunakan adalah format respon. Aitem yang akan dibuat sebanyak 56 aitem yang berasal dari tujuh aspek, masing-masing aitem terdiri dari aitem *Favorable* (mendukung atau memihak pada perilaku kewirausahaan) dan *Unfavorable* (tidak mendukung perilaku kewirausahaan). Pada skala ini terdapat empat alternatif jawaban yaitu: SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Tabel 3.2 Kategori Jawaban dan Skor Skala Perilaku Kewirausahaan

No	Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

3.5 Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan (Arikunto, 2002: 144). Berdasarkan instrumen yang digunakan adalah validitas konstruk. Azwar (2008: 131) menyatakan bahwa validitas konstruk sangat penting artinya terutama dalam pengembangan dan evaluasi terhadap skala-skala perilaku kewirausahaan. Untuk menguji validitas tiap-tiap aitem dalam instrumen digunakan teknik *product moment* (Arikunto, 2006: 274). Adapun rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(\text{Rumus 1})$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi X dan Y

N = Jumlah subjek

$\sum X$ = Jumlah skor total item (Nilai dari X)

$\sum Y$ = Jumlah skor total item (Nilai dari Y)

$\sum XY$ = Jumlah peralihan skor item (x) dengan skor total item (y)

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi Y

Hasil perhitungan validitas dengan taraf signifikansi 1% dengan bantuan SPSS versi 17.0. diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Skala Perilaku Kewirausahaan

Berdasarkan uji validitas, diperoleh hasil bahwa skala perilaku kewirausahaan yang terdiri dari 56 aitem terdapat 49 aitem yang valid dan 7 aitem yang tidak valid. Aitem dinyatakan valid apabila signifikansi aitem tersebut lebih besar dari $p > 0,01$. Sebaliknya, apabila signifikansi aitem lebih kecil dari $p < 0,01$ maka aitem dinyatakan tidak valid. Aitem yang tidak valid terdapat pada nomor 4, 15, 16, 27, 28, 31, dan 43.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Kewirausahaan

Variabel	Aspek	Aitem	
		<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>
Perilaku kewirausahaan	Mau dan suka bekerja keras	1, 15*, 29, 43*	2, 16*, 30, 44
	Berani mengambil resiko yang diperhitungkan	3, 17, 31*, 45	4*, 18, 32, 46
	Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri	5, 19, 33, 47	6, 20, 34, 48
	Bertanggung jawab	7, 21, 35, 49	8, 22, 36, 50
	Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi	9, 23, 37, 51	10, 24, 38, 52
	Berorientasi pada masa depan	11, 25, 39, 53	12, 26, 40, 54
	Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang	13, 27*, 41, 55	14, 28*, 42, 56
Jumlah		56	

Keterangan :

No aitem yang diberi tanda (*) merupakan aitem yang gugur.

3.5.2 Reliabilitas

Selain validitasnya, instrumen juga diukur reliabilitasnya. "Reliabilitas adalah kepercayaan suatu instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen memang sesuai dengan kenyataannya". Dalam penelitian ini, "untuk mencari reliabilitas instrumen, peneliti menggunakan rumus *alpha*, karena perolehan skor dalam skala ini merupakan rentangan berbentuk skor dari 1 sampai 4, skor yang diperoleh bukan 1 dan 0" (Arikunto, 2006:196).

Adapun rumus koefisien *alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left\{ \frac{K}{K-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\} \dots\dots\dots \text{(rumus 2)}$$

Keterangan:

- r₁₁ = Reliabilitas instrumen
- K = Banyaknya butir pertanyaan
- 1 = Bilangan Konstan
- Σσ²_b = Jumlah varian butir
- σ²_t = varians total

Reliabilitas menurut Azwar (2007 : 83) reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai 1,00. Semakin mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sebaliknya jika mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas Variabel Perilaku Kewirausahaan

Variabel	Hasil reliabilitas
Perilaku kewirausahaan	0,912

3.6 Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji coba t (t-test) (Arikunto, 2006 : 294) untuk menguji signifikansi perbedaan dua buah mean. Adapun rumus t-test adalah :

$$t = \frac{M_x - M_y}{SBbM}$$

Keterangan :

M_x : Mean dari kelompok yang satu

M_y : Mean dari kelompok yang lainnya

SB : Simpang baku (*Standart deviation*)

SBbM : Simpang baku beda mean

SBbM diperoleh dari : $\sqrt{SB^2.M_x + SB^2.M_y}$

SB² diperoleh dari : $\frac{\sum X^2}{N} - M^2$

SB²M_x diperoleh dari : $\frac{SB^2}{N-1}$

Mean diperoleh dari : $\frac{\sum X}{N}$

Dalam penelitian ini data yang diperoleh akan diolah menggunakan metode statistik agar hasil yang diperoleh obyektif. Analisis data untuk hipotesis, metode statistik yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh adalah uji t. Teknik

ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan perilaku kewirausahaan pada pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hal yang berhubungan dengan proses penelitian, hasil analisis data dan pembahasan mengenai “perilaku kewirausahaan pada pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa di pasar yaik permai Semarang”. Penelitian ini diharapkan akan memperoleh hasil sesuai dengan tujuan penelitian, oleh karena itu diperlukan analisis data yang tepat serta pembahasan mengenai analisis data tersebut secara jelas agar tujuan dari penelitian dapat tercapai.

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan skala psikologi. Data tersebut akan dianalisis dengan menggunakan metode yang telah ditentukan. Hal yang berkaitan dengan proses, hasil dan pembahasan hasil penelitian akan diuraikan sebagai berikut.

4.1 Persiapan Penelitian

4.1.1 Orientasi Kancan Penelitian

Orientasi kancan penelitian dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan. Tujuan dilaksanakan orientasi kancan penelitian adalah untuk mengetahui kesesuaian karakteristik subjek penelitian dengan lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan di pasar Yaik Permai Semarang yang beralamat Jl Alon-alon Timur Pasar Johar Semarang.

Pasar Yaik Permai berdiri sejak tahun 1975 merupakan salah satu sekolah yang siswanya terdapat dua jenis etnis yang berbeda, yaitu terdiri dari etnis Cina dan etnis Jawa

4.1.2 Proses Perijinan

Agar dapat melaksanakan penelitian yang bertempat di pasar Yaik Permai Semarang peneliti melakukan beberapa tahap perijinan. Pertama, untuk melakukan observasi awal di pasar Yaik Permai Semarang peneliti mengurus surat untuk perijinan dan mendapatkan surat ijin melakukan observasi oleh fakultas ilmu pendidikan tanggal 15 Mei 2012 dengan nomor : 2038/UN37.1.1/PP/2012 surat ini di kirim kepada kantor pusat dinas pasar kota yang berada di Jl. Dr. Cipto Nomor 115 Semarang, kemudian dari pihak dinas kota pasar memberikan surat balasan yang berisi pemberian ijin untuk melakukan observasi pada tanggal 1 Juni 2012 dengan nomor : 070/1150/2012.

Data observasi diambil pada bulan Mei sampai dengan bulan Juni. Pengambilan data awal dengan melakukan penyebaran skala kepada para pedagang yang memiliki etnis Cina dan etnis Jawa, serta meminta data nama-nama pedagang di pasar Yaik Permai Semarang dan data jumlah pedagang di pasar Yaik Permai Semarang.

Kedua, setelah melakukan observasi awal dan penyusunan instrumen penelitian, peneliti kembali ke pasar Yaik Permai Semarang untuk melakukan penelitian. Peneliti menyusun aitem yang sudah dirangkai sesuai dengan instrumen yang sesuai dengan tujuan penelitian menjadi skala psikologi. Ketiga, peneliti kemudian melakukan penelitian. Penelitian berlangsung pada hari jumat

tanggal 24 Agustus - 01 September 2012. Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan surat keterangan telah melakukan penelitian dari kepala pasar Yaik Permai Semarang dengan nomor : 070/92/2012.

4.2 Penyusunan Instrumen

Penyusunan instrumen dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu:

a. Membuat blue print

Pembuatan *blue print* dilakukan dengan cara menentukan terlebih dahulu variabel penelitian untuk kemudian dijadikan dalam beberapa aspek, kemudian aspek tersebut disusun menjadi beberapa butir aitem dalam sebuah skala.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku kewirausahaan. Pertama, skala perilaku kewirausahaan dijabarkan menjadi tujuh aspek yaitu aspek mau dan suka bekerja keras, berani mengambil resiko yang diperhitungkan, percaya terhadap diri sendiri dan mandiri, bertanggung jawab, mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi, berorientasi pada masa depan, dan menilai prestasi lebih tinggi daripada uang. Aspek tersebut kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator yang selanjutnya disusun menjadi aitem.

b. Menyusun format instrumen

Format skala dalam penelitian ini disusun untuk memudahkan responden dalam mengisi skala. Format skala ini bertujuan untuk mengukur perilaku kewirausahaan. Format skalanya terdiri atas:

1) Halaman sampul skala

Halaman sampul skala berisi judul skala yang digunakan dalam penelitian ini, namun judul tidak dituliskan secara eksplisit mengenai variabel apa yang diukur, melainkan hanya ditulis Skala Psikologi, ditujukan kepada pedagang di pasar Yaik Permai Semarang, kertas jawaban ditandai dengan warna yang berbeda. Warna biru untuk pedagang dari etnis Cina, warna kuning untuk pedagang dari etnis Jawa dan identitas peneliti. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari responden menjawab skala dengan apa adanya atau dibuat-buat.

2) Identitas Responden

Identitas Responden meliputi: nama, lama berdagang, jenis dagangan.

3) Petunjuk pengisian

Petunjuk pengisian memberikan penjelasan kepada responden mengenai cara mengisi skala yang benar, meminta untuk membaca dengan seksama memberikan jawaban yang tidak dibuat-buat, petunjuk mengganti jawaban apabila terdapat kekeliruan dalam menjawab serta contoh memberikan jawaban dengan tepat.

4) Butir instrumen

Butir aitem merupakan serangkaian pernyataan mengenai perilaku kewirausahaan sebanyak 56 aitem.

c. Menyebarkan instrumen penelitian kepada responden

Setelah instrumen disusun dan didapatkan instrumen yang sesuai maka instrumen penelitian siap untuk disebarkan kepada responden.

4.3 Pelaksanaan Penelitian

4.3.1 Pengumpulan Data

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada hari Jumat tanggal 24 Agustus 2012 sampai hari Sabtu 01 September 2012. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku kewirausahaan yang memiliki empat alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Selama proses pengumpulan data, penyebaran skala dilakukan dengan cara peneliti datang ke pasar Yaik Permai Semarang pada pukul 11.00 WIB – selesai. Peneliti datang ke toko pertoko yang ditemani salah satu petugas yang telah diutus oleh pihak kepala pasar untuk mempermudah kegiatan penelitian, kemudian peneliti memperkenalkan diri kepada pedagang dan menyampaikan maksud kedatangannya ke toko tersebut. Peneliti kemudian membagikan skala pada pedagang dari etnis Cina dan pedagang dari etnis Jawa dan terus mendatangi toko satu persatu sampai sebanyak responden yang peneliti sudah tentukan. Peneliti disini membantu dengan membacakan soal skala atau sebaliknya membantu mengisikan jawaban sesuai dengan jawaban dari responden. Setelah responden selesai mengisi skala, kemudian peneliti mendatangi kembali toko yang sesuai dengan karakteristik responden sampai jumlah responden mencukupi sesuai dengan jumlah yang ditentukan. Pelaksanaan penelitian ini berjalan cukup lancar dan responden tidak merasa bingung dalam mengisi karena rata-rata responden bisa membaca dan memahami petunjuk pengisian skala.

4.3.2 Pelaksanaan Skoring

Setelah pengumpulan data dilakukan, selanjutnya skala yang telah diisi responden kemudian dilakukan penyekoran. Langkah-langkah penyekoran dilakukan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban yang telah diisi oleh responden dengan rentang skor satu sampai dengan empat pada skala perilaku kewirausahaan yang selanjutnya ditabulasi. Setelah dilakukan tabulasi langkah selanjutnya adalah melakukan olah data yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji homogenitas, uji normalitas dan uji hipotesis.

4.4 Analisis Deskriptif

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif. Untuk menganalisis hasil penelitian, peneliti menggunakan angka yang dideskripsikan dengan menguraikan kesimpulan yang didasari oleh angka yang diolah dengan metode statistik. Metode statistik digunakan untuk menghitung besarnya Mean Hipotetik (Mean Teoritik), dan Standard Deviasi (σ) dengan mendasarkan pada jumlah aitem, dan skor maksimal serta skor minimal pada masing-masing alternatif jawaban. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kategorisasi model distribusi normal (Azwar, 2009 : 108-109). Penggolongan subjek ke dalam tiga kategori adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Penggolongan Kriteria Analisis Berdasar Mean Hipotetik

Interval	Kategori
$X < (\mu - 1,0 \sigma)$	Rendah
$(\mu - 1,0 \sigma) \leq X < (\mu + 1,0 \sigma)$	Sedang
$(\mu + 1,0 \sigma) \leq X$	Tinggi

Keterangan:

M = Mean

σ = Standar Deviasi

X = Skor

Deskripsi data di atas memberikan gambaran penting mengenai distribusi skor skala pada kelompok subjek yang dikenai pengukuran dan berfungsi sebagai informasi mengenai keadaan subjek pada aspek atau variabel yang diteliti (Azwar, 2009: 105).

