

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan suatu negara ditentukan oleh jumlah wirausaha. Secara konsensus, idealnya jumlah wirausaha yang dimiliki suatu negara adalah 14% dari total penduduknya. Hal tersebut dapat menjadi indikator keunggulan daya saing bangsa. Indonesia yang memiliki jumlah penduduk terbesar di Asia Tenggara ternyata hanya memiliki jumlah pelaku usaha sekitar 3% dari total jumlah penduduk sehingga dapat dikatakan sangat lambat dari sisi perkembangan bisnis. Sebagai pembandingan, Singapura dalam setahun jumlah pelaku usahanya berkembang menjadi 10% dan Malaysia berkembang menjadi 5% dari total jumlah penduduknya (Kompas, 5 April 2018).

Kalimantan Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Sebagai provinsi yang kaya, Kalimantan Timur seharusnya memiliki kearifan lokal untuk mengembangkan industri kreatif guna mendorong pertumbuhan ekonominya (Faktadaerah.com, 21 Desember 2017). Berbagai program pemberdayaan telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan jumlah wirausaha, salah satunya dengan menggalakkan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kalangan masyarakat. Akan tetapi implementasi program pemberdayaan dari pemerintah sampai saat ini belum tampak optimal (Portal UKM 2019). Informasi tentang jumlah wirausaha dan

tenaga kerja yang tersedia di Kalimantan Timur menurut data BPS Tahun 2016-2017 dapat dilihat di Tabel 1.1.

Tabel 1.1.
Data BPS Kalimantan Timur perkembangan UMKM 2016/2017

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah UKM		Jumlah Tenaga Kerja	
		2016	2017	2016	2017
1.	Samarinda	74.268	75.380	291.880	296.257
2.	Balikpapan	50.458	51.216	234.770	238.290
3.	Berau	21.374	21.693	49.865	50.610
4.	Kutai Kartanegara	50.911	51.678	187.888	190.705
5.	Paser	29.718	30.163	57.651	58.533
6.	Bontang	22.356	22.690	59.501	60.392
7.	Kutai Timur	27.114	27.520	99.871	101.368
8.	Panajam Paser Utara	18.036	18.306	44.337	45.001
9.	Kutai Barat	19.860	20.156	38.344	38.916
TOTAL		314.095	318.802	1.064.107	1.080.072

Berdasarkan data tabel 1.1. di atas diperoleh informasi bahwa pertumbuhan UMKM di Kalimantan Timur belum mencapai 1% dibandingkan dengan tenaga kerja yang ada. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang besar untuk mengembangkan usaha tetapi belum diimbangi dengan tindakan mengambil peluang.

Suku Dayak sebagai salah satu suku asli di Kalimantan Timur memiliki potensi untuk menjadi wirausaha. Suku Dayak hidup dalam lingkungan yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah (Sellato, 2002; Tjilik Riwut, 2003). Mereka memiliki keahlian membuat hasil kerajinan, menenun, memahat kayu (totem) yang dipelajari secara turun temurun, yang merupakan budaya yang harus dilestarikan dan dapat dijadikan peluang

ekonomis (Emmanuel, dkk. 2012; Tulistyantoro, dkk. 2014; Hadibrata, 2016). Budaya yang baik akan menghasilkan nilai ekonomis, yang berarti dapat menambah penghasilan dan bahkan memenuhi kebutuhan hidup para pelakunya (Singarimbun, 2017). Suku Dayak yang menyadari peluang tersebut, mulai belajar dan terpacu untuk menjadi wirausaha (Hasmita, 2017; Sudarmayasa, 2019). Wirausaha suku Dayak juga mendapatkan pembinaan dari pemerintah setempat, baik melalui pembimbingan, pelatihan dan pemberian bantuan modal bagi wirausaha UKM (Andansari, 2013; Hasmita, 2017; Sudarmayasa, 2019). Kesadaran akan nilai ekonomis, dukungan kekayaan alam dan potensi ketrampilan yang dimiliki suku Dayak (Emmanuel, dkk., 2012; Tulistyantoro, dkk., 2014; Hadibrata, 2016) dipadukan dengan dukungan pemerintah, diharapkan dapat meningkatkan jumlah wirausaha suku Dayak (Sulistiyani, 2016; Sudarmayasa, 2019).

Data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan dan Koperasi Propinsi Kalimantan Timur, 80% pelaku UMKM adalah wirausaha suku Dayak yang bergerak dalam sektor kerajinan. Mereka kebanyakan berlokasi di 3 kabupaten/kota yaitu Samarinda, Kutai Kartanegara dan Kutai Barat. Data UMKM bidang kerajinan kota Samarinda, kabupaten Kutai Kartanegara dan kabupaten Kutai Barat Tahun 2014-2019 menunjukkan bahwa kenaikan jumlah wirausaha UMKM tidak sesuai yang diharapkan (Tabel 1.2.).

