

## PENDEKATAN-PENDEKATAN DAN NILAI-NILAI PENGUSAHA KETURUNAN CINA DI KABUPATEN MINAHASA UTARA

**Juniarny Silfana S. Waworuntu**  
Fakultas Pertanian, Universitas Klabat  
(jwaworuntu@yahoo.com)

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Minahasa Utara dengan responden penelitian pengusaha-pengusaha keturunan Cina. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan dan nilai Cina yang dominan bagi pengusaha keturunan Cina yang ada di Kabupaten Minahasa Utara yang berhasil dalam menjalankan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan membagikan kuesioner kepada pengusaha keturunan Cina yang menjalankan usaha di Kabupaten Minahasa Utara. Hasil penelitian yang diperoleh dari 50 responden laki-laki dan perempuan pengusaha keturunan Cina yang ada di Kabupaten Minahasa Utara menunjukkan bahwa mereka setuju dan sangat setuju dengan nilai rata-rata keseluruhan setiap variabel yang digunakan untuk keberhasilan dalam menjalankan usaha mereka; nilai-nilai yang diperoleh adalah produk/service (4.68), informasi tentang pesaing (4.66), modal sendiri (4.06), segmen pasar (3.64), kejujuran (4.52), motivasi (4.46), kualitas diri (4.48), keagresifan (4.48), dan ketekunan (4.64). Sementara pada faktor harga, yang menjawab ragu-ragu adalah 56% lebih besar dari pada yang menjawab setuju dan sangat setuju yang hanya 38%.

Kata Kunci: perencanaan, nilai-nilai orang Cina

### Abstract

The research was conducted in North Minahasa with Chinese entrepreneurs as the respondents of study. The purpose of this research was to find out the plan and the dominant values of Chinese entrepreneurs who were successful in running their businesses in North Minahasa. The research method was survey by distributing the questionnaires to Chinese businessman or businesswoman doing business in North Minahasa. The results obtained from 50 male and female Chinese entrepreneurs in North Minahasa showed that they agreed and strongly agreed with the overall average values of each variable used for success in running their businesses; the overall values were product/service (4.68), information about competitors (4.66), personal capital (4.06), market segment (3.64), honesty (4.52), motivation (4.46), self-quality (4.48), aggressiveness (4.48), and perseverance (4.64). For price factor, the number of those who answered hesitantly was 56% greater than those who answered agree and strongly agree which was only 38%.

Keywords: planning, Chinese values

Keberhasilan pembangunan dalam sektor ekonomi di masa mendatang terletak pada pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas saat ini. Dalam upaya membangun SDM yang berkualitas, peran serta masyarakat secara aktif sangat diperlukan. Uraian dalam Tri Dharma Pendidikan mengatakan bahwa masyarakat memiliki peran yang tidak kecil dalam menyiapkan generasi penerus yang berwawasan luas, mandiri, dan membangun.

Pembangunan nasional yang dilaksanakan selama dua dasawarsa, selain telah menghasilkan banyak perubahan dan kemajuan di berbagai bidang dan sektor kehidupan, juga telah memunculkan banyak fenomena baru. Porter (2001) adalah seorang ahli perencanaan strategi yang menyatakan bahwa strategi bersaing mengarah kepada suatu posisi yang mampu mendukung dalam berhadapan dengan kekuatan yang menentukan persaingan industri. Dalam organisasi yang sedang bertumbuh, sumber daya



manusia dianggap sebagai sumber keunggulan bersaing sebab kompetensi yang khas diperoleh melalui keterampilan karyawan yang benar-benar dikembangkan, kultur organisasi yang khas, dan proses manajemen. Ketut (2000) menyatakan bahwa krisis ekonomi dan melemahnya nilai tukar rupiah selama ini hanya dilihat sebagai gambaran terpuruknya ekonomi; padahal krisis ekonomi merupakan kesempatan bagi para pengrajin untuk mempertajamkan daya saing dan mendapatkan keuntungan. Selanjutnya, di tengah tekanan krisis yang amat berat, pemerintah mampu mencatat pertumbuhan ekonomi yang mencapai 4.2%. Pertumbuhan ini bukan dari kegiatan bisnis kaum pengusaha besar dan konglomerat, tetapi dari kegiatan ekonomi rakyat lapisan bawah.

Swasono (2000) mengatakan bahwa mengingat potensi yang lebih besar dari kekuatan ekonomi kerakyatan berada di daerah, maka untuk waktu mendatang, unit-unit kegiatan ekonomi rakyat di daerah harus diwujudkan. Apalagi kegiatan ekonomi rakyat kecil inilah yang terbukti tahan dari bencana krisis dan mampu membangkitkan perekonomian bangsa.

Menurut Laver (1987), program pembinaan desa adalah usaha yang dilakukan untuk mengembangkan suatu desa atau wilayah dalam segala aspek kehidupan secara terpadu. Tujuannya adalah agar desa atau wilayah ini dapat membangun dirinya secara mandiri. Kegiatan dalam program ini dilakukan secara interdisipliner dan multidisipliner melalui kerjasama pemerintah daerah atau wilayah di tingkat propinsi, kabupaten atau kodya, serta kecamatan dan desa yang sarasanya adalah masyarakat umum.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pengusaha-pengusaha keturunan Cina di Indonesia sangat dominan baik di skala nasional maupun daerah. Populasi mereka semakin bertambah dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Pertumbuhan populasi keturunan Cina di seluruh Indonesia dibarengi dengan pertumbuhan pengusaha keturunan Cina yang menguasai bisnis di seluruh daerah di Indonesia. Komunitas Cina merupakan komunitas yang tahan banting dan kebal dengan segala penderitaan. Mereka terlatih untuk bertahan di bawah ancaman. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila ras Cina menjadi manusia unggul menghadapi berbagai situasi yang tidak bersahabat. Mereka pekerja keras dan mau melakukan apa saja, asalkan mereka dapat hidup. Setiap sen uang yang keluar diperhitungkan dengan teliti. Laba adalah dewa dan kehormatan yang harus dibela dengan bekerja keras di tengah hutan, di lautan, di desa terpencil, dan di malam hari. Pada kenyataannya, orang-orang Cina dalam masyarakat adalah orang-orang yang berada, mempunyai mobil mewah, rumah bagus, dan usaha yang lancar. Berdasarkan kenyataan di atas, maka peneliti ingin

mengevaluasi faktor-faktor dan metode apa saja yang digunakan oleh pengusaha-pengusaha keturunan Cina sehingga lebih unggul dibandingkan dengan pengusaha-pengusaha pribumi di Kabupaten Minahasa Utara.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang membuat keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara berhasil dalam menjalankan usaha mereka. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tentang (1) bagaimana perencanaan pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara dengan lingkungan sekitarnya dalam usaha mereka, dan (2) nilai apa yang dominan bagi para pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara dan sekitarnya dalam menjalankan usahanya.