4.4.1 Deskriptif Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai deskripsi tingkat perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa, dan perbedaan, tingkat perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa.

4.4.1.1 Gambaran Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina

Dari penggolongan kategori analisis berdasarkan mean hipotetik yang sudah disajikan pada tabel 4.1 diperoleh gambaran umum dari perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa sebagai berikut:

Jumlah Item = 49

Skor tertinggi = $4 \times 49 = 196$

Skor terendah = $1 \times 49 = 49$

Mean Teoritik = (Skor Teringgi + Skor Terendah) : 2

= $(196 + 49) : 2$

= 122,5

$$\text{Standar Deviasi} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6$$

$$= (196 - 49) : 6$$

$$= 24,5$$

Gambaran secara umum perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 122,5$ dan $SD = 24,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 122,5 - (1,0 \times 24,5) = 98$$

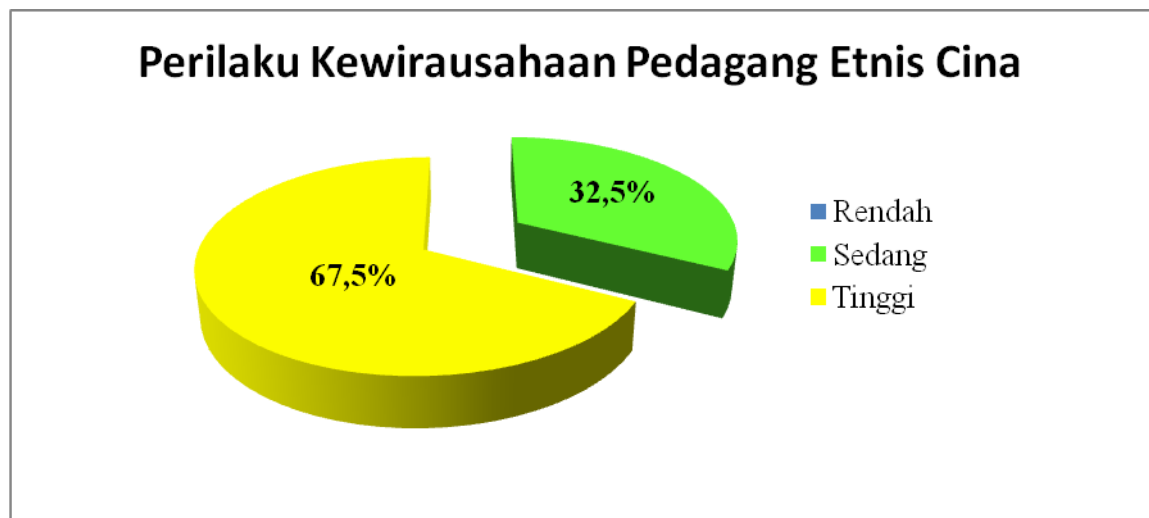
$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 122,5 + (1,0 \times 24,5) = 147$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh distribusi frekuensi perilaku kewirausahaan dari pedagang etnis Cina sebagai berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 98$	-	-
Sedang	$98 \leq X < 147$	13	32,5 %
Tinggi	$147 \leq X$	27	67,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan yang tergolong tinggi dan sebagian lagi berada dalam kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.1 Diagram Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina

4.4.1.2 Gambaran Spesifik Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina

Ditinjau Dari Aspek

Perilaku kewirausahaan meliputi 7 aspek yaitu: diantaranya adalah Mau dan suka bekerja keras, Berani mengambil resiko yang diperhitungkan, Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri, Bertanggung jawab, Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi, Berorientasi pada masa depan, dan Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang. Berikut ini diuraikan satu persatu gambaran diskriptif aspek perilaku kewirausahaan :

1) Mau dan Suka Bekerja Keras

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek mau dan suka bekerja keras dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek mau dan suka bekerja keras = 7

Skor tertinggi = $7 \times 4 = 28$

Skor terendah = $7 \times 1 = 7$

$$\begin{aligned}\text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 28 + 7 : 2 \\ &= 17,5\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Standar Deviasi} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6 \\ &= (28 - 7) : 6 \\ &= 3,5\end{aligned}$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek mau dan suka bekerja keras berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 17,5$ dan $SD = 3,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

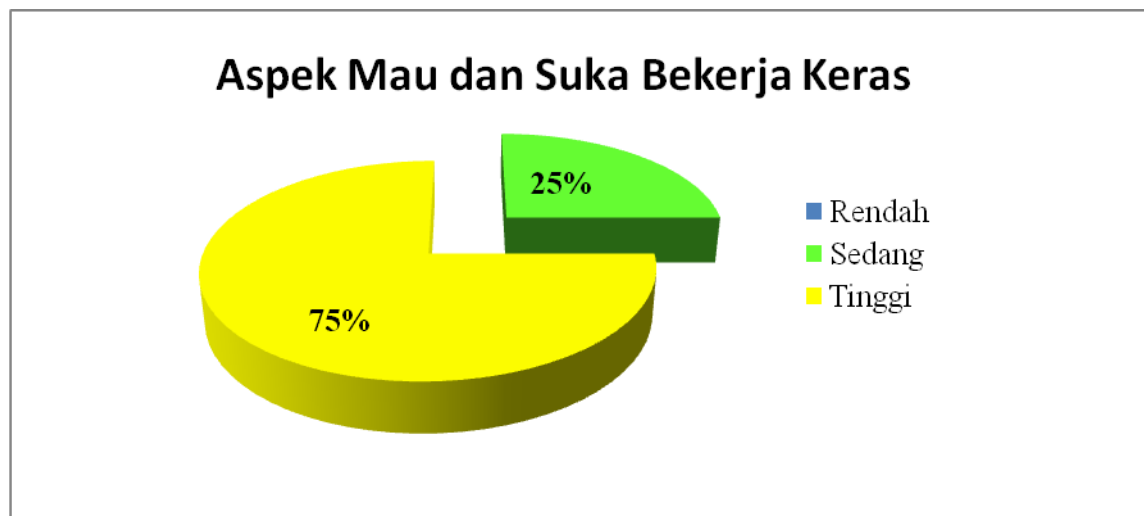
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 17,5 - 3,5 = 14$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 17,5 + 3,5 = 21$$

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 14$	-	-
Sedang	$14 \leq X < 21$	10	25 %
Tinggi	$21 \leq X$	30	75 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek mau dan suka bekerja keras tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.2 Diagram Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Cina

Mean empirik aspek mau dan suka bekerja keras sebesar 21,9. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek mau dan suka bekerja keras : Jumlah subjek

$$= 877 : 40$$

$$= 21,9$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 21,9 : 7$$

$$= 3,13$$

2) Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan = 6

Skor tertinggi = $6 \times 4 = 24$

Skor terendah = $6 \times 1 = 6$

$$\begin{aligned}\text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 24 + 6 : 2 \\ &= 15\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Standar Deviasi} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6 \\ &= (24 - 6) : 6 \\ &= 3\end{aligned}$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 15$ dan $SD = 3$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

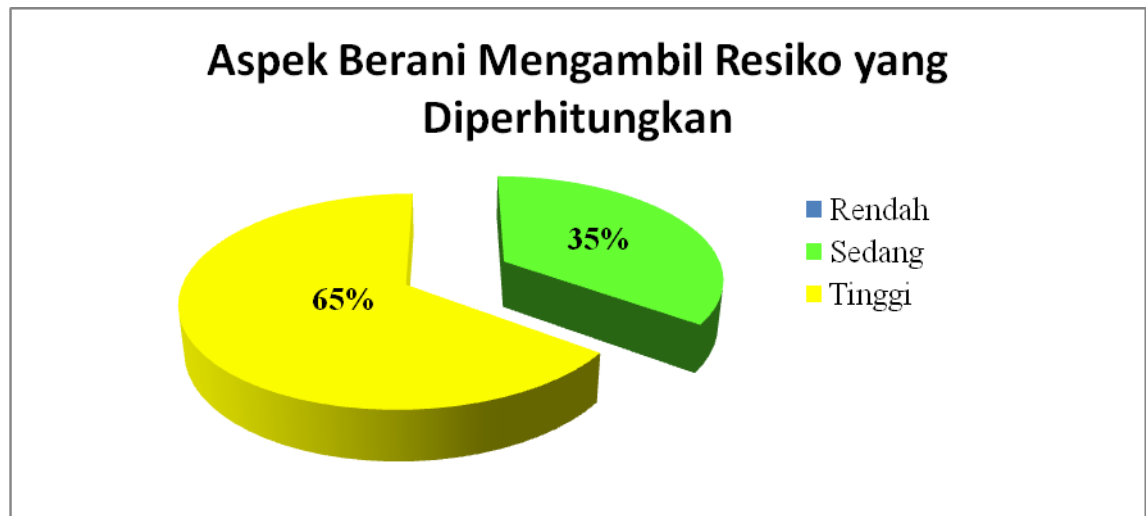
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 15 - 3 = 12$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 15 + 3 = 18$$

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 12$	-	-
Sedang	$12 \leq X < 18$	14	35 %
Tinggi	$18 \leq X$	26	65 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.3 Diagram Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan
Pedagang Etnis Cina

Mean empirik aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan sebesar 18,2. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan :

Jumlah subjek

$$= 729 : 40$$

$$= 18,2$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 18,2 : 6$$

$$= 3,03$$

3) Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri = 8

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

$$\text{Mean Teoritik} = (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2$$

$$= 32 + 8 : 2$$

$$= 20$$

$$\text{Standar Deviasi} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6$$

$$= (32 - 8) : 6$$

$$= 4$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 20$ dan $SD = 4$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

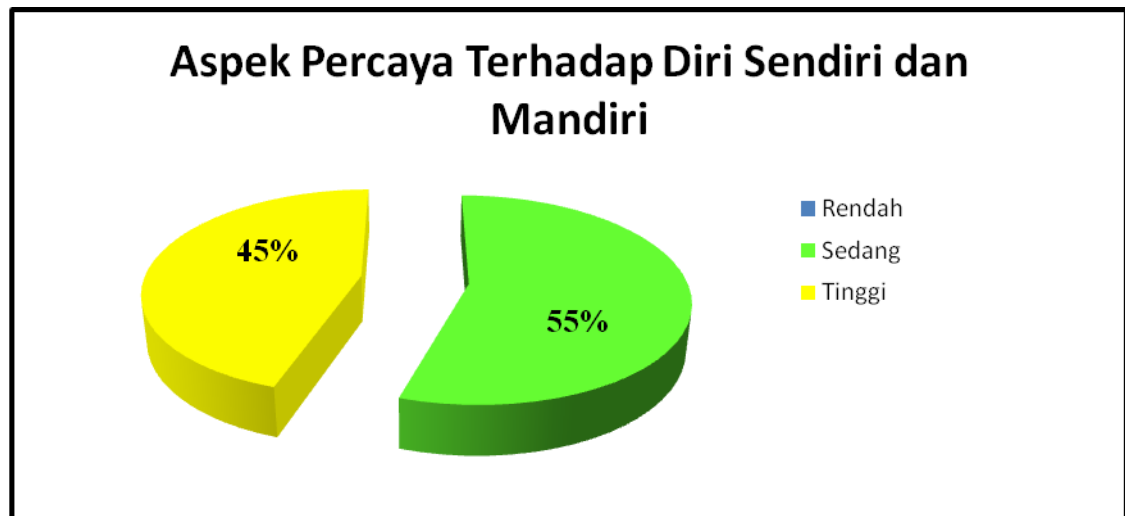
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 20 - 4 = 16$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 20 + 4 = 24$$

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Aspek Percaya terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 16$	-	-
Sedang	$16 \leq X < 24$	22	55 %
Tinggi	$24 \leq X$	18	45 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.4 Diagram Aspek Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Cina

Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri
: Jumlah subjek

$$= 938 : 40$$

$$= 23,45$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 23,45 : 8$$

$$= 2,93$$

4) Bertanggung Jawab

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek bertanggung jawab dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah aitem dalam aspek bertanggung jawab = 5

Skor tertinggi = $5 \times 4 = 20$

$$\text{Skor terendah} = 5 \times 1 = 5$$

$$\text{Mean Teoritik} = (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2$$

$$= 20 + 5 : 2$$

$$= 12,5$$

$$\text{Standar Deviasi} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6$$

$$= (20 - 5) : 6$$

$$= 2,5$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek bertanggung jawab berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 12,5$ dan $SD = 2,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