Tabel 1.2.
Data UMKM Propinsi Kalimantan Timur

Kab./Kota	Tahun					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Samarinda	159	74	34	49	51	104
Kutai Kartanegara	70	51	36	13	15	21
Kutai Barat	1552	1303	1094	777	942	1045

Jumlah UMKM di Kota Samarinda mengalami penurunan dari 2014 sampai dengan 2016, tetapi mengalami peningkatan perlahan dari Tahun 2017. Terdapat kenaikan di tahun 2018 sebesar 0,96% dan di Tahun 2019 sebesar 2%. Sedangkan untuk Kabupaten Kutai Kartanegara, penurunan terjadi hingga tahun 2016, dan mulai mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar 1,15% dan pada tahun 2019 sebesar 1,4%. Kabupaten Kutai Barat mengalami penurunan hingga tahun 2017, dan kenaikan pada tahun 2018 sebesar 1,2% sedangkan di tahun 2019 sebesar 1,1%. Kondisi ini tidak sesuai dengan target yang diharapkan oleh Dinas Perdagangan dan Koperasi Propinsi Kalimantan Timur yaitu kenaikan jumlah wirausaha sebesar 10% pertahun.

Pada bulan Oktober – November 2019 dilakukan studi pendahuluan dengan menggunakan metode wawancara terhadap Kabag, Kasie UMKM dan Pendamping UMKM Suku Dayak Dinas Perdagangan dan Koperasi Propinsi Kaltim. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi tentang kewirausahaan pelaku UMKM di Kalimantan Timur, khususnya yang beretnis suku Dayak. Peneliti ingin mengetahui tentang faktor-faktor yang

menghambat dan mendukung kewirausahaan pada suku Dayak.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pemerintah telah melakukan pembinaan, pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM. Melalui program pendampingan, pelaku UMKM belajar untuk meningkatkan mutu dan produksi juga memasarkan produk baik secara *online* maupun *offline*. Targetnya adalah peningkatan UMKM sebesar 10% per tahun. Hal ini terdapat pada kutipan wawancara berikut:

“Kami menerapkan program yang sama terhadap seluruh UMKM yang ada di Kaltim, baik pembinaan, pelatihan dan bahkan pendampingan. Tapinya sesuai anggaran ya. Target saya itu kenaikan 10% untuk UMKMnya.”

Realitanya ada beberapa kendala dilapangan yang membuat target tersebut tidak dapat tercapai, baik UMKM di Kalimantan Timur secara keseluruhan maupun khusus pelaku wirausaha dari suku Dayak. Hasil wawancara dengan pendamping UMKM menunjukkan bahwa ada beberapa hambatan yang dimiliki oleh para pelaku wirausaha suku Dayak. Hal ini tampak dari produk yang mereka hasilkan yang hanya sebatas karya pribadi, dimana mereka tidak berpikir tentang nilai ekonomis akan barang tersebut. Misalnya, mereka tidak berpikir untuk membuat produk yang lebih banyak atau dipasarkan dalam skala yang lebih luas. Hal ini disebabkan karena mereka tidak berani untuk mengambil resiko, dan lebih berpikir tentang kerugian yang akan ditanggung daripada keuntungan pada situasi yang tidak pasti yang akan mereka hadapi. Mereka hanya memproduksi barang berdasarkan pesanan, sehingga kecil kemungkinan untuk menanggung resiko rugi. Disamping itu, mereka juga tidak memiliki orientasi jangka panjang

dalam menjalankan usaha dan tidak memiliki perencanaan terhadap masa depan usahanya. Apa yang di peroleh hari ini, itu yang mereka akan terima. Dalam berwirausaha, mereka cenderung menunggu yang pembeli datang tanpa adanya usaha untuk menawarkan atau memasarkan dengan strategi yang lebih baik. Hal ini juga ditunjukkan pada kutipan wawancara dibawah ini:

“Mereka ini kalo membuat hasil kerajinan hanya berdasarkan hobby, nggak ngeliat peluang untuk profit kedepannya kayak apa, terus kalo ditawarkan ikut pameran, belum apa-apa mereka udah takut rugi duluan. Padahal mereka itu punya potensi loh untuk bersaing.”

UMKM suku Dayak belum menyadari sepenuhnya peluang bisnis dari produk-produk yang mereka hasilkan. Mereka kurang menyadari bahwa produk yang mereka hasilkan dapat memiliki nilai jual yang tinggi. Hal ini terbukti dari prestasi saat meraih penghargaan *Seal of Excellent* dari UNESCO pada tahun 2007 (antarnews.com, 2010; publication.petra.ac.id; 2020). Idealnya, dengan ketrampilan dan ketersediaan bahan baku serta pendampingan dari pemerintah, suku Dayak bisa menjadi pelaku usaha yang sukses dan mampu bersaing dengan wirausaha etnis lain yang ada di Kalimantan Timur. Realitanya, kinerja wirausaha suku Dayak mengalami penurunan dari tahun - ke tahun.

Pemaparan diatas menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal dengan kondisi aktual yang ada. UMKM suku Dayak seharusnya memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Data di lapangan menunjukkan jumlah UMKM suku Dayak tidak mengalami peningkatan secara maksimal. Data ini diperkuat dengan data di lapangan dari penelitian

terdahulu yang menunjukkan adanya penurunan jumlah wirausaha suku Dayak di kampung tenun Samarinda (Sudarmayasa, 2019) dan di Desa Pampang Samarinda (Sulistiyani, 2016). Peneliti lain juga meneliti tentang kajian strategi pemasaran tentang tenun (Dolorosa, 2012). Kondisi ini memunculkan urgensi untuk meneliti orientasi kewirausahaan individu pada suku Dayak.