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi (1) pengusaha keturunan Cina dalam mengembangkan usahanya di Kabupaten Minahasa Utara, (2) pemerintah, khususnya dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), (3) masyarakat pribumi untuk memberikan informasi kepada masyarakat pribumi agar meniru cara menjalankan usaha yang efektif dan efisien dari pengusaha keturunan Cina, (4) dosen dan peneliti untuk dapat menambah pengetahuan untuk disampaikan dalam forum pendidikan guna mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi pengusaha yang berhasil, dan (5) acuan penelitian selanjutnya.

Penelitian ini mencakup 50 pengusaha Cina yang menjalankan usaha di Kabupaten Minahasa Utara. Walaupun banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan para pebisnis keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara, hanya faktor-faktor berikut yang diteliti oleh peneliti:

- a. Perencanaan (produk/service, informasi, modal, pemasaran, dan harga)
- b. Nilai orang Cina (kejujuran dan norma agama, motivasi, kualitas diri, agresivitas, menantang dengan kecepatan, dan ketekunan)

## Metode Penelitian

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei atau mengevaluasi hasil tabulasi dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dibuat peneliti.

**Teknik pengumpulan data.** Teknik pengumpulan adalah dengan menjalankan kuesioner. Caranya yaitu mengunjungi setiap pengusaha keturunan Cina yang menjalankan usaha di Kabupaten Minahasa Utara. Sampel yang diambil kurang lebih 50 responden. Setelah kuesioner dibagikan, peneliti menjelaskan setiap pertanyaan dan memberikan kesempatan kepada setiap responden untuk bertanya apabila ada hal-hal yang belum jelas. Lokasi yang dipilih adalah setiap

kecamatan yang memiliki pengusaha keturunan Cina. Cara menentukan sampel yaitu memilih pengusaha keturunan Cina yang berhasil dalam usaha mereka. Tahap berikutnya adalah mengadakan pengolahan data dan menganalisa data melalui program SPSS dan Program Excel untuk mendapatkan data yang akurat dan terpercaya. Setiap pernyataan dalam kuesioner dibuat dalam nilai 1–5; 1 artinya sangat tidak setuju; 2 artinya tidak setuju; 3 artinya ragu-ragu; 4 artinya setuju; 5 artinya sangat setuju.

**Teknik analisa data.** Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa data dengan memasukkan hasil kuesioner yang dikembalikan oleh para responden dalam Excel kemudian dihitung rata-rata berdasarkan setiap kuesioner dan gender.

### Objek Penelitian

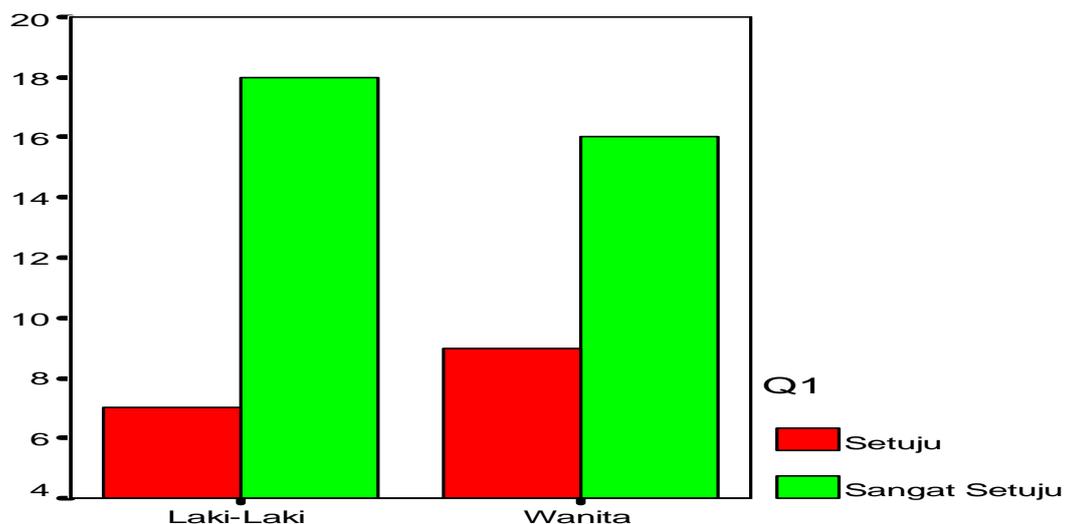
Objek penelitian yang diambil adalah pengusaha-pengusaha keturunan Cina yang ada di Kabupaten Minahasa Utara

### Hasil dan Pembahasan

Hasil evaluasi yang diperoleh dari faktor-faktor perencanaan dan nilai dari pengusaha keturunan Cina yang berbisnis di Kabupaten Minahasa Utara dapat dilihat pada Tabel 1 sampai Tabel 10. Faktor perencanaan meliputi produk/*service*, modal, pasar, harga, dan informasi, sedangkan nilai orang Cina adalah ketekunan, keagresifan, kejujuran, norma agama, motivasi, dan kualitas diri.

Gambar 1 dan Tabel 1 menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin, yang menjawab setuju untuk memasukkan jenis produk atau *service* dalam perencanaan berbisnis adalah 14% untuk responden laki-laki dan 18% untuk responden wanita. Selanjutnya, yang menjawab sangat setuju jenis produk atau *service* dalam perencanaan berbisnis adalah 36% untuk responden laki-laki dan 32% untuk responden wanita. Untuk ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju untuk memasukkan jenis produk atau *service* dalam berbisnis adalah masing-masing 0%. Ini berarti bahwa dalam perencanaan bisnis, jenis produk atau jenis usaha yang akan dipilih sangat penting dalam perencanaan berbisnis.