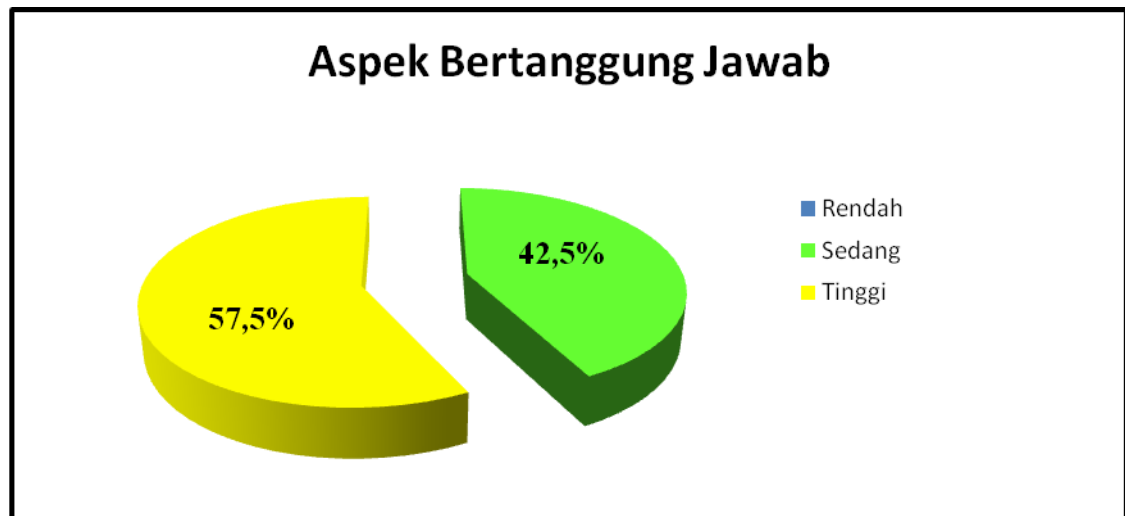
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 12,5 - 2,5 = 10$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 12,5 + 2,5 = 15$$

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	\sum Subjek	%
Rendah	$X < 10$	-	-
Sedang	$10 \leq X < 15$	17	42,5 %
Tinggi	$15 \leq X$	23	57,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek bertanggung jawab tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.5 Diagram Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Cina

Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean empirik} &= \text{Skor total aspek bertanggung jawab} : \text{Jumlah subjek} \\ &= 594 : 40 \\ &= 14,85 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata skor} &= \text{Mean empirik} : \text{Jumlah aitem} \\ &= 14,85 : 5 \\ &= 2,97 \end{aligned}$$

5) Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Aitem dalam aspek mau dan suka bekerja keras} = 8$$

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 32 + 8 : 2 \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6 \\ &= (32 - 8) : 6 \\ &= 4 \end{aligned}$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 20$ dan $SD = 4$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

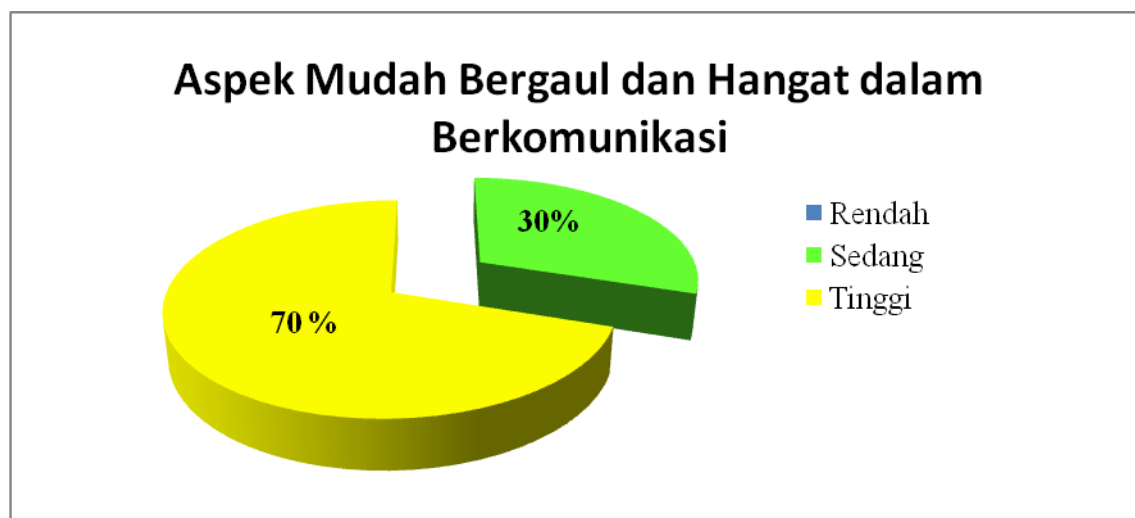
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 20 - 4 = 16$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 20 + 4 = 24$$

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 16$	-	-
Sedang	$16 \leq X < 24$	12	30 %
Tinggi	$24 \leq X$	28	70 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.6 Diagram Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Cina

Mean empirik aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi sebesar 24,65. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi

: Jumlah subjek

$$= 986 : 40$$

$$= 24,65$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 24,65 : 8$$

$$= 3,08$$

6) Berorientasi pada Masa Depan

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek Berorientasi pada masa depan dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek berorientasi pada masa depan = 7

$$\text{Skor tertinggi} = 7 \times 4 = 28$$

$$\text{Skor terendah} = 7 \times 1 = 7$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 28 + 7 : 2 \\ &= 17,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6 \\ &= (28 - 7) : 6 \\ &= 3,5 \end{aligned}$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek berorientasi pada masa depan berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 17,5$ dan $SD = 3,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

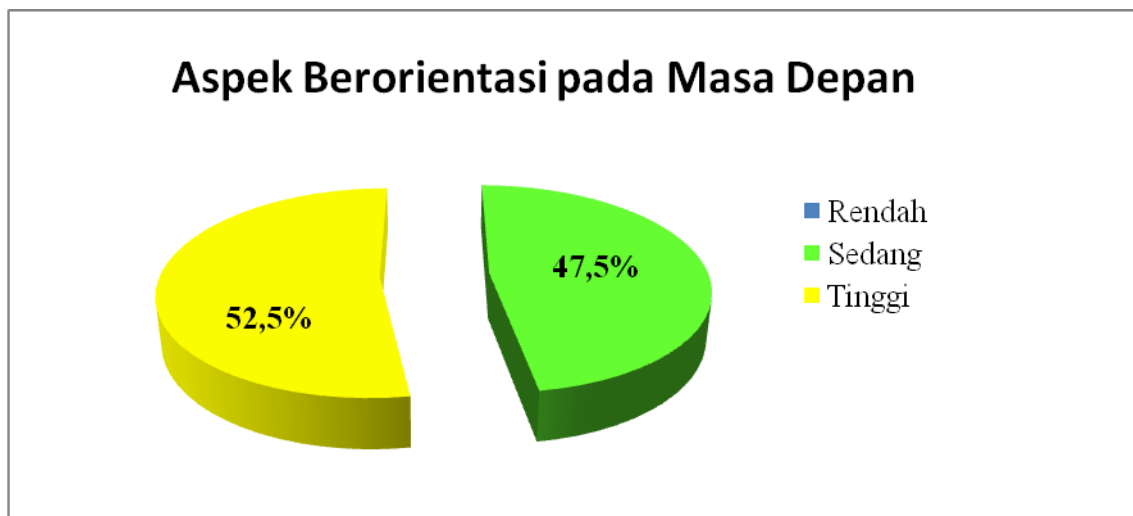
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 17,5 - 3,5 = 14$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 17,5 + 3,5 = 21$$

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Aspek berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 14$	-	-
Sedang	$14 \leq X < 21$	19	47,5 %
Tinggi	$21 \leq X$	21	52,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari berorientasi pada masa depan tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.7 Diagram Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Cina

Mean empirik aspek berorientasi pada masa depan sebesar 20,7. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean empirik} &= \text{Skor total aspek berorientasi pada masa depan} : \text{Jumlah subjek} \\ &= 828 : 40 \\ &= 20,7 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata skor} &= \text{Mean empirik} : \text{Jumlah aitem} \\ &= 20,7 : 7 \\ &= 2,95 \end{aligned}$$

7) Menilai Prestasi lebih Tinggi Daripada Uang

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berdasarkan aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang = 8

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 32 + 8 : 2 \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6 \\ &= (32 - 8) : 6 \\ &= 4 \end{aligned}$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 20$ dan $SD = 4$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

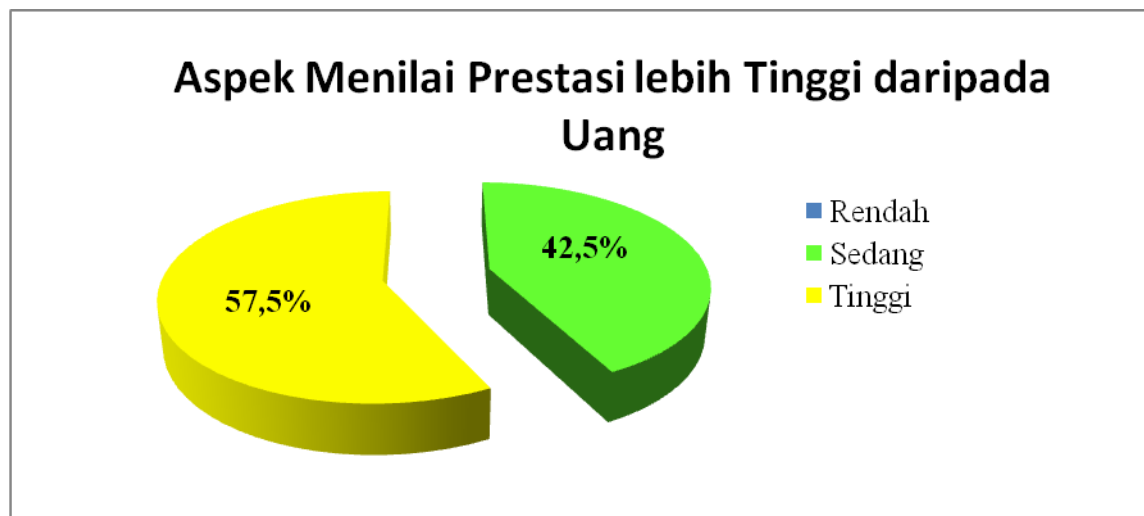
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 20 - 4 = 16$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 20 + 4 = 24$$

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Aspek Menilai Prestasi Lebih Tinggi Daripada Uang Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 16$	-	-
Sedang	$16 \leq X < 24$	17	42,5 %
Tinggi	$24 \leq X$	23	57,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari menilai prestasi lebih tinggi daripada uang tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.8 Diagram Aspek Menilai Prestasi lebih Tinggi daripada Uang

Pedagang Etnis Cina

Mean empirik aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang sebesar .

Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang :

Jumlah subjek

$$= 967 : 40$$

$$= 24,17$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 24,17 : 8$$

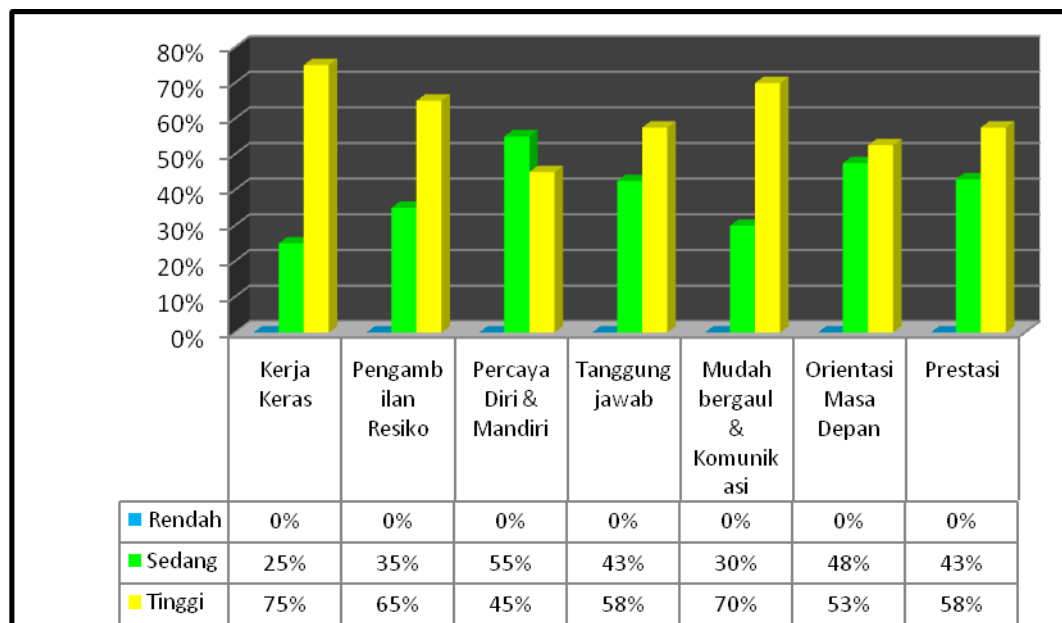
$$= 3,02$$

Adapun hasil analisis deskriptif variabel perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina secara lebih ringkas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10 Ringkasan Penjelasan Deskriptif Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina

No.	Aspek	Distribusi Frekuensi	F	%	Mean Empirik	Mean Teoritik
1.	Mau dan Suka Bekerja Keras	Rendah	-	-	21,9	17,5
		Sedang	10	25 %		
		Tinggi	30	75 %		
2.	Berani mengambil resiko yang diperhitungkan	Rendah	-	-	18,2	15
		Sedang	14	35 %		
		Tinggi	26	65 %		
3.	Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri	Rendah	-	-	23,45	20
		Sedang	22	55 %		
		Tinggi	18	45 %		
4.	Bertanggung jawab	Rendah	-	-	14,85	12,5
		Sedang	17	42,5 %		
		Tinggi	23	57,5 %		
5.	Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi	Rendah	-	-	24,65	20
		Sedang	12	30 %		
		Tinggi	28	70 %		
6.	Berorientasi pada masa depan	Rendah	-	-	20,7	17,5
		Sedang	19	47,5 %		
		Tinggi	21	52,5 %		
7.	Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang	Rendah	-	-	24,17	20
		Sedang	17	42,5 %		
		Tinggi	23	57,5 %		