Kewirausahaan, selama ini diteliti dengan menggunakan berbagai konstruk, misalnya intensi kewirausahaan (Andika & Madjid, 2012; Nursito, dkk., 2013; Sumarsono, 2016; Rustiyaningsih, 2013; Vilathuvahna, 2015), motivasi wirausaha (Jati, 2012; Kurniawan, dkk., 2016; Listiyani, 2015; Muntaqiroh, 2016; Yunal, 2013), dan atau orientasi kewirausahaan (Gholami, 2016; Metekohy, 2013; Nugroho, dkk., 2016; Tondo, 2017; Puspitaningtyas, dkk., 2014; Wang, dkk., 2015; Wardoyo, 2015). Peran kewirausahaan sosial menimbulkan kemampuan inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil resiko bagi masyarakat Indonesia (Yunanto, Y., Suhariadi, F., Yulianti, P., dan Andajani, W., 2021).

Penelitian ini menggunakan konstruk orientasi kewirausahaan dalam meneliti kewirausahaan pada suku Dayak. Orientasi kewirausahaan diteliti dengan alasan bahwa temuan pada studi terdahulu menunjukkan pertumbuhan yang tinggi dari suatu perusahaan ditentukan oleh orientasi kewirausahaan individu yang ada di dalamnya (Stevenson & Jarillo, 1990; Brown dkk, 2001). Orientasi kewirausahaan juga memegang peranan penting untuk meningkatkan kinerja bisnis (Umar, 2014; Tawas, 2014; Wardoyo, dkk.

2015), kinerja perusahaan (Lumpkin & Dess, 2001, Davis, dkk. 2010), serta kinerja pemasaran dan keuangan (Olson, 2000; Vitalle, dkk. 2003; Djayadiningrat, 2017). Pada level UMKM ditemukan orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan kinerja UMKM (Isa, 2010; Lumpkin & Dess, 2010; Pangeran, 2011; Pramesti, 2016; Wardi, dkk. 2017). Ketiga dimensi orientasi kewirausahaan (inovatif, proaktif dan keberanian mengambil resiko) juga dapat mempengaruhi kinerja individu pelaku usaha (Morris, dkk. 2007; Todovic & Ma, 2008; Zainol, 2013; Alam, 2013).

Pada awalnya, konstruk orientasi kewirausahaan dikembangkan pada level organisasi, namun dalam perkembangannya konstruk ini juga diaplikasikan pada level individu dan dikenal sebagai konsep orientasi kewirausahaan individu (*Individual Entrepreneurial Orientation / IEO*) (Setyowibowo, 2019). Hal ini disebabkan karena individu dapat didefinisikan sebagai organisasi kecil yang berwirausaha sebagai hasil dari perilaku individu. Karena individu dapat didefinisikan sebagai organisasi, dimensi orientasi wirausaha juga dapat diukur pada level individu (Bolton, 2011). Orientasi wirausaha individu telah terbukti mampu memprediksi kinerja kewirausahaan di Indonesia (Setyowibowo, 2019). Penelitian disertasi Fery Setyowibowo di Curtin University tersebut membuktikan bahwa orientasi wirausaha individu berpengaruh terhadap kinerja kewirausahaan di Indonesia.

Berbagai hasil studi mendukung hipotesis bahwa nilai-nilai budaya berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan. Cukup banyak studi yang dilakukan pada pengusaha dari berbagai etnis yang hasilnya mendukung

argumen bahwa budaya nasional mempengaruhi berbagai perilaku ekonomi/manajemen termasuk kewirausahaan (Urban, 2010). Budaya mewakili seperangkat pengetahuan bersama (*shared knowledge*) dan teori implisit tentang dunia, berupa keyakinan, nilai, sikap, dan konstruk lain yang diperlukan untuk menafsirkan dan menavigasi berbagai hal di dalam lingkungan. Pengetahuan budaya (*cultural knowledge*) membentuk dasar bagi realitas sosial seseorang; selanjutnya aturan dan pedoman yang mendefinisikan realitas ini diturunkan dalam pola pengasuhan anak serta diperkuat melalui interaksi dengan orang lain (Sharma, 2010).

Dalam dua dekade terakhir, berbagai riset lintas budaya berusaha memahami pengaruh norma dan nilai budaya terhadap kewirausahaan. Sebagian besar riset-riset tersebut mengacu pada dimensi budaya yang dikembangkan oleh Hofstede (Calza, dkk., 2020) Konsep budaya Hofstede memberikan landasan teoritis yang berguna untuk mengeksplorasi perbedaan lintas budaya dan mengidentifikasi nilai budaya yang terkait dengan kewirausahaan (Urban, 2010). Berdasarkan kajian literatur diketahui adanya pengaruh langsung maupun sebagai variabel mediator nilai budaya terhadap kewirausahaan.

Dimensi budaya Hofstede dikembangkan berdasarkan survei yang dilakukannya pada tahun 1967 dan 1971 dengan 116.000 karyawan dari satu organisasi (IBM) di 40 negara. Berdasarkan hasil analisis faktor pada skor rata-rata nasional untuk setiap nilai budaya yang berhubungan dengan pekerjaan, Hofstede menemukan empat dimensi dan menamakannya (1)

individualisme-kolektivisme, (2) jarak kekuasaan, (3) maskulinitas-feminitas, dan (4) penghindaran ketidakpastian. Berdasarkan karyanya dengan Bond (1988), Hofstede kemudian menambahkan orientasi jangka panjang vs jangka pendek (pada awalnya disebut Dinamisme Konfusianisme) sebagai dimensi budaya kelima (Sharma, 2010).