Gambar 1 Faktor Produk/*Service* Bagi Pengusaha Keturunan Cina

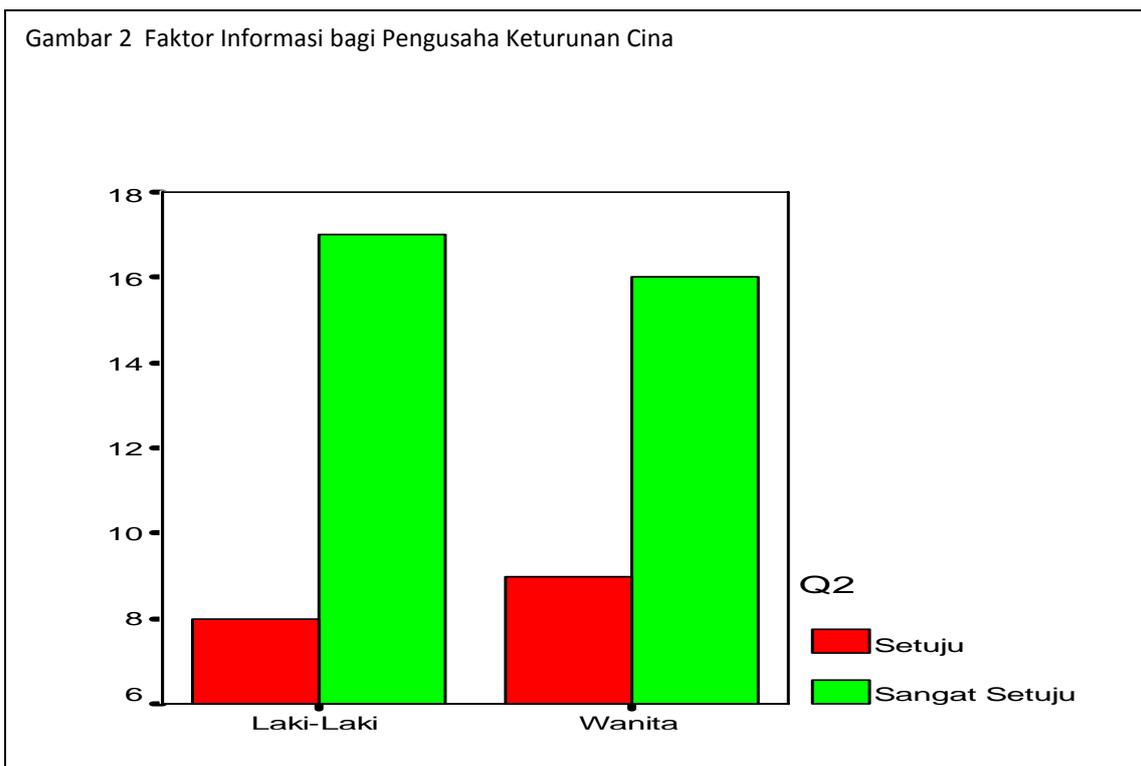


Tabel 1  
Faktor Produk/Service bagi Pengusaha Keturunan Cina

		Q1		Total
		Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	7	18	25
	Wanita	9	16	25
Total		16	34	50

Berdasarkan Gambar 2 dan Tabel 2, para pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara yang menjawab setuju untuk memiliki informasi tentang para pesaing adalah 34%; ini terdiri dari 16% responden laki-laki dan 18% responden wanita. Yang

menjawab sangat setuju untuk memiliki informasi tentang para pesaing adalah 66%; ini terdiri atas 34% responden laki-laki dan 32% dari responden wanita.

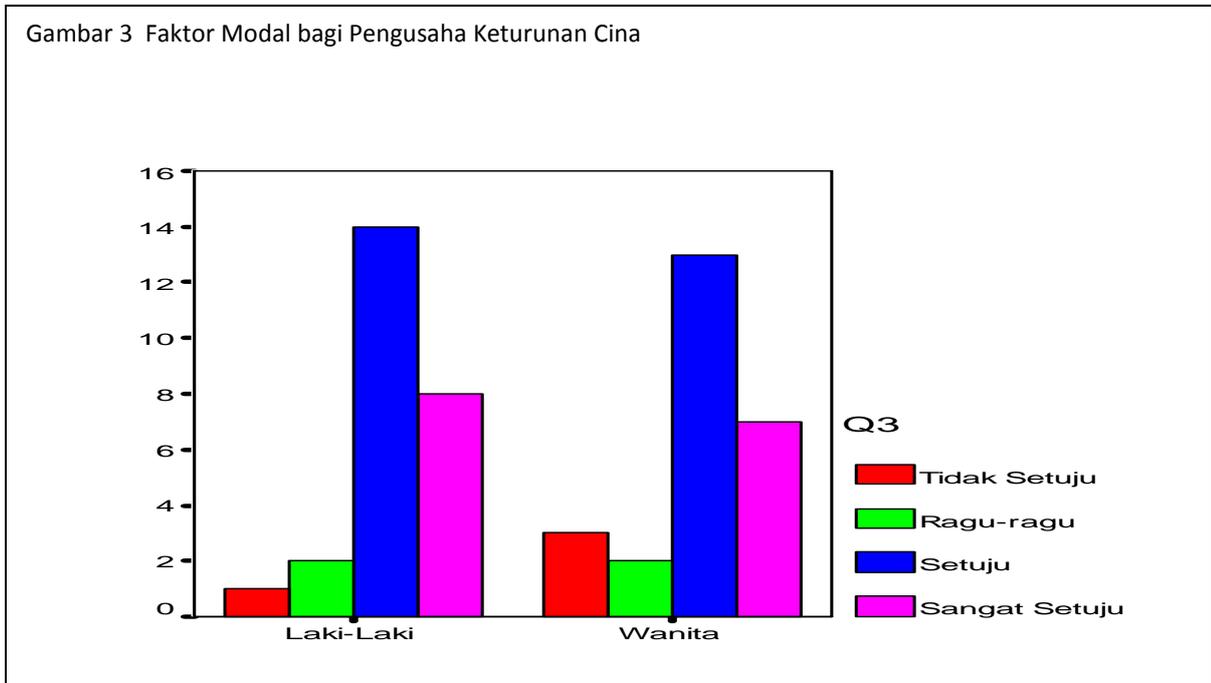


Tabel 2  
Faktor Informasi bagi Pengusaha Keturunan Cina

		Q2		Total
		Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	8	17	25
	Wanita	9	16	25
Total		17	33	50

Selanjutnya, pada Gambar 3 dan Tabel 3, yang menjawab tidak setuju bahwa faktor modal sendiri sebagai penentu keberhasilan ada 8% (2% laki-laki dan 6% wanita), dan ragu-ragu ada 8% (4% dan

wanita 4%). Yang menjawab setuju dan sangat setuju masing-masing berjumlah 54% dan 30%.