Berdasarkan penjelasan dari masing-masing aspek perilaku kewirausahaan di atas, secara lebih jelas dapat dilihat dalam diagram sebagai berikut:



4.9. Diagram Ringkasan Tujuh Aspek Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis

Cina

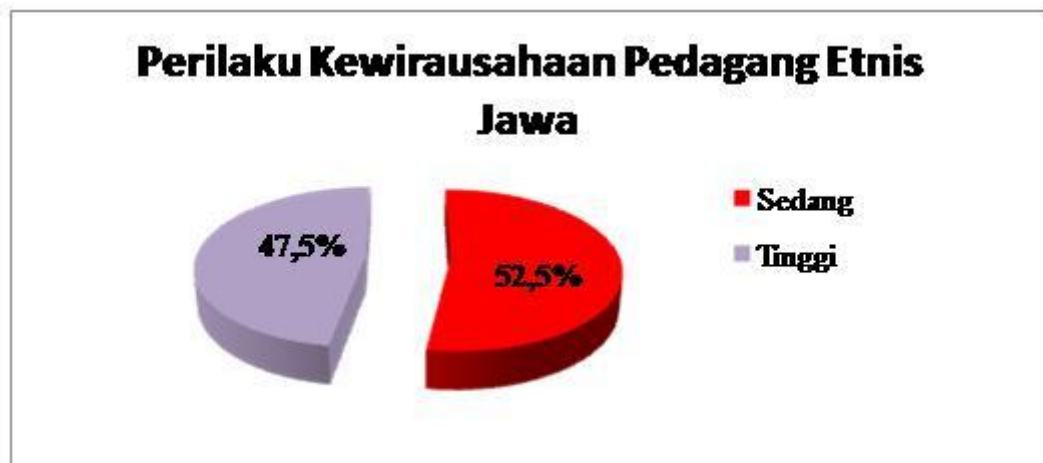
4.4.1.3 Gambaran Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh distribusi frekuensi perilaku kewirausahaan dari pedagang etnis Jawa sebagai berikut:

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 98$	-	-
Sedang	$98 \leq X < 147$	21	52,5 %
Tinggi	$147 \leq X$	19	47,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan yang tergolong sedang dan sebagian lagi berada dalam kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.10 Diagram Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa

4.4.1.4 Gambaran Spesifik Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa Ditinjau Dari Aspek

Perilaku kewirausahaan meliputi 7 aspek yaitu: diantaranya adalah Mau dan suka bekerja keras, Berani mengambil resiko yang diperhitungkan, Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri, Bertanggung jawab, Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi, Berorientasi pada masa depan, dan Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang. Berikut ini diuraikan satu persatu gambaran diskriptif aspek perilaku kewirausahaan :

1) Mau dan Suka Bekerja Keras

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek mau dan suka bekerja keras dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek mau dan suka bekerja keras = 7

Skor tertinggi = $7 \times 4 = 28$

Skor terendah = $7 \times 1 = 7$

Mean Teoritik = $(\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2$

$$= 28 + 7 : 2$$

$$= 17,5$$

Standar Deviasi = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) : 6

$$= (28 - 7) : 6$$

$$= 3,5$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek mau dan suka bekerja keras berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 17,5$ dan $SD = 3,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 17,5 - 3,5 = 14$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 17,5 + 3,5 = 21$$

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 14$	1	2,5 %
Sedang	$14 \leq X < 21$	16	40 %
Tinggi	$21 \leq X$	23	57,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek mau dan suka bekerja keras tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.11 Diagram Aspek Mau dan Suka Bekerja Keras Pedagang Etnis Jawa

Mean empirik aspek mau dan suka bekerja keras sebesar 20,15. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Mean empirik} &= \text{Skor total aspek mau dan suka bekerja keras} : \text{Jumlah subjek} \\ &= 806 : 40 \\ &= 20,15 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata skor} &= \text{Mean empirik} : \text{Jumlah aitem} \\ &= 20,15 : 7 \\ &= 2,87 \end{aligned}$$

2) Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan = 6

$$\text{Skor tertinggi} = 6 \times 4 = 24$$

$$\text{Skor terendah} = 6 \times 1 = 6$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 24 + 6 : 2 \end{aligned}$$

$$= 15$$

Standar Deviasi = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) : 6

$$= (24 - 6) : 6$$

$$= 3$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa ditinjau dari aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 15$ dan $SD = 3$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 15 - 3 = 12$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 15 + 3 = 18$$

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 12$	1	2,5 %
Sedang	$12 \leq X < 18$	20	50 %
Tinggi	$18 \leq X$	19	47,5 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.12 Diagram Aspek Berani Mengambil Resiko yang Diperhitungkan Pedagang Etnis Jawa

Mean empirik aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan sebesar 17,07. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek berani mengambil resiko yang diperhitungkan :

Jumlah subjek

$$= 683 : 40$$

$$= 17,07$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 17,07 : 6$$

$$= 2,84$$

3) Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri = 8

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

$$\begin{aligned} \text{Mean Teoritik} &= (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2 \\ &= 32 + 8 : 2 \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6 \\ &= (32 - 8) : 6 \\ &= 4 \end{aligned}$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa ditinjau dari aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 20$ dan $SD = 4$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 20 - 4 = 16$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 20 + 4 = 24$$

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Aspek Percaya terhadap Diri Sendiri dan Mandiri Pedagang Etnis Cina

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 16$	-	-
Sedang	$16 \leq X < 24$	28	70 %
Tinggi	$24 \leq X$	12	30 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.13 Diagram Aspek Percaya Terhadap Diri Sendiri dan Mandiri
Pedagog Etnis Jawa

Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik= Skor total aspek percaya terhadap diri sendiri dan mandiri :

Jumlah subjek

$$= 904 : 40$$

$$= 22,6$$

Rata-rata skor= Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 22,6 : 8$$

$$= 2,82$$

4) Bertanggung Jawab

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek bertanggung jawab dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah aitem dalam aspek bertanggung jawab = 5

Skor tertinggi = $5 \times 4 = 20$

Skor terendah = $5 \times 1 = 5$

$$\text{Mean Teoritik} = (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2$$

$$= 20 + 5 : 2$$

$$= 12,5$$

$$\text{Standar Deviasi} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6$$

$$= (20 - 5) : 6$$

$$= 2,5$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek bertanggung jawab berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 12,5$ dan $SD = 2,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

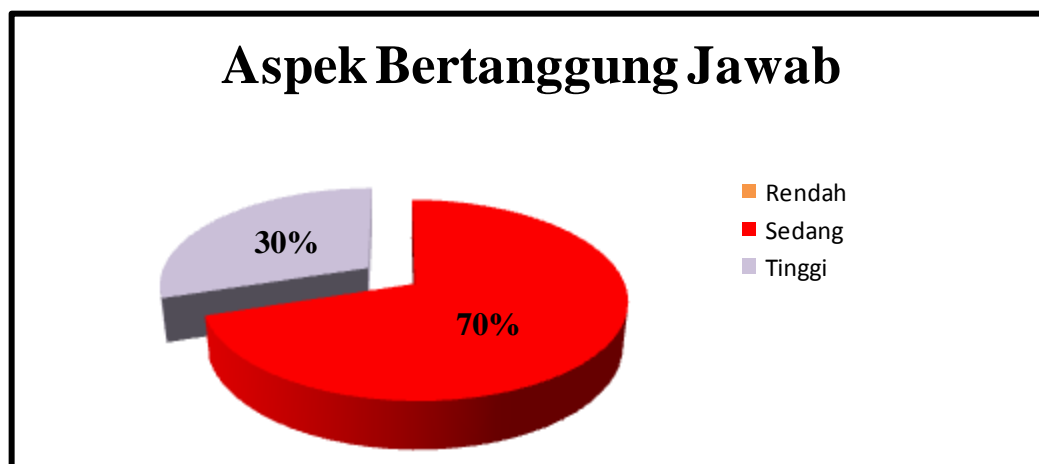
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 12,5 - 2,5 = 10$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 12,5 + 2,5 = 15$$

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 10$	-	-
Sedang	$10 \leq X < 15$	28	70 %
Tinggi	$15 \leq X$	12	30 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek bertanggung jawab tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.14 Diagram Aspek Bertanggung Jawab Pedagang Etnis Jawa

Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek bertanggung jawab : Jumlah subjek

$$= 535 : 40$$

$$= 13,37$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 13,37 : 5$$

$$= 2,67$$

5) Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek mau dan suka bekerja keras = 8

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

Mean Teoritik = (Skor Tertinggi + Skor Terendah) : 2

$$= 32 + 8 : 2$$

$$= 20$$

Standar Deviasi = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) : 6

$$= (32 - 8) : 6$$

$$= 4$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina ditinjau dari aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 20$ dan $SD = 4$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

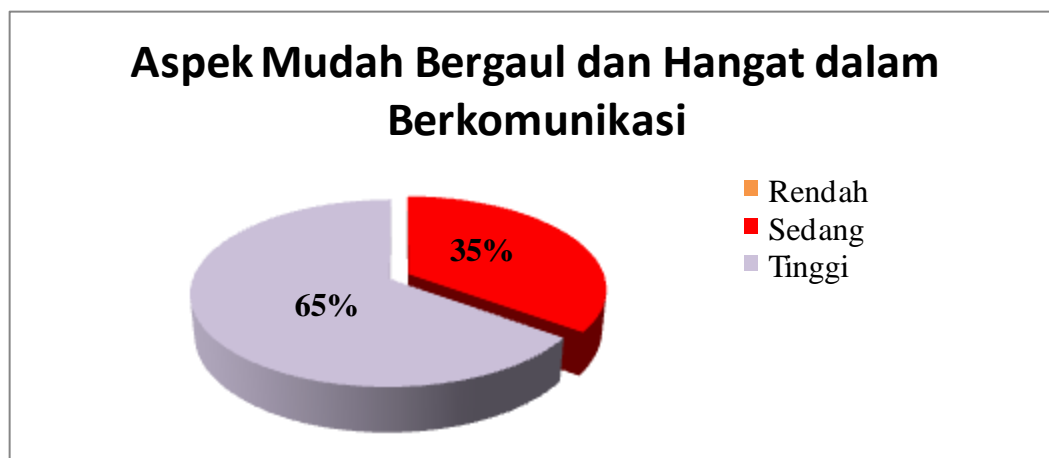
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 20 - 4 = 16$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 20 + 4 = 24$$

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 16$	-	-
Sedang	$16 \leq X < 24$	14	35 %
Tinggi	$24 \leq X$	26	65 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi tergolong pada kategori tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.15 Diagram Aspek Mudah Bergaul dan Hangat dalam Berkomunikasi Pedagang Etnis Jawa

Mean empirik aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi sebesar 23,9. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = $\frac{\text{Skor total aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi}}{\text{Jumlah subjek}}$

$= \frac{956}{40}$

$= 23,9$

$= 23,9$

Rata-rata skor = $\frac{\text{Mean empirik}}{\text{Jumlah aitem}}$

$= \frac{23,9}{8}$

$= 2,98$

6) Berorientasi pada Masa Depan

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek

Berorientasi pada masa depan dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek berorientasi pada masa depan = 7

Skor tertinggi = $7 \times 4 = 28$

$$\text{Skor terendah} = 7 \times 1 = 7$$

$$\text{Mean Teoritik} = (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2$$

$$= 28 + 7 : 2$$

$$= 17,5$$

$$\text{Standar Deviasi} = (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : 6$$

$$= (28 - 7) : 6$$

$$= 3,5$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa ditinjau dari aspek berorientasi pada masa depan berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 17,5$ dan $SD = 3,5$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

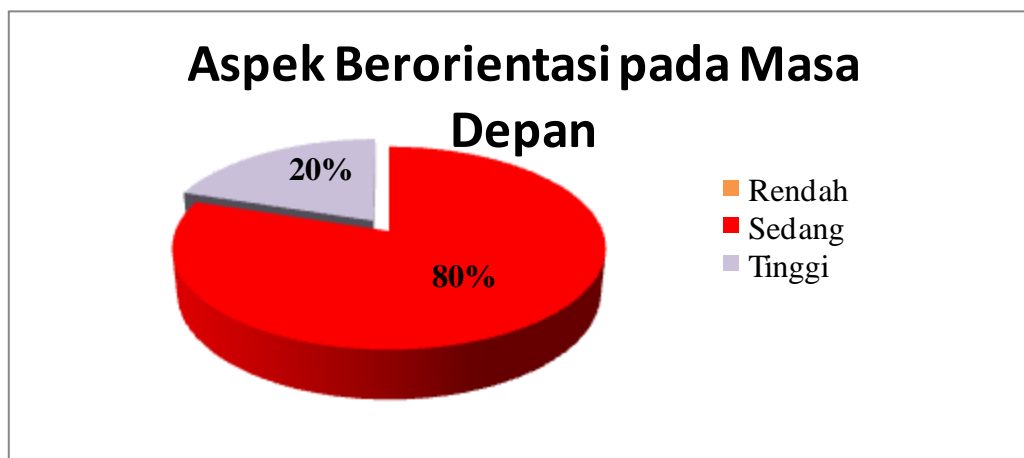
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 17,5 - 3,5 = 14$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 17,5 + 3,5 = 21$$