Dalam perkembangannya, timbul kritik terhadap konsep nilai budaya Hofstede saat diaplikasikan pada level individu. Dimensi budaya yang dikembangkan Hofstede didasarkan pada hasil riset yang merepresentasikan negara (pada level bangsa / nasional). Hal ini memunculkan kritik dikalangan para ahli, yang menyatakan bahwa konstruk pada tingkat bangsa mungkin tidak sepenuhnya mewakili keragaman dalam orientasi budaya warga suatu negara karena mereka mungkin tidak memiliki tingkat karakteristik budaya nasional yang sama (Sharma, 2010). Misalnya, orang Amerika Eropa tidak selalu lebih individualistik daripada orang Afrika-Amerika, atau Amerika Latin, dan tidak kalah kolektivistik dari orang Jepang atau Korea. Faktanya, sebagian besar masyarakat memiliki setidaknya beberapa representasi dari dimensi individualistik dan kolektivistik, dan menggunakan pilihan nilai yang berorientasi individualistik maupun kolektif secara terpisah. Akibatnya, pikiran manusia mungkin telah beradaptasi untuk berpikir dalam dua cara tergantung pada persyaratan situasional. Dengan kata lain, beberapa faktor non-budaya (misalnya demografi, sosial ekonomi, dan lingkungan) yang tidak dikendalikan di dalam studi tersebut, dapat memberikan penjelasan alternatif terhadap perbedaan antara sampel dari negara yang berbeda. Selain itu, skala

asli yang dikembangkan oleh Hofstede juga tidak memiliki validitas konstruk yang memadai ketika diterapkan pada konteks individu. Hal inilah yang mendorong munculnya pengembangan berbagai skala *self report* untuk mengukur nilai budaya pada level individu (Sharma, 2010).

Salah satu skala yang dikembangkan untuk mengukur nilai budaya pada level individu adalah skala *Personal Cultural Orientation* yang dikembangkan oleh Sharma (2010) dengan mengacu pada dimensi budaya Hofstede. Skala tersebut berisi *shared cultural values* dan norma, seperti halnya keyakinan pribadi yang didasarkan pada pengalaman unik individu.

Nilai budaya merupakan salah satu unsur budaya yang paling fundamental sebagai penentu budaya (Lamb dkk., 2009), sebagaimana diketahui kebudayaan mengandung tujuh unsur penting yaitu bahasa, mitos, adat, ritual, artefak material, hukum, dan nilai (Salomo, 2013). Nilai merupakan kepercayaan (*belief*) yang mendasari atau memandu individu dalam pengambilan keputusan, sikap, dan perilaku individu (Schwartz, 2012). Penelitian ini berfokus pada nilai budaya, yang diartikan sebagai keyakinan yang mempengaruhi cara individu berperilaku dalam masyarakatnya. Keyakinan ini adalah referensi internal yang digunakan untuk memilih dan membenarkan perilaku yang sesuai dengan budaya. Nilai-nilai budaya diterima secara luas dan dilaksanakan oleh setiap anggota masyarakat (Sihombing, 2014).

Nilai budaya juga merupakan aspek penting dalam menentukan orientasi kewirausahaan individu karena dapat mempengaruhi sikap dalam

pengambilan resiko (*risk taking*) dan tindakan proaktif (Kreiser, dkk. 2002). Nilai budaya memiliki peran yang besar dalam mentransformasi wirausaha (Abaho, dkk. 2013) terutama bagi negara yang masih memiliki budaya adat asli dari masyarakat (Paredo, dkk, 2004; Levenburg, 2008). Nilai budaya dapat mengatur usaha dan orang yang menjalankannya sehingga mereka tunduk pada nilai – nilai budaya yang dapat menjadi pendukung aktivitas kewirausahaan (Akhtar, 2015; Zhao, 2012; Muller & Thomas, 2001; Viswanathan, 2010).

Penelitian terdahulu di Indonesia maupun di luar negeri menunjukkan bahwa nilai budaya memberikan pengaruh terhadap orientasi kewirausahaan individu. Nilai budaya penting untuk meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan pada UKM di Zanzibar, Tanzania, India dan Pakistan (Bucurean dkk, 2011; Lahti, 2003; Meyer, 2011; Olufunso, 2010). Pada pelaku usaha suku Melayu, rasa malu merupakan nilai budaya yang mengikat mereka untuk tidak mengambil keputusan secara gegabah, sehingga mempengaruhi rendahnya orientasi kewirausahaan suku Melayu (Alam, 2013; Zainol, 2010). Pelaku usaha suku Using di Banyuwangi dengan nilai budaya berupa semangat yang tinggi, mampu berinovasi dan mandiri, membuat mereka memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi (Puspitaningtyas, dkk., 2014). Pelaku usaha suku Maluku juga memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi karena mereka memiliki kemampuan untuk memanfaatkan hubungan sosial, mampu menjaga etika, dan konsisten dalam kualitas dan waktu (Metekohy, 2014). Hal ini berbeda dengan suku Papua yang lebih mengutamakan nilai budaya dan

jalanan kebersamaan, sehingga tidak berdampak terhadap kinerja mereka. Selain itu, mereka dianggap memiliki perilaku konsumtif, sehingga orientasi kewirausahaan suku Papua rendah (Rante, 2011). Beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa nilai budaya yang dimiliki oleh suatu suku memberikan pengaruh yang beragam terhadap orientasi kewirausahaan, sehingga penting untuk memasukkan nilai budaya sebagai variabel yang berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan individu.