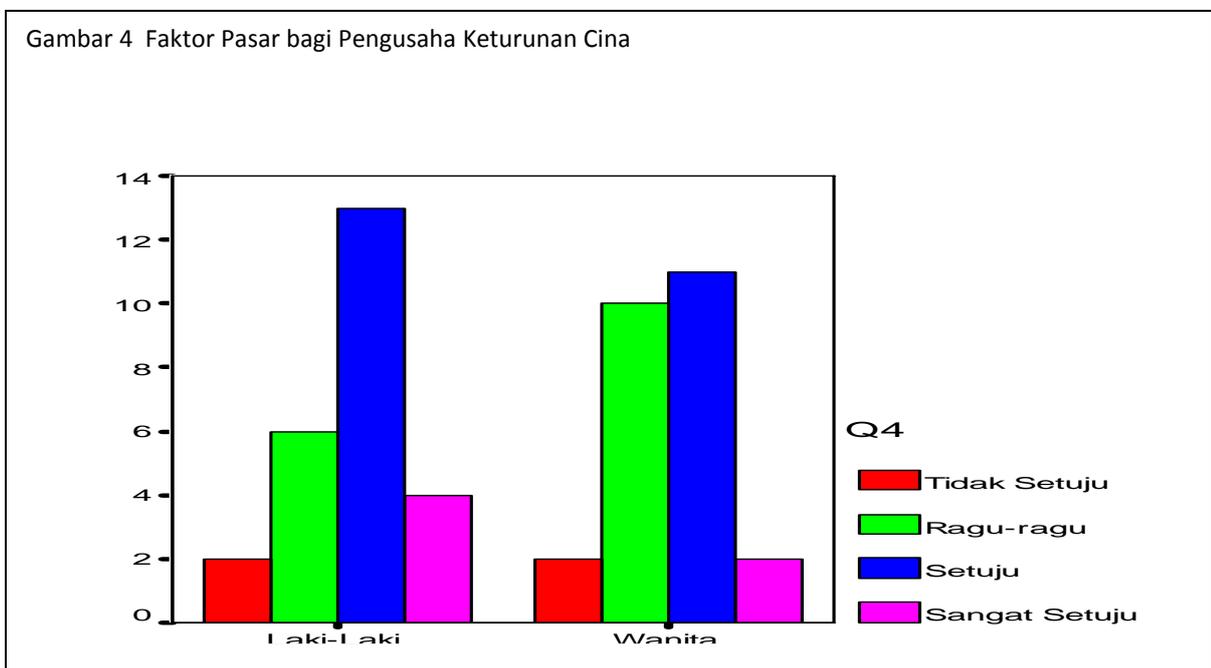


Tabel 3  
Faktor Modal bagi Pengusaha Keturunan Cina

Jenis Kelamin		Q3				Total
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
Laki-laki	Laki-laki	1	2	14	8	25
	Wanita	3	2	13	7	25
Total		4	4	27	15	50

Dari Gambar 4 dan Tabel 4, yang menjawab setuju berjumlah 48% dan sangat setuju berjumlah 12%. Walaupun yang menjawab setuju dan sangat setuju lebih kecil dari tiga faktor sebelumnya, di

atas 50% responden menjawab setuju bahwa faktor pasar harus dipertimbangkan dalam berbisnis bagi pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara.

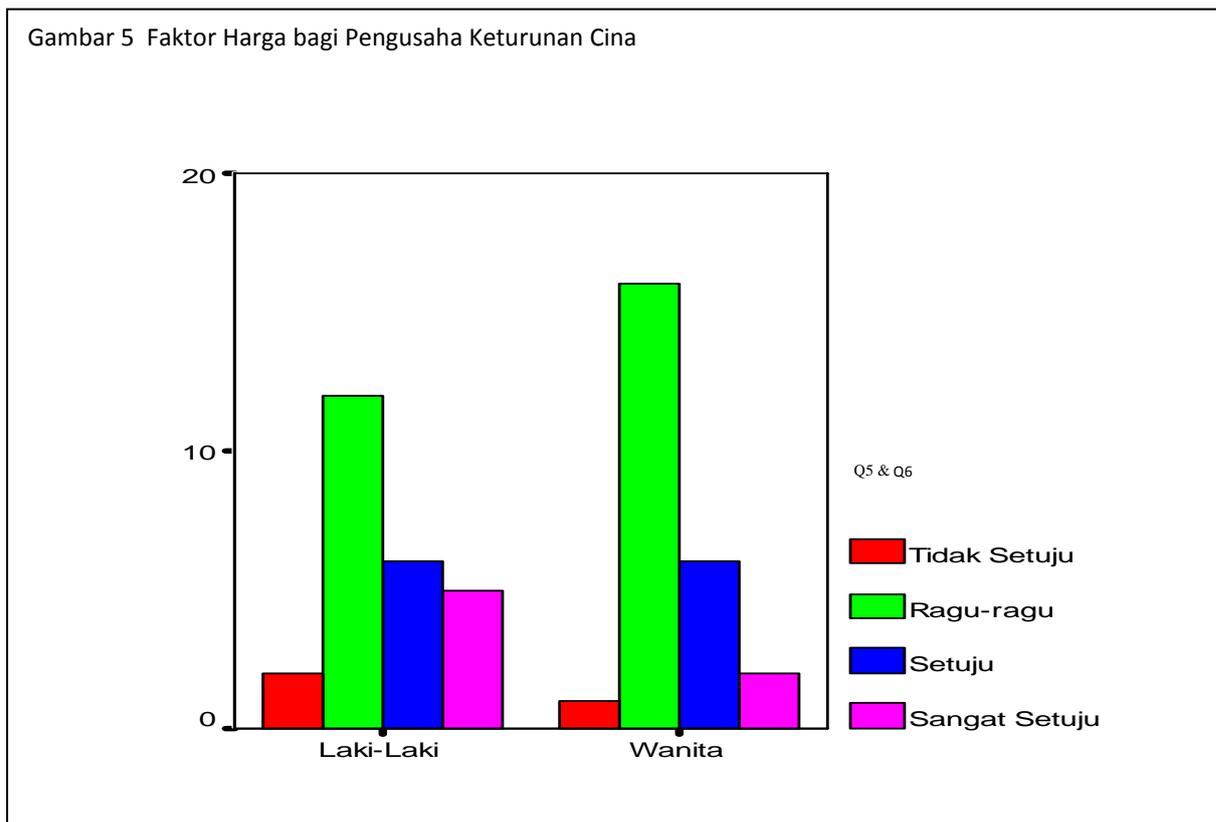


Tabel 4  
Faktor Segmen Pasar dari Pengusaha Keturunan Cina

		Q4				Total
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	2	6	13	4	25
	Wanita	2	10	11	2	25
Total		4	16	24	6	50

Selanjutnya, pada faktor harga yang ditunjukkan pada Gambar 5 dan Tabel 5, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 6%, ragu-ragu berjumlah 56%, dan yang menjawab setuju dan

sangat setuju masing-masing berjumlah 24% dan 14%.

