

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1. Tinjauan Pustaka Berkaitan dengan Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan pertama kali digunakan oleh Cantillon (1734) dengan kata "entrepreneur". Cantillon kemudian menggunakan istilah "entrepreneur" pertama kalinya dalam sebuah buku pada tahun 1755 (Sunarya, *et.al.*, 2011: 4 dalam Pujiriyanto, 2013). Cantillon mendefinisikan kewirausahaan sebagai orang yang mempekerjakan dirinya sendiri (*self-employment*) dengan penghasilan tidak menentu (Lambing, 2003: 24 dalam Pujiriyanto, 2013).

Menurut Hisrich and Peters (2002: 7-8) dalam (Pujiriyanto, 2013) pada jaman Abad Pertengahan istilah "entrepreneur" digunakan untuk mendeskripsikan seseorang yang berperan dibalik sebuah proyek produksi skala besar. Istilah tersebut diambil dari "entrepreneurship" (kewirausahaan) yang berarti tulang punggung perekonomian atau pusat dari kegiatan ekonomi. Karena itulah, pertumbuhan UKM (Small – Medium Enterprises / SME ) telah lama dianggap sebagai tulang punggung perekonomian di sebagian besar negara, termasuk Indonesia. Pertimbangannya, sebagian besar unit usaha UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap

lapangan kerja, dan memberikan kontribusi terhadap pembentukan / pendapatan daerah nasional.

Menurut (Schramm, 2006) dalam Abduh (2012), *entrepreneurship* atau kewirausahaan adalah sebuah proses dimana satu atau lebih orang melakukan sebuah resiko ekonomi untuk menghasilkan sebuah organisasi baru yang akan mengeksploitasi teknologi baru atau menginovasi suatu proses yang akan menghasilkan nilai bagi orang lain.

Definisi kewirausahaan tampaknya telah berevolusi dan dipengaruhi oleh berbagai perspektif atau teori. Drucker (2010: 03) dalam (Pujiriyanto, 2013) menyatakan evolusi teori kewirausahaan dipengaruhi oleh: yang pertama teori ekonomi yang menyatakan bahwa peluang bisnis akan mengembangkan kewirausahaan. Yang kedua, teori sosiologi yang menjelaskan respon yang berbeda terhadap peluang bisnis berdasarkan kelompok sosial yang berbeda. Dan yang ketiga adalah teori psikologi yang membahas karakteristik pengusaha sukses dan yang tidak, dan (4). teori perilaku yang membahas hubungan antara perilaku kewirausahaan dengan hasil yang akan dicapai.

Menurut Abduh (2012), inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk membayangkan dan memetakan arah untuk usaha bisnis baru dengan menggabungkan informasi dari berbagai disiplin fungsi dan dari lingkungan eksternal, dalam konteks ketidakpastian yang luar biasa dan ambiguitas yang dihadapi usaha bisnis baru. Hal ini termanifestasi dalam strategi

kreatif, taktik yang inovatif, persepsi luar biasa dari perubahan tren dan mood, kepemimpinan yang berani saat jalan ke depan tidak jelas, dan sebagainya.

### **2.1.2. Tinjauan Pustaka Berkaitan dengan Orientasi Wirausaha**

Kerangka pemikiran orientasi wirausaha pertama kali diperkenalkan oleh Miller (1983) yang menggunakan dimensi inovasi (*inovativeness*), proaktif (*proactive*), dan berani mengambil resiko (*risk-taking*) untuk mengukur tingkat kewirausahaan seseorang.