Pada penelitian ini nilai budaya yang dimaksudkan adalah nilai budaya pada level individu dengan mengacu pada konsep *Personal Cultural Orientation* yang di kembangkan oleh Sharma (2010). Nilai budaya personal merupakan norma dan nilai budaya bersama yang menjadi keyakinan personal yang didasarkan pada pengalaman individu yang unik. Nilai budaya suku Dayak yang terkait dengan wirausaha merupakan keyakinan yang menjadi referensi internal yang digunakan sebagai pedoman untuk mengarahkan, memilih dan membenarkan sikap, pengambilan keputusan, perilaku yang sesuai dengan budaya suku Dayak dalam berwirausaha. Nilai-nilai budaya ini diterima secara luas dan dilaksanakan oleh anggota suku Dayak.

Pada studi awal berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Perdagangan dan Koperasi Propinsi Kaltim, di peroleh gambaran bahwa suku Dayak adalah orang-orang yang mau belajar, dapat bekerjasama, pekerja keras, jujur dan lugu / sederhana. Studi pendahuluan memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan Suku Dayak memiliki kepercayaan

yang ditanamkan secara turun temurun yaitu “semua kebutuhan hidup telah disiapkan oleh alam dan mereka dilarang untuk mengambil lebih dari yang mereka butuhkan” (Sulistiyani, 2018). Nilai budaya mengajarkan bahwa suku Dayak tidak boleh mengambil lebih dari yang dibutuhkan. Keyakinan akan nilai ini membuat pelaku wirausaha suku Dayak kurang mempertimbangkan nilai ekonomis dalam mengambil peluang-peluang usaha (Singarimbun, 2017). Kondisi ini membuat mereka menikmati hidup secara sederhana dan tidak berlebihan, dan cenderung bersifat pasif, hanya menerima tanpa mencari peluang. Budaya kolektivitas yang tinggi juga menghambat mereka untuk berkompetisi.

Berdasarkan temuan dari studi pendahuluan, diketahui bahwa keengganan dalam mengupayakan hal lebih dari yang dibutuhkan, membuat mereka kurang mencari peluang yang dianggap beresiko. Mereka merasa cukup atas apa yang disediakan oleh alam. Suku Dayak terbiasa hidup dalam rutinitas musim dan alur kehidupan yang cenderung monoton tanpa banyak perubahan. Rutinitas yang cenderung monoton, memberikan kepastian akan pola kehidupan yang mudah diprediksi. Perubahan dan ketidakpastian membuat mereka merasa tidak nyaman dan tidak aman. Kondisi dan situasi yang telah mereka kenal selama turun temurun membuat mereka merasa tenang.

Hasil wawancara terhadap Kabag, Kasie UKM dan Pendamping UKM Suku Dayak Dinas Perdagangan dan Koperasi Propinsi Kalimantan Timur dan kajian literatur menunjukkan bahwa beberapa perilaku kewirausahaan suku

Dayak merepresentasikan nilai budaya *uncertainty avoidance* yang terdapat pada skala *Personal Cultural Orientation*. *Uncertainty Avoidance* merupakan nilai budaya yang mendasari individu sehingga merasa terancam atau merasa tidak nyaman saat berada pada situasi ambigu atau tidak dikenal. Nilai budaya *uncertainty avoidance* membuat individu meyakini bahwa mereka akan kesulitan dalam mengendalikan lingkungan, kejadian dan situasi. Karena itu, perilaku mereka lebih terfokus pada upaya menjaga kepastian, bertahan pada kondisi *status quo* dan kurang berinovasi (Sharma, 2010). Hal ini serupa dengan perilaku suku Dayak yang menikmati hidup secara sederhana, tidak berlebihan, dan cenderung bersifat pasif, hanya menerima tanpa mencari peluang, enggan berkompetisi maupun mengambil resiko.

Berdasarkan studi pendahuluan, juga diketahui adanya faktor pendukung kewirausahaan pada suku Dayak, yaitu modal sosial. Suku Dayak hidup secara berkelompok dengan kepercayaan dan kepedulian yang tinggi terhadap anggotanya. Mereka saling bekerjasama dengan orang-orang yang ada disekitarnya. Suku Dayak juga memiliki tata nilai dan norma yang mereka patuhi sebagai aturan dalam hidup bermasyarakat. Kondisi ini tampak pada wawancara sebagai berikut :

“Suku Dayak itu pekerja keras, tekun dan jujur orangnya, kekerabatannya sangat kuat, apalagi kalo nyangkut harga diri. Mereka juga bisa kerjasama dengan orang lain. Kadang saking percayanya mereka itu sering dibohongi sama para tengkulak. Kalo diajak kerjasama mereka suka sekali. Mereka itu lugu dan patuh kalo jadi pedagang, malah sering ngalah. Tapi kalo masalah harga diri mereka berani mati.”