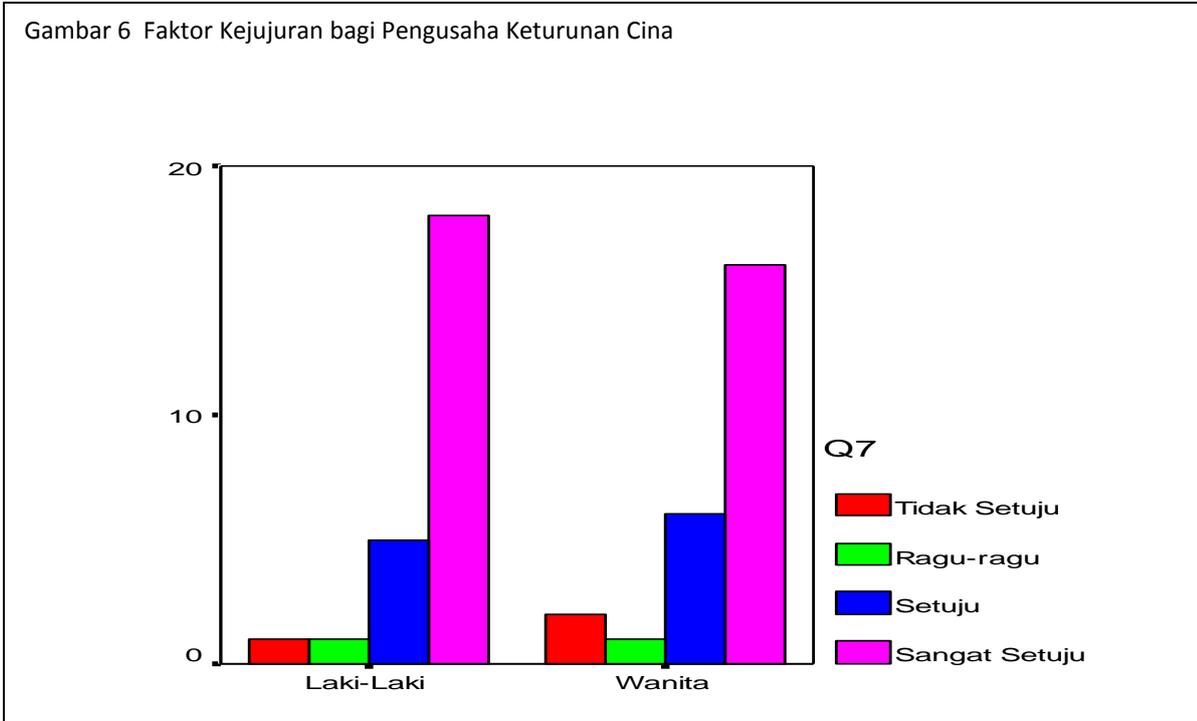


Tabel 5  
Faktor Harga bagi Pengusaha Keturunan Cina

		Q5 & Q6				Total
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	2	12	6	5	25
	Wanita	1	16	6	2	25
Total		3	28	12	7	50

Pada Gambar 6 dan Tabel 6 tentang faktor kejujuran, responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu masing-masing berjumlah 6% dan

4%, sedangkan yang menjawab setuju dan sangat setuju masing-masing berjumlah 22% dan 68%.

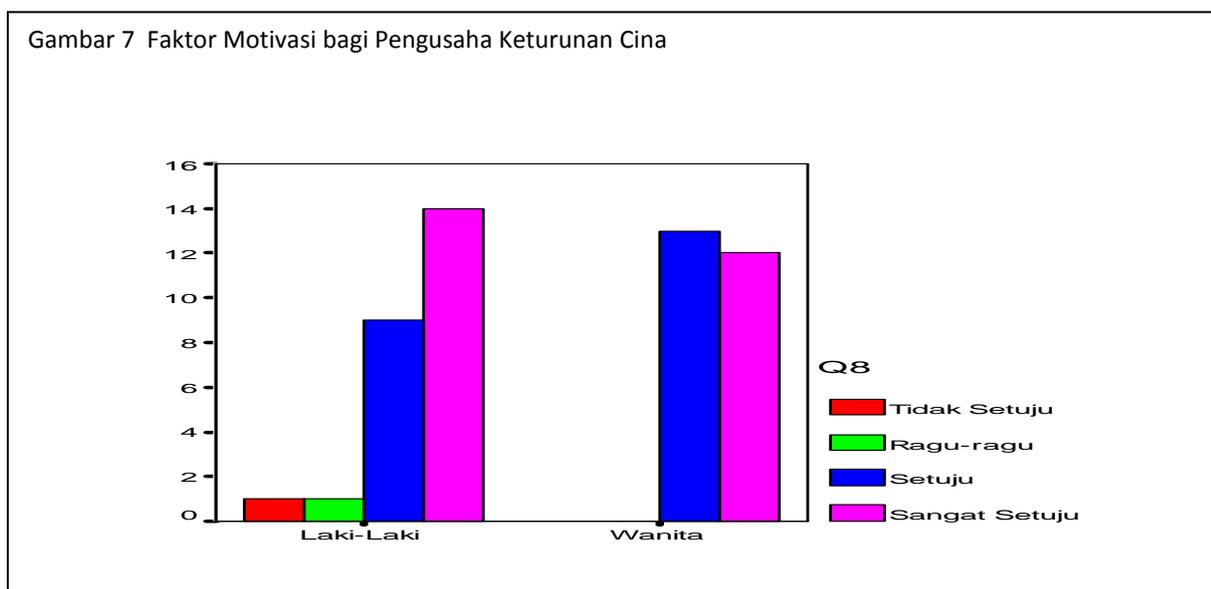


Tabel 6  
Faktor Kejujuran dari Pengusaha Keturunan Cina

		Q7				Total
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	1	5	18	25
	Wanita	2	1	6	16	25
Total		3	2	11	34	50

Faktor motivasi pada Gambar 7 dan Tabel 7 menunjukkan bahwa 2% responden laki-laki menjawab tidak setuju, dan 0% responden wanita menjawab tidak setuju. Demikian pula, yang menjawab ragu-ragu adalah 2% laki-laki dan 0%

wanita; namun, yang menjawab setuju dan sangat setuju adalah 96% bahwa motivasi merupakan penentu keberhasilan dalam berbisnis.