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 14$	-	-
Sedang	$14 \leq X < 21$	32	80 %
Tinggi	$21 \leq X$	8	20 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari berorientasi pada masa depan tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.16 Diagram Aspek Berorientasi pada Masa Depan Pedagang Etnis Jawa

Mean empirik aspek berorientasi pada masa depan sebesar 19,12. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek berorientasi pada masa depan : Jumlah subjek

$$= 765 : 40$$

$$= 19,12$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 19,12 : 7$$

$$= 2,73$$

7) Menilai Prestasi lebih Tinggi Daripada Uang

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berdasarkan aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang dijelaskan sebagai berikut:

Jumlah Aitem dalam aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang = 8

$$\text{Skor tertinggi} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Skor terendah} = 8 \times 1 = 8$$

$$\text{Mean Teoritik} = (\text{Skor Tertinggi} + \text{Skor Terendah}) : 2$$

$$= 32 + 8 : 2$$

$$= 20$$

Standar Deviasi = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) : 6

$$= (32 - 8) : 6$$

$$= 4$$

Gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa ditinjau dari aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $M = 20$ dan $SD = 4$. Selanjutnya dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

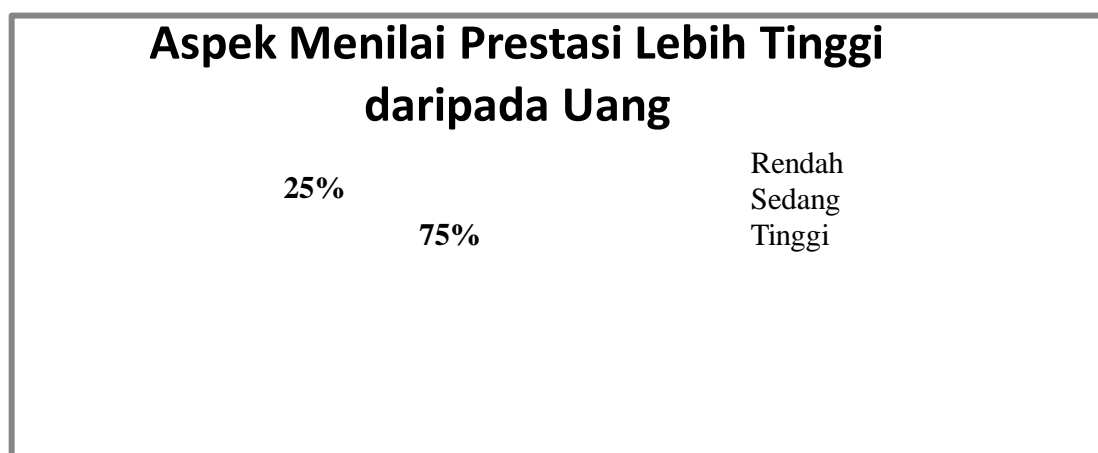
$$\text{Mean} - 1,0 \text{ SD} = 20 - 4 = 16$$

$$\text{Mean} + 1,0 \text{ SD} = 20 + 4 = 24$$

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Aspek Menilai Prestasi Lebih Tinggi Daripada Uang Pedagang Etnis Jawa

Distribusi Frekuensi	Interval	Σ Subjek	%
Rendah	$X < 16$	-	-
Sedang	$16 \leq X < 24$	30	75 %
Tinggi	$24 \leq X$	10	25 %
Jumlah		40	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang etnis Jawa memiliki perilaku kewirausahaan ditinjau dari menilai prestasi lebih tinggi daripada uang tergolong pada kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram prosentase di bawah ini:



Gambar 4.17 Diagram Aspek Menilai Prestasi lebih Tinggi daripada Uang

Pedagang Etnis Jawa

Mean empirik aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang sebesar 21,42. Mean empirik ini diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

Mean empirik = Skor total aspek menilai prestasi lebih tinggi daripada uang :

Jumlah subjek

$$= 857 : 40$$

$$= 21,42$$

Rata-rata skor = Mean empirik : Jumlah aitem

$$= 21,42 : 8$$

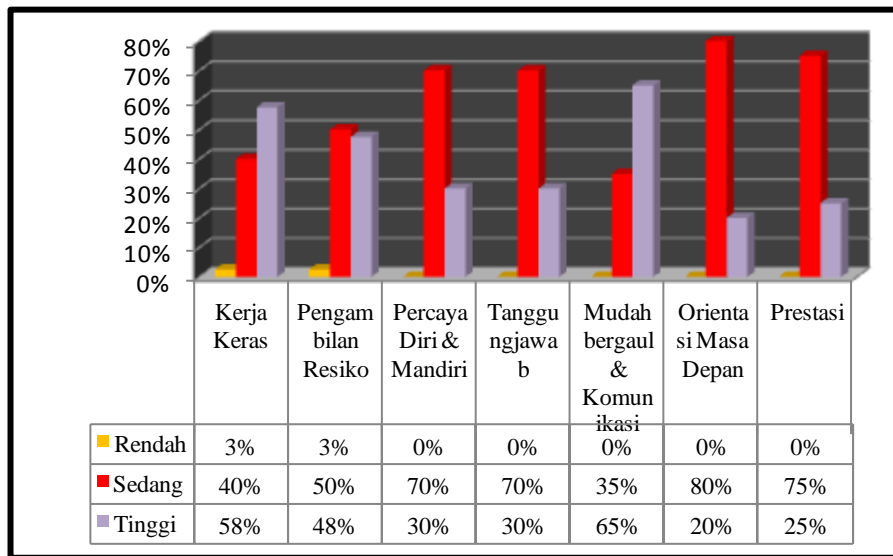
$$= 2,67$$

Adapun hasil analisis deskriptif variabel perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa secara lebih ringkas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

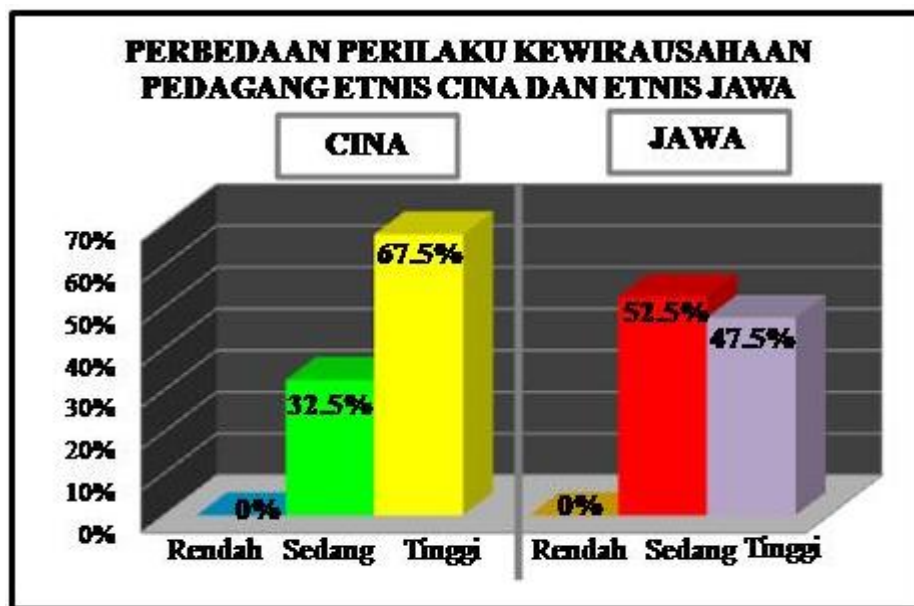
Tabel 4.19 Ringkasan Penjelasan Deskriptif Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa

No.	Aspek	Distribusi Frekuensi	F	%	Mean Empirik	Mean Teoritik
1.	Mau dan Suka Bekerja Keras	Rendah	1	2,5 %	20,15	17,5
		Sedang	16	40 %		
		Tinggi	23	57,5 %		
2.	Berani mengambil resiko yang diperhitungkan	Rendah	1	2,5 %	17,07	15
		Sedang	20	50 %		
		Tinggi	19	47,5 %		
3.	Percaya terhadap diri sendiri dan mandiri	Rendah	-	-	22,6	20
		Sedang	28	70 %		
		Tinggi	12	30 %		
4.	Bertanggung jawab	Rendah	-	-	13,37	12,5
		Sedang	28	70 %		
		Tinggi	12	30 %		
5.	Mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi	Rendah	-	-	23,9	20
		Sedang	14	35 %		
		Tinggi	26	65 %		
6.	Berorientasi pada masa depan	Rendah	-	-	19,12	17,5
		Sedang	32	80 %		
		Tinggi	8	20 %		
7.	Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang	Rendah	-	-	21,42	20
		Sedang	30	75 %		
		Tinggi	10	25 %		

Berdasarkan penjelasan dari masing-masing aspek perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa di atas, secara lebih jelas dapat dilihat dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 4.18. Diagram Ringkasan Tujuh Aspek Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa



Gambar 4.19 Diagram Perbedaan Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa

4.5 Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di Pasar Yaik Permai Semarang tentang apakah ada perbedaan mengenai Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa, dibawah ini dijelaskan hasil penelitian sebagai berikut.

4.5.1 Hasil Uji Asumsi

4.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat kenormalan distribusi data variabel penelitian. Data yang terdistribusi secara normal akan membentuk distribusi normal, di mana data memusat pada nilai rata-rata dan median. Hal ini untuk melihat apakah subjek penelitian memenuhi syarat sebaran normal untuk mewakili populasi. Hasil pengujiannya dapat dilihat dari tabel uji normalitas data dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang pengolahannya dilakukan dengan bantuan *SPSS 17.0 for windows*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data adalah jika nilai $p > 0,01$ maka sebaran data berdistribusi normal, sedangkan jika $p < 0,01$ maka sebaran data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PK_Cina	PK_Jawa
N		40	40
Normal Parameters ^a	Mean	1.4798E2	137.6500
	Std. Deviation	1.01691E1	13.86482
Most Extreme Differences	Absolute	.085	.201
	Positive	.085	.082
	Negative	-.080	-.201
Kolmogorov-Smirnov Z		.536	1.274
Asymp. Sig. (2-tailed)		.936	.078

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas variabel menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memperlihatkan bahwa perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa mempunyai koefisien K-Sz = 1,274 dan signifikansinya sebesar 0,078, pada perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina mempunyai koefisien K-Sz = 0,536 dan signifikansinya sebesar 0,936. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,01 ($>\alpha = 0,01$), maka dapat dikatakan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

4.5.1.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi sampel yang diambil dari populasi yang sama memiliki keseragaman atau tidak. Menurut Arikunto (2006:320) bahwa pengujian homogenitas menjadi sangat penting apabila peneliti bermaksud melakukan generalisasi untuk hasil penelitiannya serta penelitian yang data penelitiannya diambil dari kelompok-kelompok terpisah yang berasal dari satu populasi.

Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan *levene test*. Maka jika probabilitas $< 0,01$ berarti H_0 ditolak atau data tidak berdistribusi homogen. Hasil

uji homogenitas data pada penelitian dapat dilihat dalam lampiran. Pada tabel diketahui bahwa kolom sig. adalah 0,017 untuk variabel perilaku kewirausahaan. Jika angka signifikansi di atas 0,01 ($0,017 > 0,01$) maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah dinyatakan homogen.

4.5.1.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis perilaku kewirausahaan pada penelitian ini menggunakan teknik statistik t-test dengan bantuan SPSS *versi 17.0 for windows*. Dengan hasil sebagai berikut:

Hasil dari perhitungan uji t-test pada perilaku kewirausahaan terhadap pedagang etnis Cina dan perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa diperoleh dengan taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil nilai $p < 0,01$, berarti bahwa H_a diterima yang artinya ada perbedaan perilaku kewirausahaan antara pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang.

4.5.2 Uji Perbedaan data T-test.

Hasil perhitungan uji perbedaan dua rata-rata data T-test dapat disajikan pada Tabel 4.21.

Tabel 4. 21. Hasil Perhitungan Uji Perbedaan T-test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Perilaku_ kewirausahaan	Equal variances assumed	5.923	.017	3.798	78	.000	10.32500	2.71865	4.91258	15.73742
	Equal variances not assumed			3.798	71.542	.000	10.32500	2.71865	4.90487	15.74513

Hipotesis yang digunakan :

H₀: Tidak Terdapat perbedaan Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.

H_a: Terdapat perbedaan Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.

Kriteria pengambilan keputusan:

Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau (α) = 0,01 dan n= 40 diperoleh t tabel= 2.0243.

H₀ diterima apabila – t_{tabel} ≤ t_{hitung} ≤ t_{tabel}

H₀ ditolak apabila (t_{hitung} < – t_{tabel} atau t_{hitung} > t_{tabel})

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $\text{sig} = 0.000$ dengan $t_{\text{hitung}} = 3.798$. Karena nilai $\text{sig} < 1\%$, maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa. Dengan demikian dapat dikatakan Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa pada dasarnya adalah berbeda, di mana perilaku kewirausahaan pedagang etnis cina lebih tinggi dibandingkan dengan perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa.