Keterikatan akan norma dan nilai-nilai budaya membuat masyarakat

suku Dayak bergantung kepada kelompok dan patuh kepada ketua suku atau kepala adat (J.U. Lotaan, 1975; Sellato, 2002). Keyakinan akan budaya yang mereka miliki dan kepatuhan terhadap norma serta nilai-nilai inilah mempengaruhi respon serta perilaku masyarakat suku Dayak dalam menjalankan usaha yang mereka miliki saat ini (Emmanuel, dkk. 2012; Sulistyani, 2018). Kepatuhan terhadap Ketua suku / Kepala Adat dan pola kehidupan berkelompok dalam nilai budaya yang mereka miliki menjadi modal sosial bagi terbentuknya rangkaian hubungan antar individu pada masyarakat suku Dayak.

Berbagai hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penduduk asli sering menderita akibat pergeseran ekonomi, kemajuan teknologi dan penambahan populasi (Anderson, 2002) sehingga perlu adanya perhatian khusus yang dibangun melalui pemanfaatan modal sosial (Paredo, 2015). Modal sosial merupakan sumber daya aktual dan potensial yang berasal dari kesediaan melakukan hubungan aktif antara satu dengan yang lain sebagai kondisi untuk saling percaya dan bekerjasama, serta berbagi nilai dan berperilaku dalam menjalankan usaha. (Cohen & Prusak, 2001; Gaag, 2012; Fornoni, 2014; Wimbah, 2015; Villaverde, 2017). Penelitian terdahulu menemukan hubungan antara modal sosial individu dengan orientasi kewirausahaan (Alarcon dkk. 2017; Novitasari, 2018; Nugroho dkk., 2016; Saputra, 2018; Wartiharjono, 2017; Wimbah, 2015; Villaverde, 2017).

Dinamika budaya menyebabkan perbedaan sistim nilai, kepercayaan, tabu, yang dapat mempengaruhi individu baik secara kognitif, emosi,

maupun motivasi dan dapat membentuk efikasi diri (Basu & Virick, 2008; Bucurean, 2011; Abaho dkk, 2013). Efikasi diri dalam kehidupan berkelompok wajib dimiliki oleh setiap individu yang ada di dalamnya sehingga dapat membangun hubungan yang harmonis (J.U. Lotaan, 1975; Tjilik Riwut, 2003). Efikasi diri merupakan keyakinan untuk mampu melakukan sesuatu (Chen. S. 2004). Hubungan yang harmonis dengan didasari oleh efikasi diri yang tinggi, dapat menumbuhkan nilai-nilai ekonomis dan tujuan yang sama (Nugroho, 2016; Novitasari, 2018; Sulistyani, 2016). Kesadaran akan nilai-nilai ekonomis dapat menyatukan potensi diri dan potensi sumber daya alam, dan apabila digabungkan dengan tujuan yang sama maka akan membentuk orientasi kewirausahaan individu yang dapat mengembangkan perilaku wirausaha pada suku Dayak (Saputro, 2019). Penelitian terdahulu membuktikan efikasi diri menjadi mediator penuh antara nilai-nilai pribadi dan orientasi kewirausahaan. Efikasi diri tidak hanya secara langsung merupakan prediktor orientasi kewirausahaan tetapi juga merupakan mekanisme sentral yang memanfaatkan pengaruh nilai-nilai pribadi pada orientasi kewirausahaan. (Alam, dkk., 2013; Abaho dkk., 2015; Mohd, dkk. 2014).

Pentingnya orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan, mendorong peneliti untuk mengembangkan model orientasi kewirausahaan individu pada suku Dayak. Model ini diharapkan bisa menjelaskan tentang bagaimana mengembangkan potensi wirausaha pada Suku Dayak di masa mendatang. Model yang dibangun menggunakan

variabel-variabel berdasarkan faktor pendukung dan penghambat kewirausahaan suku Dayak yang diperoleh dari studi pendahuluan. Faktor penghambat berupa nilai budaya *Uncertainty Avoidance* menjadi variabel internal sedangkan faktor pendukung yaitu modal sosial individu menjadi variabel eksternal. Variabel efikasi diri merupakan variabel internal yang menjadi mediator terhadap orientasi kewirausahaan individu.

Pada penelitian ini, teori kognitif sosial menjadi kerangka kerja teoritis untuk menjelaskan dinamika hubungan antar variabel secara komprehensif. Alasan dipilihnya kognitif sosial teori sebagai kerangka dasar, karena teori ini memiliki perspektif yang unik mengenai mekanisme perilaku manusia yang dibentuk dan dikendalikan oleh stimulus dari lingkungan (Bandura, 2001), dan individu juga menetapkan tujuan untuk memotivasi perilaku mereka (Bandura, 1986). Teori kognitif sosial merupakan kerangka kerja yang berguna untuk mempelajari mekanisme bagaimana faktor kognitif dan lingkungan berinteraksi untuk menjelaskan orientasi kewirausahaan dalam usaha kecil etnis minoritas (Wang, dkk, 2012).

1.2. Kajian Masalah

Suku Dayak adalah suku yang unik dengan nilai budaya yang diwariskan secara turun temurun baik berupa kekayaan alam maupun ketrampilan (J.U Lotaan, 1975; Sellato, 2002; Tjilik Riwut, 2003). Mereka hidup mandiri dan berkelompok, serta terikat secara kuat antara satu dengan lainnya dibawah pimpinan kepala adat (Widjono, 1995; Tulistyantoro, dkk. 2014; Hadibrata, 2016).