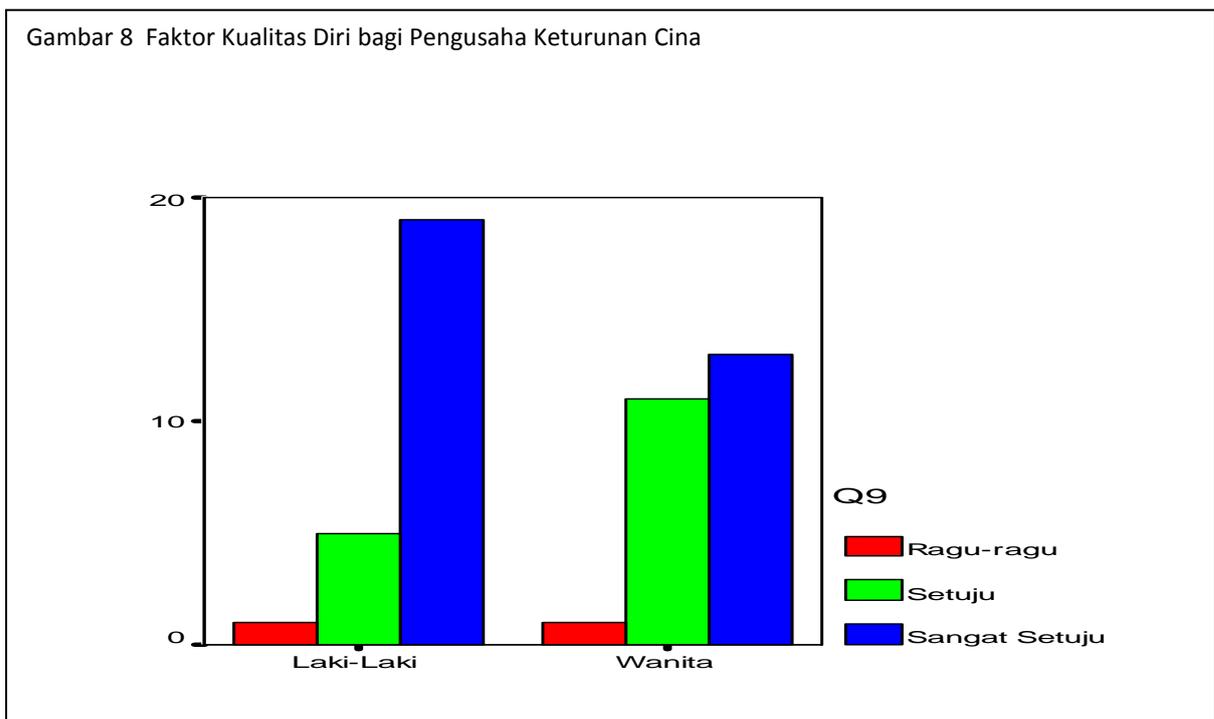


Tabel 7  
Faktor Motivasi dari Pengusaha Keturunan Cina

		Q8				Total
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	1	9	14	25
	Wanita	0	0	13	12	25
Total		1	1	22	26	50

Hasil pada Gambar 8 dan Tabel 8 tentang kualitas diri responden pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara bervariasi. Responden yang ragu-ragu ada 4% yang terdiri dari 2% responden laki-laki dan 2% responden wanita, sedangkan yang menjawab setuju adalah 32% yang terdiri dari 10% responden laki-laki dan 22%

responden wanita. Selanjutnya, responden yang menjawab sangat setuju adalah 64% yang terdiri dari 38% responden laki-laki dan 26% responden wanita.



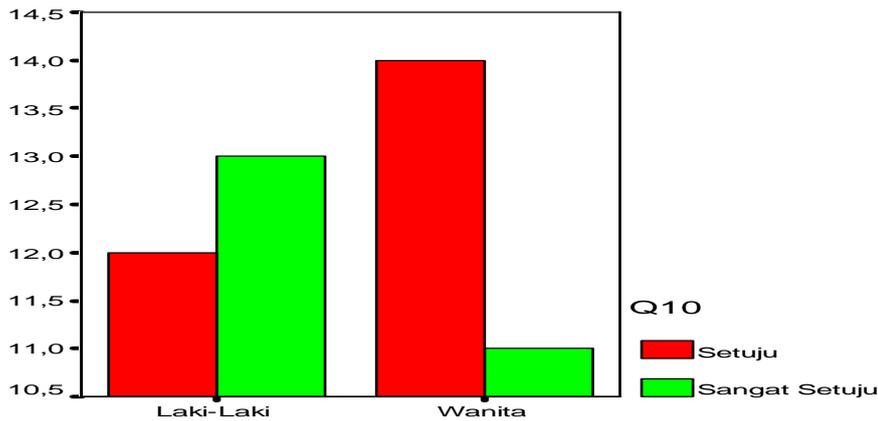
Tabel 8  
Faktor Kualitas Diri dari Pengusaha Keturunan Cina

		Q9			Total
		Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	5	19	25
	Wanita	1	11	13	25
Total		2	16	32	50

Pada Gambar 9 dan Tabel 9 tentang keagresifan, 52% yang terdiri dari 24% responden laki-laki dan 28% responden wanita menjawab setuju bahwa faktor keagresifan adalah penentu keberhasilan dalam berbisnis, sedangkan yang menjawab sangat

setuju adalah 48% yang terdiri dari 26% responden laki-laki dan 22% responden wanita.

Gambar 9 Faktor Agresif bagi Pengusaha Keturunan Cina



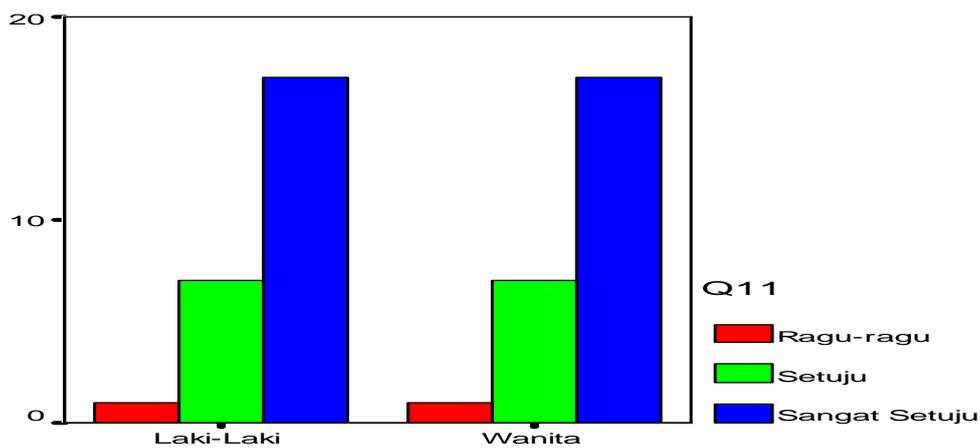
Tabel 9  
Faktor Agresif dari Pengusaha Keturunan Cina