4.6 Pembahasan

Perilaku kewirausahaan adalah reaksi maupun respon positif yang dilakukan oleh individu untuk menciptakan suatu bentuk usaha baru (baik barang maupun jasa) melalui cara-cara yang mandiri, kreatif, inovatif, kerja keras bahkan beresiko agar memperoleh keuntungan supaya kebutuhan hidupnya terpenuhi. Perilaku kewirausahaan pada setiap individu berbeda-beda, ada yang mempunyai jiwa usaha tinggi dan ada pula yang memiliki jiwa wirausaha yang rendah. Semuanya itu bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Perbedaan kultur budaya pada berbagai etnis menyebabkan perbedaan pada perilaku dalam berdagang dan berwirausaha. Etnis merupakan salah satu faktor eksternal yang menyebabkan perbedaan dalam perilaku seseorang berwirausaha. Kemampuan berwirausaha yang dimiliki oleh etnis Cina sudah tidak diragukan lagi. Kebanyakan pedagang sukses berasal dari etnis Cina, karena seorang etnis Cina lebih memiliki etos kerja dan semangat pantang menyerah yang tinggi. Memiliki kemampuan berspekulasi dan berani menganggung resiko yang tinggi.

Perilaku kewirausahaan memiliki tujuh aspek, yaitu mau dan suka bekerja keras, berani mengambil resiko yang diperhitungkan, percaya terhadap diri sendiri dan mandiri, bertanggung jawab, mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi, berorientasi pada masa depan, dan menilai prestasi lebih tinggi daripada uang.

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh gambaran bahwa aspek pertama yaitu mau dan suka bekerja keras pada pedagang etnis Cina berada pada kategori tinggi sedangkan pada pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang, artinya pedagang etnis Cina mempunyai kemampuan bekerja keras yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang etnis Jawa. Hal ini sesuai dengan pengamatan peneliti bahwa pedagang etnis Cina memilih untuk tetap membuka tokonya walaupun pasar sudah mulai sepi pelanggan, sedangkan pedagang etnis Jawa lebih memilih untuk menutup toko ketika pasar sudah mulai sepi pelanggan walaupun pasar belum waktunya untuk tutup. Sesuai dengan kepribadian etnis Cina bahwa orang etnis Cina memiliki kepribadian yang ulet dalam menghadapi kesulitan hidup, pekerja keras terbukti dengan aspek mau dan suka bekerja keras etnis cina berada pada kategori tinggi.

Aspek yang kedua yaitu berani mengambil resiko yang diperhitungkan pada pedagang etnis Cina berada pada kategori tinggi sedangkan pada pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang, artinya pedagang etnis Cina lebih dapat berani mengambil resiko dalam menjalankan suatu usaha, walaupun resiko itu pasti selalu ada. Pedagang etnis Cina menurut pengamatan peneliti lebih berani mengambil resiko dibandingkan pedagang etnis Jawa bahwa pedagang etnis Cina

lebih berani meminjam modal yang besar untuk memajukan usahanya, sedangkan pedagang etnis Jawa tidak berani melakukannya karena takut mengalami kerugian yang drastis. Kepribadian masyarakat Cina bukanlah orang yang mudah terpancing mengambil keputusan (Daryono, 2007: 303) dalam menjalankan suatu usaha pengambilan resiko yang dilakukan benar-benar dipikirkan dan diperhitungkan sehingga apabila mengalami kegagalan atau kerugian itu dalam resiko yang kecil, sesuai dengan hasil penelitian aspek berani mengambil resiko etnis Cina berada pada kategori tinggi sedangkan etnis Jawa berada pada kategori sedang karena dalam pengambilan resiko etnis Jawa lebih memilih untuk berani mengambi resiko yang lebih kecil, selain itu kegagalan itu juga bisa terjadi apabila etnis Jawa terlalu tergesa-gesa dalam pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

Aspek ketiga yaitu percaya terhadap diri sendiri dan mandiri pada pedagang etnis Cina dan etnis Jawa sama-sama berada pada kategori sedang, yang artinya bahwa masing-masing pedagang etnis cina maupun pedagang etnis Jawa dalam percaya terhadap dirinya sendiri kurang masih memerlukan bantuan orang lain untuk menjalankan usahanya. Hal ini terlihat pada pedagang etnis Jawa yang masih memerlukan bantuan karyawan untuk menjaga tokonya, sedangkan etnis Cina hanya ada beberapa pedagang yang mempunyai karyawan untuk membantu menjaga tokonya. Hal ini sesuai dengan kepribadian masyarakat etnis Cina dan etnis Jawa bahwa dalam menjalankan norma kehidupan didasarkan atas kekeluargaan dan hubungan antarpribadi yang saling ketergantungan satu sama

lain, dan itu yang membuat pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa merasa kurang percaya terhadap diri sendiri dan masih memerlukan bantuan orang lain.

Aspek keempat yaitu bertanggung jawab pada pedagang etnis Cina berada pada kategori tinggi sedangkan pada pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang, artinya bahwa dalam menjalankan suatu usaha pedagang etnis Cina lebih bertanggung jawab atas usaha yang dijalannya dibandingkan dengan pedagang etnis Jawa yang sedikit mempunyai tanggung jawab atas usaha yang dijalannya. Hal ini terlihat pada pedagang etnis Jawa yang terkadang meninggalkan tokonya dan memberikan tanggung jawabnya sebagai pemilik toko kepada karyawannya, sedangkan pedagang etnis Cina lebih memilih untuk bertanggung jawab sendiri menjaga tokonya walaupun ada karyawan yang ikut menjaga tokonya. Menurut hasil penelitian Hana (Daryono, 2007: 304) bahwa pedagang keturunan Cina cenderung mencari dan mengendalikan lingkungan. Sehingga usaha yang dilakukan merupakan sepenuhnya tanggung jawabnya. Sedangkan masyarakat Jawa mempunyai sifat kurang disiplin sehingga itu mengurangi rasa tanggung jawab atas usaha yang sedang dijalani dan ini mengakibatkan hasil perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa dalam aspek bertanggung jawab berada pada kategori sedang.

Aspek kelima yaitu mudah bergaul dan hangat dalam komunikasi pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa sama-sama berada dalam kategori tinggi, artinya ketika dalam melayani pelanggan sama-sama bisa membuat pelanggan merasa meraka ramah dalam memberikan pelayanan. Hal ini terlihat pada pelayanan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa yang diberikan

pada konsumen yang datang ketokonya. Sesuai dengan kepribadian orang Jawa menurut Wardhani (2007: 36) orang Jawa adalah orang yang ramah, hangat, toleran, sabar dan kalem. Orang Cina tentu sudah tidak diragukan lagi dalam menjalankan usahanya orang Cina akan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya, maka dari itu perilaku kewirausahaan ditinjau dari aspek mudah bergaul dan hangat dalam berkomunikasi pedagang etnis Cina dan Pedagang etnis Jawa berada pada kategori tinggi.

Aspek keenam yaitu berorientasi pada masa depan pada pedagang etnis Cina berada pada kategori tinggi sedangkan pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang, yang artinya bahwa pedagang etnis Cina memiliki tujuan yang lebih terencana dibandingkan pedagang etnis Jawa. Pedagang etnis Cina lebih memotivasi diri untuk berpikir kedepan dan tidak terfokus pada gagasan lama dan berusaha mencari ide-ide baru. Hal ini sesuai dengan pengamatan peneliti bahwa pedagang etnis Cina melakukan cara untuk memajukan usahanya dengan mencari ide melalui internet, membaca buku, sharing dengan sesama pedagang, mengikuti seminar tentang kewirausahaan sedangkan pedagang etnis Jawa melakukan cara untuk memajukan usahanya dengan cara sharing dengan sesama pedagang, dan membaca buku.

Aspek ketujuh yaitu menilai prestasi lebih tinggi daripada uang pada pedagang etnis Cina berada dalam kategori tinggi sedangkan pada pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang, artinya pedagang etnis Cina menjalankan usaha motivasi utamanya adalah bukan mencari uang tetapi usaha yang dilakukan dapat tercapai tujuannya mencapai keberhasilan sehingga secara otomatis uang

akan diperoleh, berbeda dengan pedagang etnis Jawa tujuan utama melakukan usaha adalah mencari uang sebanyak-banyaknya sehingga keberhasilan suatu usaha itu dinomorduakan. Hal ini sesuai dengan pengamatan peneliti bahwa tujuan utama yang dicari pedagang etnis Jawa adalah uang, karena uang merupakan kebutuhan utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sedangkan pedagang etnis Cina yang diutamakan dalam usaha adalah keberhasilan karena dengan mencapai keberhasilan dalam usaha yang dijalannya maka secara otomatis materi atau uang itu akan diperoleh.

Penelitian ini dilakukan di pasar Yaik Permai Semarang, dari data penelitian awal yang dikumpulkan ditemukan bahwa pedagang dari etnis Cina memiliki perilaku kewirausahaan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang dari etnis Jawa. Pedagang etnis Cina memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, sehingga berani mengambil resiko dan memang pada kebudayaan orang Cina memiliki keuletan dan rasa kerja keras yang tinggi. Sedangkan pedagang etnis Jawa kurang berani dalam mengambil resiko karena takut rugi yang besar dalam menjalankan suatu usaha, dan lebih banyak yang mengutamakan uang dalam pencapaian suatu usaha yang dijalani. sehingga memiliki perilaku kewirausahaan yang lebih rendah dibandingkan pedagang etnis Cina.

Berdasarkan diskripsi dan analisis data mengenai Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa, diperoleh keterangan untuk Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina memiliki nilai rata-rata = 75.50% berada pada kategori tinggi. Sementara untuk Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Jawa memiliki nilai rata-rata = 70,23% dan berada pada kategori sedang.

Dengan melihat perbedaan nilai rata-rata dari masing-masing etnis tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perilaku kewirausahaan pada pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa. Berdasarkan hasil uji perbedaan dua rata-rata Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa diperoleh nilai $t_{hitung} = 3.798$ dan nilai $sig\ 0,000 < 1\%$ yang berarti pada dasarnya secara keseluruhan tingkat Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa adalah berbeda. Dengan adanya perbedaan dalam jiwa berwirausaha pada masing-masing etnis membuat kehidupan perekonomian menjadi lebih berwarna dan penuh dengan persaingan.

Karena nilai rata-rata Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Jawa maka dapat dikatakan rata-rata pedagang yang berasal dari etnis Cina memiliki jiwa wirausaha yang lebih baik dan semangat etos kerja yang tinggi jika dibandingkan dengan pedagang etnis Jawa. Dengan demikian sudah saatnya kita sebagai orang yang berasal dari etnis Jawa yang merupakan kelompok mayoritas di Indonesia melakukan perubahan dalam berperilaku kewirausahaan. Sifat orang Jawa yang cenderung memilih pekerjaan yang aman dan tidak beresiko tinggi membuat orang yang berasal dari etnis Jawa lebih memilih pekerjaan sebagai karyawan kantor atau pegawai negeri dibandingkan menjadi seorang pengusaha dan berwirausaha menciptakan lapangan pekerjaan. Kesulitan etnis Jawa untuk merubah watak dasar mereka dari orang yang pasrah dan kurang berani mengambil resiko membuat etnis Cina menguasai dunia perdagangan secara

leluasa. Sebagian besar pengusaha sukses dan memiliki jiwa wirausaha yang tinggi lebih banyak dimiliki oleh etnis Cina.

Pedagang etnis Cina lebih suka mengelola usahanya sendiri daripada memberikan pengelolaan usahanya pada orang kepercayaan sedangkan etnis Jawa lebih cenderung memberikan kuasa penuh terhadap seorang pegawainya untuk mengelola usahanya. Sistem yang demikian membuat perbedaan dalam berperilaku mengelola usaha. Jika suatu usaha dikelola dan dipantau sendiri maka akan menghasilkan suatu usaha yang lebih sukses dan jauh dari kasus korupsi. Sedangkan jika usaha dipegang oleh orang lain maka resiko yang harus dihadapi yaitu kurang teliti dan aman untuk kelangsungan jangka panjang suatu usaha. Perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh Etnis Cina perlu ditiru oleh etnis Jawa mengenai etos dan semangat kerja yang tinggi. Tidak takut mengambil resiko serta berani bersaing dengan usaha lain yang sejenis membuat suatu usaha akan tetap betahan ditengah-tengah persaingan dunia perekonomian yang semakin ketat.

Untuk memiliki perilaku kewirausahaan yang baik dibutuhkan pengalaman dan belajar secara mendalam. Belajar dari kegagalan yang pernah dialami dan juga belajar dari kesuksesan orang lain merupakan kunci terpenting untuk mengubah perilaku yang awalnya cenderung pasrah menjadi pribadi yang lebih dinamis dan berkembang. Untuk itu jangan takut memulai suatu usaha karena kita tidak akan tahu bagaimana hasilnya jika kita belum mencobanya. Namun jika seiring berjalannya waktu ternyata usaha tersebut tidak dapat berjalan sesuai dengan harapan kita, maka sikap kita tidak boleh putus asa dan terus

menyerah begitu saja. Tindakan yang harus kita lakukan yaitu mencari penyebab kurang berhasilnya usaha yang kita jalankan. Setelah mengetahui kekurangannya maka kita perlu mengadakan perubahan serta memberi variasi untuk menarik minat konsumen dan bersaing dengan pengusaha lain yang sejenis.