Dari penelitian terdahulu diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah wirausaha pada suku Dayak di bidang seni musik (Hadibrata, 2016) dan pelaku usaha suku Dayak di daerah Pampang (Sulistiyani, 2016), serta tidak terjadinya regenerasi pada usaha kain tenun dan manik-manik (Sudarmayasa, 2019). Pemaparan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal dengan kondisi aktual yang ada. Masyarakat suku Dayak memiliki potensi untuk menjadi wirausaha, namun fenomena menunjukkan terjadi penurunan jumlah pelaku usaha.

Pemahaman akan nilai-nilai ekonomis pada masyarakat dapat meningkatkan jumlah wirausaha (Zainol, dkk., 2010; Rante, 2013; Alam, dkk., 2013; Sine, 2015; Li & Wei, 2016; Alarcon, dkk. 2017). Kondisi tersebut juga terjadi pada suku Dayak. Kesadaran akan nilai ekonomis, dukungan kekayaan alam dan ketrampilan yang dimiliki bisa menjadi sebuah peluang usaha untuk menunjang perekonomian keluarga, serta dipadukan dengan dukungan pemerintah, diharapkan bisa meningkatkan wirausaha pada suku Dayak (Andansari, 2013; Emmanuel, dkk. 2012; Hadibrata, 2016; Sumadi, 2010; Sudarmayasa, 2019; Tulistyantoro, dkk., 2014). Kemampuan untuk mengembangkan nilai ekonomis dan menerapkannya sebagai peluang usaha, membutuhkan orientasi kewirausahaan inidividu sebagai proses, praktek dan aktifitas pengambilan keputusan untuk melakukan hal-hal yang baru pada individu (Dess & Lumpkin, 1996; Frank, dkk., 2010). Pada penelitian sebelumnya ditemukan orientasi kewirausahaan dapat mempengaruhi kinerja individu sebagai pelaku usaha melalui dimensi

inovatif, proaktif dan keberanian untuk mengambil resiko (Morris, dkk., 2007; Todovic & Ma, 2008; Zainol, 2013; Alam, 2013).

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa nilai budaya berkorelasi dengan orientasi kewirausahaan (Alam, dkk., 2013; Puspitaningtyas, dkk., 2014; Rante, 2011; Sine, 2015; Zainol, dkk., 2010). Diketahui juga bahwa masyarakat suku Dayak memiliki nilai budaya yang kuat dan terikat dengan norma-norma yang ada didalamnya (Sellato, 2002; Sudarmayasa, 2019). Keterikatan akan norma dan nilai budaya pada level individu inilah yang diprediksi dapat mempengaruhi pelaku usaha pada suku Dayak dalam berwirausaha. Mereka memakai norma dan nilai budaya sebagai pedoman dalam bersikap dengan tidak mempertimbangkan nilai ekonomis, akan tetapi tetap bekerjasama dan melibatkan kelompok untuk memenuhi tujuannya sesuai aspek yang ditemukan pada nilai budaya wirausaha pada suku Dayak yaitu sederhana, pasif dan kolektif (Sulistiyani, 2018). Terkait dengan nilai budaya yang berpotensi menghambat kewirausahaan pada suku Dayak, adalah nilai budaya *Uncertainty Avoidance*. Nilai budaya ini akan menjadi salah satu variabel anteseden yang akan diuji dalam penelitian ini.

Hubungan yang lekat satu sama lain membuat mereka dapat bekerjasama dalam kelompok serta saling percaya akan memudahkan untuk mencapai tujuan yang sama. Kondisi tersebut dapat menjadi modal sosial individu untuk meraih setiap peluang, terutama peluang ekonomis yang dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan individu suku Dayak (Fornoni, 2014; Hadibrata, 2016; Nurcahyani, 2018). Modal sosial individu merupakan daya

aktual dan potensial dari kesediaan melakukan hubungan antara satu dengan yang lain, saling percaya dan bekerjasama (Cohen & Prusak, 2011; Fornoni, 2014; Alarcon, dkk. 2017; Nahapiet & Gosal, 1998; Nugroho, dkk., 2016; Novitasari, 2018; Saputra, 2018; Wartiharjono, 2017; Wimbah, 2015; Villaverde, 2017). Modal sosial individu juga merupakan seperangkat nilai atau norma informal yang tersebar diantara anggota kelompok yang memungkinkan kerjasama berdasarkan kejujuran (Martin, 2002; Fornoni, 2012). Selain itu, modal sosial individu juga dipandang sebagai sumber daya tambahan untuk individu yang mewakili norma, kepercayaan dan kohesi sosial (Boudieu, 1981; Flap, 1994; Erickson, 1996; Flap, 1999; Lin, 1999^a, 2001).