Jenis Kelamin		Q1		Total
		Setuju	Sangat Setuju	
Laki-laki	Laki-laki	12	13	25
	Wanita	14	11	25
Total		26	24	50

Untuk faktor ketekunan pada Gambar 10 dan Tabel 10, terdapat 4% responden yang menjawab ragu-ragu di mana responden laki-laki dan wanita masing-masing 2%. Responden yang menjawab setuju pada faktor ketekunan sebagai penentu keberhasilan dalam berbisnis adalah 28%, masing

masing 14% untuk responden laki-laki dan 14% responden wanita. Selanjutnya, responden yang menjawab sangat setuju adalah 68%, terdiri dari 34% dari responden laki-laki dan 34% responden wanita.

Gambar 10 Faktor Ketekunan bagi Pengusaha Keturunan Cina



Tabel 10  
*Faktor Ketekunan dari Pengusaha Keturunan Cina*

		Q10		Total
		Ragu-ragu	Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	7	17
	Wanita	1	7	17
Total		2	14	24

Nilai rata-rata 4.72 dari skala 1-5 di antara setuju dan sangat setuju pada Tabel 11 menunjukkan bahwa 25 orang laki-laki yang menjalankan bisnis dan berhasil di Kabupaten Minahasa Utara sangat mempertimbangkan jenis produk/service dalam berbisnis. Demikian pula dengan pengusaha wanita yang memiliki nilai rata-rata 4.64 dari skala 1-5; mereka setuju dan sangat setuju bahwa faktor produk dan jenis usaha sangat dipertimbangkan dalam perencanaan menjalankan suatu usaha.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata 4.68 dari para pengusaha di Kabupaten Minahasa Utara menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha, mereka sangat mempertimbangkan jenis produk atau jasa yang akan dijual. Hasil evaluasi ini sesuai dengan pernyataan Mathis (2006) yang mengatakan bahwa diferensiasi produk/jasa akan memudahkan para pengusaha untuk memasuki pasar baru dalam menghadapi era persaingan global dan mempertahankan bisnis secara berkesinambungan.

Tabel 11  
*Nilai Rata-Rata Faktor Produk/Service bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.72	25	.46
Wanita	4.64	25	.49
Total	4.68	50	.47

Tabel 12 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan 4.66 yang menjawab antara setuju dan sangat setuju; bagi para pengusaha keturunan Cina yang ada di Kabupaten Minahasa Utara, memiliki informasi tentang para pesaing adalah faktor yang penting dalam keberhasilan usaha mereka. Hasil evaluasi ini didukung oleh Shoelihin (2010) yang mengatakan bahwa untuk memiliki kompetitif yang

unggul dari para pesaing dan mencapai tujuan dalam menjalankan usaha, para pengusaha harus mengetahui informasi dari para pesaing. Dengan demikian, mereka dapat mengetahui tentang keunggulan dan kelemahan pesaing. Oleh karena itu, dalam berbisnis para pengusaha harus memiliki agen, sejenis inteligen yang mengumpulkan informasi tentang pesaing.

Tabel 12  
*Nilai Rata-rata Informasi Tentang Para Pesaing bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.68	25	.48
Wanita	4.64	25	.49
Total	4.66	50	.48

Tabel 13 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan pengusaha laki-laki dan wanita keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara yang setuju bahwa memiliki modal sendiri dalam menjalankan bisnis mereka merupakan faktor penting dengan nilai rata-rata 4.06. Usman (2010) mengatakan bahwa bagi orang Cina, berdagang

adalah menimbun harta untuk jangka panjang karena dengan modal sendiri, mereka dapat mengembangkan usaha mereka dengan mengurangi biaya modal. Orang yang berdagang dikatakan berani, dan hanya orang yang berani yang memiliki kesempatan menjadi kaya dan sukses.

Tabel 13  
*Nilai Rata-Rata Faktor Modal bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.16	25	.75
Wanita	3.96	25	.93
Total	4.06	50	.84

Tabel 14 menunjukkan nilai 3.64 dari perhitungan nilai rata-rata keseluruhan laki-laki dan wanita para pebisnis keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara. Untuk kelangsungan suatu usaha, kebutuhan pasar atas produk atau jasa yang dijalani dibutuhkan pasar secara berkesinambungan.

Apabila produk atau jasa yang dijual di pasaran sudah mencapai titik jenuh dan pasar telah memiliki produk atau jasa substitusi, maka segmen pasar atas produk atau jasa akan hilang secara perlahan atau akan turun drastis.

Tabel 14  
*Nilai Rata-Rata Faktor Pasar bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std.Deviation
Laki-Laki	3.76	25	.83
Wanita	3.52	25	.77
Total	3.64	50	.80

Tabel 15 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan hasil responden laki-laki dan wanita tentang faktor harga bagi pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara; nilai rata-rata adalah 3.46. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha keturunan Cina merasa ragu-ragu tentang harga sebagai faktor penentu keberhasilan

usaha. Harga jual suatu produk tergantung pada beberapa faktor, di antaranya harga dari pesaing, biaya produksi, masuknya pesaing baru dengan produk yang lebih berkualitas, perkapita masyarakat, dan kebutuhan pelanggan terhadap produk.

Tabel 15  
*Nilai Rata-Rata Faktor Harga bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	3.56	25	.92
Wanita	3.36	25	.70
Total	3.46	50	.81

Tabel 16 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan 4.52 laki-laki dan wanita tentang kejujuran; ini berarti bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa kejujuran sangat diutamakan dalam keberhasilan menjalankan bisnis bagi pebisnis keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara. Bisnis yang etis memperlakukan orang dengan hormat, jujur, dan berintegritas. Kejujuran seseorang biasanya

didasarkan atas kepercayaan atau keyakinan seseorang kepada agama yang dianutnya. Sukamdani (2001) menjelaskan bahwa seorang pengelola usaha yang menjalankan norma-norma agamanya dengan baik didapati lebih sukses di dalam pengelolaan suatu usaha dibandingkan dengan yang sama sekali tidak menjalankan perintah agamanya dengan baik.