Hasil penelitian ini nampaknya sejalan dengan pendapat Cunningham (Riyanti, 2003: 7 dalam Wardhani) yang menjelaskan bahwa keberhasilan seseorang dalam menjalankan usaha berkaitan dengan sifat kepribadian seseorang seperti melakukan pekerjaan dengan baik, keinginan untuk berhasil, motivasi diri, percaya diri dan berpikir positif, serta komitmen. Temuan serupa juga dicatat oleh Tamar (Riyanti, 2003:7 dalam Wardhani) yang menemukan hubungan antara keberhasilan manajer KUD dengan Sembilan aspek wirausaha menurut Sukardi. Artinya, latar belakang etnis bukanlah faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan seseorang namun yang lebih mempengaruhi adalah sifat-sifat kewirausahaan atau faktor kepribadian seseorang tersebut.

Pada intinya apapun jenis etnis yang dimiliki oleh seseorang, selama orang tersebut memiliki kemauan untuk maju serta kemauan keras untuk belajar dan pantang menyerah, niscaya kesuksesan akan hadir di depan. Nasib seseorang tidak akan bisa berubah jika tidak mengubah sendiri dengan usaha sendiri. Untuk itu setiap orang harus memiliki etos kerja yang tinggi seperti halnya yang dimiliki oleh sebagian besar etnis Cina. Semoga penelitian ini menginspirasi seseorang untuk senantiasa meningkatkan perilaku dalam berwirausaha baik yang berasal dari pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Tingkat perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina berada pada kategori tinggi sementara untuk tingkat perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa berada pada kategori sedang.
2. Terdapat perbedaan signifikan tingkat perilaku kewirausahaan antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa. Pedagang etnis Cina lebih tinggi tingkat perilaku kewirausahaannya dibandingkan tingkat perilaku kewirausahaan pedagang etnis Jawa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka penulis akan mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Subjek Penelitian :

1. Sebaiknya para pedagang dari etnis Jawa lebih meningkatkan perilaku kewirausahaan yang kemungkinan jarang dimiliki oleh orang dari pedagang etnis Jawa terutama menyangkut hal yang berkaitan dengan tanggung jawab. Dengan tanggung jawab yang tinggi maka kelangsungan hidup suatu usaha dapat dipertahankan.

2. Sebaiknya para pedagang dari etnis Cina lebih meningkatkan perilaku kewirausahaan yang dimilikinya terutama pada aspek percaya terhadap diri sendiri agar usahanya lebih sukses dan berkembang.

Bagi Instansi Pemerintahan :

1. Bagi pemerintahan khususnya untuk Dinas Perindustrian dan Perdagangan supaya mengadakan penyuluhan dan seminar untuk para pengusaha atau wirausaha supaya semakin memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjalankan usaha agar usaha yang dijalani semakin berkembang dan maju. Dengan majunya usaha yang ada maka juga akan mempengaruhi perkembangan perekonomian di negara itu sendiri.

Bagi Peneliti Selanjutnya :

1. Bagi peneliti selanjutnya mengenai perilaku kewirausahaan, disarankan melibatkan faktor yang lebih spesifik lagi misalnya ditinjau dari kepribadian, pendidikan subjek.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti pedagang dari etnis lain selain etnis Cina dan Jawa, tetapi etnis yang lainnya misalnya etnis Arab, Padang atau etnis Batak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. Buchari. 2004. *Kewirausahaan*. Bandung :Alfabeta.
- Alsa, A. 2004. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: PustakaBelajar.
- Amin. D. 2000. *Islam danKebudayaanJawa*.Yogyakarta : Gama Media.
- Anoraga.P, 1992. *Psikologi Kerja*. Jakarta :PT.RinekaCipta.
- ._____P. Sudantoko. D. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta :PT.RinekaCipta,
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (edisi revisi)*. Jakarta: RinekaCipta.
- _____ 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatam Praktik (edisirevisi)*. Jakarta: RinekaCipta.
- Arthur. S. Reber. Emily. S. 2010. *The Penguin Dictionary of Psychology*. Yogyakarta :PustakaBelajar
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- _____ .2006. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- _____ .2008. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- _____ . 2007. *ReliabilitasdanValiditas*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- _____ . 2008. *ReliabilitasdanValiditas*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- _____ . 2009. *ReliabilitasdanValiditas*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. 2009. *Data danInformasi Kemiskinan Provinsi Jawa Tengah 2002-2009*. Semarang :Badan Pusat Statistik Jawa Tengah.
- Data Pasar Tradisional. 2012. UPTD Pasar Wilayah Johar. Semarang.
- Data Pedagang. Data Pedagang Pasar Yaik Permai Wilayah Johar. Semarang.
- Endraswara.S. 2003. *Falsafah Hidup Jawa*. Tangerang :Penerbit Cakrawala.

- Hadi.Sutrisno. 2004.*Statistik Jilid I*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. 2004. *Statistik Jilid II*. Yogyakarta.ANDI.
- Longenecker. Moore. Petty. 2001. *Kewirausahaan Managemen Usaha Kecil*. Jakarta :SalembaEmpat.
- M.A. Daryono. 2007.*Etos Dagang Orang Jawa*, Yogyakarta :PustakaBelajar.
- Maisaroh. S. 2009. Jurnal Etos Kerja dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Industri Kecil di Bantul Yogyakarta. *Jurnal :Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Rante. Y. 2006. Jurnal Pengaruh Budaya Etnis dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Agribisnis di Provinsi Papua.Universitas Cenderawasih Papua.
- Riyanti.B.P.D.2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta :PT.Grasindo.
- Sapar. Luminantang. Susanto.D. 2004. Faktor-faktor yang Berkaitan dengan Perilaku Kewirausahaan Pedagang Kaki lima (kasus pedagang kaki lima pemakai gerobak usaha makanan di kota Bogor). *Volume 2. No 2. Juni. 2006. Hlm. 61-68*.
- Setyorini.T.D.2007. Laporan Penelitian Perilaku Kewirausahaan padaPedagang Usaha Kecil Multi Etnis (studi pada etnis jawa, cina, Madura, dan batak) di Semarang. Laporan Penelitian, Semarang :Universitas Katolik Soegijapranata. (tidakditerbitkan).
- Sumarsono. S. 2010. *Kewirausahaan*.Yogyakarta :GrahaIlmu.
- Supraktiknya, A. 2005.Peninggian dan perendahan diri sebuah temuan awal dari jawa. *Jurnal psikologi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta vol. 15, No.1.
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT.SalembaEmpat.
- _____ 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta :PT.SalembaEmpat.
- Susetyo, D.P.B. 2010. *Stereotip dan Relasi Antar kelompok*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Susetyo.D.P.B. 2007. Relasi antara Etnis Cinadan Etnis JawaBerdasarkan Stereotipdan Jarak Sosial. *Jurnal Psikologi:Universitas Katolik Soegijapranata Semarang*.

- Susetyo.D.P.B. 2006. Identitas Sosial Orang Jawa (studi pada mahasiswa jawa).
Jurnal Psikologi :Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Walgito. B. 2002. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: ANDI.
- Wardhani, G.A.W.2007. Perilaku Kewirausahaan Ditinjau Dari Locus Of Control Pada Pedagang Usaha Kecil Dan Menengah Etnis Cinadan Jawa, *skripsi*.
Semarang :Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Wijaya. T. 2008. Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal* :UniversitasGadjahMada Yogyakarta.
- Wiratmo. M. 1996. *Pengantar Kewiraswastaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Zimmerer. T.W. Scarborough. N.M. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: SalembaEmpat.

LAMPIRAN 1
INSTRUMEN PENELITIAN

SKALA PENELITIAN PSIKOLOGI

Oleh:

Dian Mega Maharani

Psikologi/FIP

Universitas Negeri Semarang





JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Gd. A-1/Lt. 2 Kampus Sekaran Gunungpati Semarang 50229

Assalamualaikum Wr. Wb dan Salam sejahtera

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian skripsi yang sedang penulis susun, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia meluangkan waktu sejenak untuk mengisi instrument penelitian ini. Penulis mohon instrument ini dapat disesuaikan dengan Bapak/Ibu.

Atas perhatian dan kerjasamanya, serta kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk mengisi instrument penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Dian Mega Maharani
 NIM 1550407029

PETUNJUK PENGISIAN

1. Tulis identitas Bapak/Ibu pada lembar jawab yang telah disediakan, jawaban Bapak/Ibu terjamin kerahasiaannya
2. Jawablah semua pernyataan yang ada
3. Pada setiap pernyataan penulis sediakan 4 (empat) alternatif jawaban antara lain:

SS : bila pernyataan **Sangat Setuju** dengan kondisi Anda.

S : bila pernyataan **Setuju** dengan kondisi Anda.

TS : bila pernyataan **Tidak Setuju** dengan kondisi Anda.

STS : bila pernyataan **Sangat Tidak Setuju** dengan kondisi Anda

Bapak/Ibu harus memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada lembar jawaban yang telah disediakan terpisah. Usahakan jangan terpengaruh jawaban orang lain.
4. Jika Bapak/Ibu merasa jawaban yang dipilih kurang tepat, maka berikantanda (=) pada jawaban yang kurang tepat, selanjutnya berikantanda centang (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap sesuai. Contoh:

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya berusaha mencapai target penjualan dalam usaha yang saya lakukan		✓		✓

5. Teliti kembali apakah ada nomor yang belum terjawab
6. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya

No.	PERNYATAAN
1	Saya berusaha mencapai target penjualan dalam usaha yang saya lakukan
2	Bila saya mengalami penurunan keuntungan yang tajam dalam berdagang, saya akan memilih untuk menyerah
3	Saya menjual barang dagangan yang belum banyak diminati konsumen meskipun saya bisa mengalami kerugian
4	Jika menghadapi penurunan omset (pendapatan) dalam usaha saya merasa resah
5	Saya percaya bahwa saya akan berhasil dalam berwirausaha
6	Dalam berdagang, saya ragu dengan kemampuan diri saya
7	Saya mempertanggungjawabkan kualitas barang dagangan yang saya jual
8	Saya tidak tahu apa yang seharusnya dilakukan saat saya mengalami penurunan omset (pendapatan) yang sangat tajam dalam berdagang
9	Saya bersikap ramah terhadap semua konsumen yang datang ke toko saya
10	Saya merasa sulit beradaptasi dengan lingkungan yang baru
11	Ketika banyaknya pesaing bisnis, saya berupaya mencari cara baru dengan sharing sesama pedagang, membaca buku, atau mencari informasi melalui internet untuk meningkatkan omset (pendapatan)
12	Saya tidak mengikuti perkembangan mode barang dagangan saya
13	Tujuan utama yang ingin saya capai dalam berbisnis adalah keberhasilan saya dalam berbisnis bukan penghasilan yang melimpah ruah
14	Saya puas dengan penghasilan saya sekarang ini
15	Saya tetap ikut menjaga toko saya sendiri, walaupun ada karyawan yang ikut membantu menjaga toko, supaya konsumen yang datang tidak terlalu lama menunggu

16	Saya percayakan sepenuhnya karyawan saya untuk menjaga toko saya
17	Saya siap menghadapi adanya potensi kebangkrutan dalam berwirausaha yaitu kehilangan modal
18	Saya memilih menjual barang dagangan yang mempunyai resiko kerugian kecil
19	Meskipun dalam berbisnis saya melibatkan karyawan tetapi saya tidak mau bergantung kepadanya
20	Saya mempercayakan tanggung jawab keuangan pada karyawan saya
21	Saya mampu merintis usaha saya tanpa tergantung dari pengaruh orang lain
22	Saat omset (pendapatan) saya mengalami penurunan, saya hanya bisa menunggu orang lain membantu saya menyelesaikan masalah saya itu
23	Ketika dapat berteman dengan konsumen dari berbagai kalangan, saya merasa senang karena dapat memperluas jaringan bisnis saya
24	Saya tidak peduli pembelian pembeli yang terlalu banyak maunya
25	Dalam berdagang saya mempunyai tujuan dan target yang terencana
26	Saya merasa nyaman dengan kegiatan yang menjadi rutinitas tanpa ada keinginan untuk mencoba hal yang baru
27	Bagi saya uang itu tidak terlalu penting tetapi keberhasilan dalam berbisnislah yang terpenting
28	Tujuan utama saya dalam berbisnis hanyalah untuk memperoleh uang sebanyak-banyaknya
29	Saya menutup toko pukul 17:00 WIB, meskipun terkadang masih ada konsumen yang datang
30	Saya tidak tahu apa yang harus dilakukan ketika barang dagangan saya kurang diminati konsumen