Teori modal sosial telah terbukti bermanfaat, karena dapat menjelaskan distribusi sumber daya sosial dalam masyarakat (Flap, 1999, 2004) dan dapat menghasilkan wawasan bagaimana orang bisa menghasilkan tindakan yang secara umum lebih produktif dan efisien (Lin, 1999^a). Berdasarkan teori modal sosial, individu akan berinvestasi dalam hubungan sosial ketika mereka merasakan keuntungan dan memiliki harapan pada masa depan tertentu. Hal ini merupakan nilai dukungan masa depan sebagai motivasi untuk bertindak (Flap, 2002; Flap, 2004; Gaag, 2002). Modal sosial individu diartikan sebagai akumulasi koneksi jaringan yang tahan lama, dapat dipercaya, dan memiliki unsur sosial ekonomi (Chen, 2009). Perspektif modal sosial individu belum terorganisir secara maksimal pada wirausaha suku Dayak, dimana seharusnya pelaku UKM dapat menyatukan semua sumber

daya untuk bekerjasama dan membuat terobosan baru. Mereka dapat menggunakannya sebagai tindakan kolektif agar lebih efisien dan efektif yang menjadikannya lebih inovatif, proaktif dan memiliki keberanian untuk mengambil resiko. Nilai budaya *Uncertainty Avoidance* dan modal sosial individu diprediksikan akan memiliki pengaruh terhadap orientasi kewirausahaan individu pada suku Dayak.

Profesi wirausaha atau pelaku usaha merupakan sebuah keputusan yang membutuhkan keberanian dan kepercayaan diri yang tinggi (Mohd, dkk. 2014^b). Efikasi diri diartikan sebagai seberapa baik individu dalam melakukan tindakan prospektif ke depan (Bandura, 1997). Individu dengan efikasi diri yang tinggi mampu bertahan terhadap semua rintangan dan hambatan, dapat mengambil keputusan, dan membuat rencana strategis untuk mengembangkan usaha (Shane, dkk. 2003). Berdasarkan penelusuran literatur, efikasi diri dapat berperan sebagai mediator antara nilai-nilai religius dengan orientasi kewirausahaan (Mohd, dkk., 2014^a), serta antara nilai-nilai pribadi dan orientasi kewirausahaan (Alam, 2015). Selain itu, efikasi diri merupakan faktor internal yang dapat menciptakan hubungan harmonis dan menumbuhkan nilai-nilai ekonomis untuk tujuan yang sama (Novitasari, 2018; Nugroho, 2016; Mohd, dkk.2014) sehingga dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan pada suku Dayak (Saputro, 2019; Sudarmayasa, 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas maka nilai budaya *Uncertainty Avoidance* berperan sebagai variabel internal yang dapat menghambat orientasi kewirausahaan. Modal sosial individu berperan sebagai faktor eksternal yang dapat mendukung orientasi kewirausahaan. Efikasi diri merupakan faktor internal yang berperan variabel mediator.

1.3. Rumusan Masalah

Memperhatikan uraian latar belakang masalah, kajian teoritis, hasil penelitian-penelitian empiris terdahulu, wawancara awal tentang fenomena

yang terjadi di lapangan, dan studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis, maka permasalahan utama/mayor/umum dalam penelitian ini adalah: Apakah model orientasi kewirausahaan individu dibangun oleh nilai budaya *Uncertainty Avoidance*, dan modal sosial individu dengan efikasi diri sebagai mediator?

Permasalahan tambahan/minor/khusus yang akan dijawab dalam penelitian ini sebagai turunan dari permasalahan utama dalam penelitian ini dinyatakan dalam kalimat-kalimat pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah nilai budaya *Uncertainty Avoidance* memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap orientasi kewirausahaan individu?
2. Apakah nilai budaya *Uncertainty Avoidance* memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap efikasi diri?
3. Apakah efikasi diri memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap orientasi kewirausahaan?
4. Apakah nilai budaya *Uncertainty Avoidance* memiliki pengaruh yang signifikan (secara tidak langsung) terhadap orientasi kewirausahaan individu dengan efikasi diri sebagai mediator?
5. Apakah modal sosial individu memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap efikasi diri?
6. Apakah modal sosial individu memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap orientasi kewirausahaan individu?

1.4. Tujuan Penelitian

Sebagai upaya menjawab permasalahan yang telah dijelaskan di atas,

penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mengembangkan model teoritik orientasi kewirausahaan individu yang dibangun dari variabel nilai budaya *Uncertainty Avoidance* dan variabel modal sosial individu dengan efikasi diri sebagai mediator pada wirausaha suku Dayak.
- b. Menguji dan menganalisis hipotesis-hipotesis penelitian yang menyatakan adanya nilai budaya *Uncertainty Avoidance* dan modal sosial individu terhadap orientasi kewirausahaan dengan efikasi diri sebagai mediator.

1.5. Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan :

- a. Menjadi landasan konseptual dan wacana teoritik tentang pembentukan model orientasi kewirausahaan individu pada suku Dayak.
- b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep orientasi kewirausahaan individu melalui teori sosial kognitif. Hasil penelitian, saran dan rekomendasi dapat mendorong penelitian lebih lanjut yang akan dapat menambah jumlah wirausaha pada suku Dayak.
- c. Sebagai masukan dan referensi bagi penelitian yang relevan.

Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan :

- a. Memberikan pemahaman dan tambahan pengetahuan pada wirausaha suku Dayak untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan.

- b. Wirausaha suku Dayak dapat mengenali faktor psikologis yang menjadi penghambat dan pendukung berkurangnya wirausaha pada suku Dayak.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan intervensi yang sesuai untuk memaksimalkan orientasi kewirausahaan individu pada wirausaha suku Dayak.
- d. Peneliti lain dapat menjadikan model penelitian yang dibangun ini sebagai dasar untuk meluaskan kajian tentang orientasi kewirausahaan individu.