Tabel 16  
*Nilai Rata-Rata Faktor Kejujuran bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.60	25	.76
Wanita	4.44	25	.92
Total	4.52	50	.84

Nilai rata-rata keseluruhan laki-laki dan wanita yaitu 4.46 yang ditunjukkan pada Tabel 17 menjawab pernyataan bahwa faktor motivasi mempengaruhi keberhasilan pebisnis keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara. Ini berarti hampir mayoritas pebisnis keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara mempertimbangkan faktor motivasi sebagai hal yang penting dalam

keberhasilan bisnis. Hasil evaluasi ini sesuai dengan pernyataan Cascio (1995) yang mendefinisikan motivasi sebagai “*a force that results from an individual’s desire to satisfy*” (hal. 34) [kekuatan yang dihasilkan dari keinginan individu untuk memuaskan]. Selanjutnya, motivasi lebih condong pada perannya sebagai bagian penting dalam upaya mencapai sasaran dan tujuan organisasi.

Tabel 17  
*Nilai Rata-Rata Faktor Motivasi bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.44	25	.77
Wanita	4.48	25	.51
Total	4.46	50	.65

Tabel 18 menunjukkan nilai rata-rata hasil responden tentang faktor kualitas diri bagi pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara. Nilai rata-rata keseluruhan laki-laki dan wanita dari faktor kualitas diri adalah 4.60. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha keturunan Cina merasa bahwa faktor kualitas diri adalah sebagai faktor penentu keberhasilan usaha. Hasil evaluasi ini sesuai dengan pernyataan Seng (2007) yang mengatakan bahwa kesuksesan bisnis

sebenarnya tidak ada hubungannya dengan bakat bawaan melainkan variabel penentu kesuksesan adalah kualitas diri seseorang. Kualitas diri yang dimaksudkan di sini mengacu pada *inner capacity* seseorang yang paling menentukan seberapa tinggi seseorang dapat mencapai kesuksesan. Selanjutnya, kesuksesan seseorang dapat dikendalikan oleh dirinya sendiri dan bagaimana ia memikirkan dirinya.

Tabel 18  
*Nilai Rata-Rata Faktor Kualitas Diri bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.72	25	.54
Wanita	4.48	25	.59
Total	4.60	50	.57

Selanjutnya, Tabel 19 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan laki-laki dan wanita tentang faktor keagresifan yang adalah 4.48. Itu berarti mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju

tentang pernyataan bahwa keagresifan mempengaruhi keberhasilan pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara.

Tabel 19  
*Nilai Rata-Rata Faktor Agresif bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.52	25	.51
Wanita	4.44	25	.51
Total	4.48	50	.50

Pada Tabel 20, nilai rata-rata keseluruhan laki-laki dan wanita adalah 4.64, di mana responden laki-laki dan wanita memiliki nilai rata-rata yang sama yaitu 4.64. Ini berarti bahwa hampir mayoritas pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara mempertimbangkan faktor ketekunan sebagai hal yang penting dalam

keberhasilan bisnis mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Triton (2007) yang mengatakan bahwa ketekunan membuat seseorang mudah bangkit kembali dari kegagalan yang dialami dalam usahanya. Selanjutnya, Dinsi (2004) mengatakan bahwa visi dan ketekunan merupakan penuntun ke arah kesuksesan.

Tabel 20

*Nilai Rata-Rata Faktor Ketekunan bagi Pengusaha Keturunan Cina*

Jenis Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-Laki	4.64	25	.57
Wanita	4.64	25	.57
Total	4.64	50	.56

### Kesimpulan dan Saran

#### Kesimpulan

Setelah penelitian ini dilakukan dan berdasarkan hasil yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara sangat mempertimbangkan faktor produk/*service*, informasi tentang para pesaing, modal sendiri, segmen pasar dari produk/*service*, kejujuran, motivasi, kualitas diri, keagresifan, dan ketekunan sebagai faktor-faktor penentu kesuksesan dalam menjalankan usaha di Kabupaten Minahasa Utara. Berdasarkan hasil yang diperoleh, yang menjawab setuju dan sangat setuju ada di atas 50%. Sementara untuk faktor harga, pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara merasa ragu-ragu bahwa itu adalah faktor penentu

keberhasilan usaha mereka dengan persentasi 56%; ini lebih besar dari yang menjawab setuju dan sangat setuju yang hanya 38%.

#### Saran

Hasil dari penelitian ini menyarankan sebagai berikut:

1. Pemerintah menganjurkan kepada masyarakat dan khususnya pengusaha pribumi supaya dapat mengikuti cara yang dilakukan oleh pengusaha keturunan Cina di Kabupaten Minahasa Utara sehingga bisa meningkatkan pendapatan asli daerah.
2. Peneliti menambah lagi variabel-variabel lain yang bisa menyokong kesuksesan dalam menjalankan bisnis.

### Daftar Pustaka

- Cascio, W. F. (1995). *Managing human resources: Productivity, quality work life, profits* [Mengelola sumber daya manusia: Produktivitas, kehidupan bekerja yang berkualitas, keuntungan]. New York: McGraw-Hill.
- Dinsi, V. (2004). *Jangan mau seumur hidup jadi orang gajian* (cetakan 1). Jakarta: Let's Go Indonesia.
- Ketut, R. (2000). *Pengantar perbankan dan lembaga keuangan bukan bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Laver, R. H. (1987). *Strategi pendidikan kejuruan dalam pengembangan dunia usaha kecil dan menengah yang kompetitif*. Makalah yang dipresentasikan pada Seminar Nasional Pra International Small Business Congress, Jakarta.
- Mathis, R. L. (2006). *Manajemen sumber daya manusia*. (Tim Salemba Empat, Trans.). Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. E. (2001, Maret). *Strategy and the internet* [Strategi dan internet]. *Harvard Business Review*, 62-78.
- Seng, A. W. (2007). *Rahasia bisnis orang Cina*. Yogyakarta: Hikmah.
- Shoelihin, E. M. (2010). *Sun Tzu for business: Sepuluh prinsip bisnis dari Sun Tsu* (cetakan 1) Yogyakarta: Cemerlang.
- Sukamdani. (2001). *Kisah kegiatan bisnis, pendidikan, sosial budaya dan harapan saya*. Jakarta: Widiasarana Indonesia.
- Swasono, S. E. (2000). *Pertumbuhan ekonomi kerakyatan*. Jakarta: Erlangga.
- Triton, P. B. (2007). *Panduan sikap dan perilaku entrepreneurship: Kiat sukses menjadi pengusaha* (cetakan 1). Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Usman, S. (2010). *Trik dagang orang Tionghoa* (cetakan 1). Yogyakarta: Cakrawala.