31	Meskipun ada kemungkinan resiko rugi, namun saya memperjuangkannya dengan melakukan tindakan pencegahan secara cermat
32	Saya tidak berani untuk menjual barang dagangan yang belum banyak diminati konsumen
33	Dengan berdagang saya yakin akan membawa hasil yang baik untuk masa depan saya
34	Penurunan omset (pendapatan) yang saya alami bukan karena saya, tetapi karena orang-orang disekitar saya yang tidak sesuai dengan tujuan saya
35	Saya menentukan langkah yang tepat untuk menunjang kemajuan usaha saya
36	Omset (pendapatan) saya mengalami penurunan dikarenakan karyawan saya tidak bisa berjualan dengan baik
37	Setiap mendapat konsumen baru, saya berusaha untuk membina hubungan yang baik dengan konsumen baru saya
38	Saya merasa nyaman hanya pada konsumen yang sudah saya kenal baik
39	Saya selalu mengikuti perkembangan mode untuk kemajuan usaha saya
40	Dalam berbisnis saya tidak mempunyai target dan tujuan yang terencana
41	Menurut saya uang bukanlah segala-galanya yang terpenting adalah kepuasan yang diperoleh atas keberhasilan dalam usaha
42	Saya tidak akan berhasil kalau saya tidak mempunyai uang yang banyak
43	Saya berupaya meningkatkan pengembangan usaha saya meskipun terasa sulit
44	Ketika pasar sudah mulai sepi saya memilih menutup toko, meskipun pasar masih tutup 2 jam lagi
45	Saya tidak khawatir walau dalam berwirausaha pasti ada kemungkinan

	mengalami penurunan omset (pendapatan) yang tajam
46	Jika saya berinvestasi kecil maka saya juga akan rugi kecil
47	Saya yakin kegiatan berdagang saya ini dapat memenuhi kebutuhan hidup saya
48	Saya pesimis akan mendapatkan omset (pendapatan) yang lebih, melihat bertambah banyaknya pesaing bisnis
49	Apabila saya mengalami penurunan omset (pendapatan) itu bukan karena kesalahan orang-orang disekitar saya, karena itu sudah menjadi tanggung jawab saya dalam berdagang
50	Usaha yang saya rintis ini berhasil sepenuhnya karena bantuan orang-orang di sekitar saya
51	Saya bersikap sopan terhadap semua konsumen yang datang di toko saya
52	Saya tidak menanyakan apa yang mau dibeli konsumen ketika lewat di depan toko saya
53	Apabila usaha yang sedang saya kelola tidak berkembang, maka saya akan mencari cara lain untuk memajukan bisnis itu
54	Saya tidak ingin mengembangkan bisnis saya
55	Saya merasa tidak puas dengan apa yang saya peroleh sekarang sehingga saya berusaha memotivasi diri supaya semakin berhasil dalam berdagang
56	Menurut saya memperoleh untung yang banyak itu lebih penting dibandingkan hanya memperoleh kepuasan pribadi atas prestasi dalam berwirausaha

LEMBAR JAWABAN

Nama :

Lama berwirausaha :

Jenis dagangan :

No	Pilihan Jawaban			
	SS	S	TS	STS
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				

No	Pilihan Jawaban			
	SS	S	TS	STS
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				
41				
42				
43				
44				
45				
46				
47				
48				
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				
56				

LAMPIRAN 2

TABULASI AITEM SKALA PERILAKU

KEWIRAUSAHAAN

Subjek	Item																																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41					
S-1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4		
S-2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
S-3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3		
S-4	3	3	4	2	3	4	3	2	4	3	4	4	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3		
S-5	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4		
S-6	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3		
S-7	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	3	3	4	3	1	3	3	4	2	3	2	1	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3		
S-8	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3		
S-9	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	4	2	1	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2		
S-10	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3		
S-11	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
S-12	3	4	3	2	3	4	4	2	4	2	4	4	3	2	3	4	2	1	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	
S-13	2	3	2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	
S-14	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
S-15	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2	2		
S-16	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
S-17	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4		
S-18	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	
S-19	3	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
S-20	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	
S-21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2		
S-22	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	
S-23	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	
S-24	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	
S-25	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	
S-26	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
S-27	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
S-28	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	
S-29	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	

S-60	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3		
S-61	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
S-62	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4		
S-63	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	2	
S-64	4	4	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	
S-65	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	1	3	3	4	3	3	
S-66	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3		
S-67	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
S-68	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	
S-69	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
S-70	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	
S-71	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	
S-72	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	
S-73	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	
S-74	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
S-75	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4
S-76	3	3	4	2	3	4	3	2	4	3	4	4	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	
S-77	3	4	3	2	4	3	4	2	4	3	3	3	4	2	3	3	1	4	2	4	4	2	3	4	4	3	1	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	2	3	3	
S-78	4	4	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	
S-79	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3
S-80	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3

Subjek	Item															Jum
	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	
S-1	3	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	168
S-2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	168
S-3	2	3	3	2	3	4	3	3	1	3	2	3	3	3	3	153
S-4	3	4	2	2	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	161
S-5	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	168
S-6	2	3	2	2	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	152
S-7	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	150
S-8	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	3	168
S-9	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	125
S-10	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	150
S-11	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	173
S-12	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	3	171
S-13	2	3	2	2	3	3	1	3	3	4	2	2	2	2	2	148
S-14	3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	147
S-15	3	4	3	3	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3	134
S-16	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	3	168
S-17	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	173
S-18	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	1	4	3	3	3	169
S-19	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	149
S-20	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	4	4	177
S-21	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	130
S-22	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	4	3	2	2	149
S-23	3	4	3	3	2	4	3	3	2	4	1	4	4	2	3	170
S-24	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	128
S-25	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	169
26	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	147

27	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	148
28	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	4	4	181
29	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	1	2	2	2	3	154
30	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	133
31	3	4	2	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	158
32	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	1	3	2	2	149
33	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	166
34	4	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3	3	3	165
35	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	169
36	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	3	4	176
37	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	3	3	1	148
38	3	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	168
39	3	4	3	3	2	4	3	3	2	4	1	4	4	2	3	170
40	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	154
41	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	169
42	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	182
43	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	152
44	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	185
45	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	154
46	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	172
47	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	2	164
48	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	169
49	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	176
50	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	161
51	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	174
52	3	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	169

Subj	Item															Jum
	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	
S-53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	168
S-54	2	3	3	2	3	4	3	3	1	3	2	3	3	3	3	152
S-55	3	4	2	2	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	159
S-56	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	170
S-57	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	172
S-58	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	163
S-59	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	151
S-60	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	4	4	184
S-61	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	152
S-62	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	176
S-63	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	168
S-64	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	158
S-65	4	3	2	3	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	3	173
S-66	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	1	4	3	2	3	154
S-67	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	172
S-68	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	1	4	3	3	3	169
S-69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	166
S-70	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	188
S-71	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	165
S-72	2	3	3	2	3	4	3	3	1	3	2	3	3	2	2	154
S-73	3	4	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	173
S-74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	168
S-75	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	184
S-76	3	4	2	2	2	4	3	3	1	4	3	2	3	3	2	156
S-77	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	181
S-78	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	162
S-79	4	3	2	3	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	3	175
S-80	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	186

LAMPIRAN 3
UJI VALIDITAS

UJI VALIDITAS

Correlations

		total
VAR00001	Pearson Correlation	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00002	Pearson Correlation	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00003	Pearson Correlation	.356**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	80
VAR00004	Pearson Correlation	.199
	Sig. (2-tailed)	.077
	N	80
VAR00005	Pearson Correlation	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00006	Pearson Correlation	.531**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00007	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00008	Pearson Correlation	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00009	Pearson Correlation	.365**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	80
VAR00010	Pearson Correlation	.384**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00011	Pearson Correlation	.364**
	Sig. (2-tailed)	.001

	N	80
VAR00012	Pearson Correlation	.402**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00013	Pearson Correlation	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00014	Pearson Correlation	.288**
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	80
VAR00015	Pearson Correlation	.207
	Sig. (2-tailed)	.066
	N	80
VAR00016	Pearson Correlation	.116
	Sig. (2-tailed)	.304
	N	80
VAR00017	Pearson Correlation	.261*
	Sig. (2-tailed)	.019
	N	80
VAR00018	Pearson Correlation	.317**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	80
VAR00019	Pearson Correlation	.471**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00020	Pearson Correlation	.291**
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	80
VAR00021	Pearson Correlation	.275*
	Sig. (2-tailed)	.014
	N	80
VAR00022	Pearson Correlation	.391**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00023	Pearson Correlation	.258*
	Sig. (2-tailed)	.021
	N	80

VAR00024	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.223 [*] .047 80
VAR00025	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.407 ^{**} .000 80
VAR00026	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.324 ^{**} .003 80
VAR00027	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.064 .572 80
VAR00028	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.202 .072 80
VAR00029	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.386 ^{**} .000 80
VAR00030	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.485 ^{**} .000 80
VAR00031	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.132 .242 80
VAR00032	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.397 ^{**} .000 80
VAR00033	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.400 ^{**} .000 80
VAR00034	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.386 ^{**} .000 80
VAR00035	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.507 ^{**} .000 80
VAR00036	Pearson Correlation	.252 [*]

	Sig. (2-tailed)	.024
	N	80
VAR00037	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00038	Pearson Correlation	.442**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00039	Pearson Correlation	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00040	Pearson Correlation	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00041	Pearson Correlation	.373**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	80
VAR00042	Pearson Correlation	.436**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00043	Pearson Correlation	.216
	Sig. (2-tailed)	.054
	N	80
VAR00044	Pearson Correlation	.320**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	80
VAR00045	Pearson Correlation	.415**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00046	Pearson Correlation	.279*
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	80
VAR00047	Pearson Correlation	.450**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00048	Pearson Correlation	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	80
VAR00049	Pearson Correlation	.332**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	80
VAR00050	Pearson Correlation	.261*
	Sig. (2-tailed)	.019
	N	80
VAR00051	Pearson Correlation	.352**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	80
VAR00052	Pearson Correlation	.495**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00053	Pearson Correlation	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00054	Pearson Correlation	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00055	Pearson Correlation	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
VAR00056	Pearson Correlation	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	80
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 4
UJI RELIABILITAS

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	49

LAMPIRAN 5
UJI HOMOGENITAS

Oneway

Test of Homogeneity of Variances

PerilakuKewirausahaan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5.923	1	78	.017

ANOVA

PerilakuKewirausahaan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2132.112	1	2132.112	14.424	.000
Within Groups	11530.075	78	147.821		
Total	13662.187	79			

LAMPIRAN 6
UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PerilakuKewirausahaan
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	142.8125
	Std. Deviation	13.15063
Most Extreme Differences	Absolute	.146
	Positive	.057
	Negative	-.146
Kolmogorov-Smirnov Z		1.304
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Jawa	cina
N		40	40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	137.6500	147.9750
	Std. Deviation	13.86482	10.16905
Most Extreme Differences	Absolute	.201	.085
	Positive	.082	.085
	Negative	-.201	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		1.274	.536
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078	.936

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 7
UJI T-TEST

T-Test

Group Statistics

	etnis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PerilakuKewirausahaan	Jawa	40	137.6500	13.86482	2.19222
	Cina	40	147.9750	10.16905	1.60787

Independent Samples Test

		PerilakuKewirausahaan	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	5.923	
	Sig.	.017	
t-test for Equality of Means	T	-3.798	-3.798
	Df	78	71.542
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	Mean Difference	-10.32500	-10.32500
	Std. Error Difference	2.71865	2.71865
	95% Confidence Interval of the Difference		
	Lower	-15.73742	-15.74513
	Upper	-4.91258	-4.90487

LAMPIRAN 8
SURAT IJIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN**

Kampus Sekaran Gd. A2 Telp./Fax. (024) 8508019 Gunungpati Semarang 50229
Laman : <http://fip.unnes.ac.id/>

Nomor : 208 /UN37.1.1/PP/2012
Lamp. : -
Hal. : Permohonan Ijin Observasi/Pra Penelitian

15 Mei 2012

Yth. Kepala Pasar Johar Semarang
di Kota Semarang

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan Skripsi berjudul **“Perilaku Kewirausahaan ditinjau dari Etos Kerja (Studi pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Johar Semarang)”** mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

N a m a	: Dian Mega Maharani
N I M	: 1550407029
Jurusan	: Psikologi
Semester	: X
Fakultas	: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang

bermaksud mengadakan Observasi/Pra Penelitian di Pasar Johar Kota Semarang yang direncanakan bulan Mei 2012 s.d. Juni 2012.

Sehubungan dengan hal di atas mohon Bapak/Ibu berkenan memberi ijin kepada mahasiswa tersebut.

Demikian atas perkenaan dan kerjasama Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan Bidang Akademik

Prof. Dr. Haryono, M. Psi.
NIP. 19620222 198601 1 001

Tembusan :
Ketua Jurusan Psikologi FIP UNNES

LAMPIRAN 9

SURAT KETERANGAN

MELAKSANAKAN PENELITIAN



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PASAR

UPTD PASAR WILAYAH JOHAR
Jl. Alon-alon Timur Pasar Johar Lt. II Semarang
Telp. (024) 3540117

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070 / 92 / 2012

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : **KEMIS, SH**
N I P : **19570402 198401 1 001**
Pangkat / Golongan : **Penata Tk. I (III/d)**
Jabatan : **Kepala UPTD Pasar Wilayah Johar**

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

N a m a : **DIAN MEGA MAHARANI**
N I M : **1550407029**
Jurusan : **Psikologi**
Fakultas : **Ilmu Pendidikan UNNES**
Judul Skripsi : **Perilaku Kewirausahaan Pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang**

Bahwa yang bersangkutan telah mengadakan Penelitian Skripsi di UPTD Pasar Wilayah Johar Dinas Pasar Kota Semarang Mulai tanggal 24 Agustus s/d 01 September 2012.

Demikian surat Keterangan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Semarang, 01 September 2012

KEPALA UPTD
PASAR WILAYAH JOHAR

KEMIS, SH
NIP. 19570402 198401 1 001