Lumpkin dan Dess (1996) dalam (Lee, Lim, dan Pathak, 2009) menjelaskan orientasi berwirausaha sebagai aktivitas proses, praktek, dan pengambilan keputusan yang mengarah pada menghasilkan sesuatu yang baru. Mereka juga membedakan antara orientasi berwirausaha dan kewirausahaan. Mereka mengkarakteristikan orientasi berwirausaha sebagai suatu proses kewirausahaan yang digunakan seorang manajer untuk bertindak sebagai seorang wirausahawan, sedangkan kewirausahaan sendiri dapat didefinisikan sebagai menghasilkan suatu hal yang baru. Mereka menggambarkan lima dimensi EO yaitu otonomi (*autonomy*), inovasi (*innovativeness*), pengambilan risiko (*risk-taking*), proaktif (*proactiveness*), dan agresivitas yang kompetitif (*competitive aggressiveness*), yang mendasari hampir semua proses kewirausahaan.

### **2.1.3. Tinjauan Pustaka Berkaitan dengan Budaya dan Orientasi**

#### **Berwirausaha**

Meskipun sudah banyak penelitian mengenai budaya dalam hubungannya dengan orientasi berwirausaha di banyak negara, tetapi tidak ditemukan dalam penelitian sebelumnya tentang komparasi Indonesia dan Malaysia terkait dengan Entrepreneurship Orientation atau orientasi berwirausaha. Karena keterbatasan itulah, data akan dianalisis berdasarkan teori dimensi budaya Hofstede. Walaupun Indonesia dan Malaysia merupakan negara dengan rumpun yang sama, namun menurut Hofstede terdapat perbedaan dimensi budaya Indonesia dan Malaysia secara numerik, yang akan dijadikan dasar untuk melakukan penelitian ini.

Hofstede (1980) mendefinisikan budaya atau kultur sebagai suatu sistem nilai-nilai kolektif yang membedakan anggota satu kelompok dengan kelompok yang lainnya. Baskerville (2003) dalam Zainol dan Ayadurai (2010) menyebutkan bahwa budaya mempengaruhi perilaku, termasuk kecenderungan mereka terhadap pembuatan atau pendirian suatu usaha baru. Sama halnya seperti yang diungkapkan oleh Vernon-Wortzel (1997) dalam (Zainol dan Ayadurai, 2010), budaya merupakan suatu elemen yang penting dalam pembahasan mengenai kewirausahaan, karena hal itu berkaitan erat dengan sikap seseorang untuk memulai berwirausaha.

Beberapa tradisi budaya dapat mendorong atau menghalangi seseorang masuk ke dunia wirausaha. Dengan demikian, disarankan untuk mengetahui

sampai sejauh mana budaya masyarakat dan karakteristik masyarakatnya dapat meyakinkan (atau bahkan menolak) sebuah kewirausahaan akan dibangun. Lee dan Peterson (2000) dalam (Lee, Lim, dan Pathak, 2009) mengusulkan bahwa hanya negara-negara dengan kecenderungan budaya tertentu akan merangsang orientasi berwirausaha yang kuat dan karena itu merangsang timbulnya usaha (*firms*) dan wirausaha yang kuat dan mampu berkompetisi secara global.

#### 2.1.4. Dimensi Budaya Hofstede

Geert Hofstede (<https://geert-hofstede.com/national-culture.html>) dalam penelitiannya berhasil mengidentifikasi enam model karakteristik untuk mengukur sebuah kultur di masyarakat lintas negara. Dimensi budaya mewakili preferensi independen untuk satu keadaan di atas keadaan lain yang membedakan negara (bukan individu) satu dengan negara yang lain. Nilai sebuah negara pada satu dimensi bersifat relatif, karena penelitian berdasarkan manusia yang mana satu dengan yang lain memiliki keunikan yang berbeda. Dengan kata lain, budaya hanya bisa digunakan secara bermakna dengan perbandingan. Keenam kultur tersebut adalah :

Dimensi budaya Hofstede terdiri dari enam dimensi, yaitu Jarak Kekuasaan (*power distance*), Individualisme – Kolektivisme, Maskulinitas – Feminimisme, Menghindari Ketidakpastian (*Uncertainty Avoidance*), *Pragmatism*, dan *Indulgence*. Dalam konteks ini, hanya akan diambil lima dimensi yaitu Jarak Kekuasaan (*power distance*), Individualisme –

Kolektivisme, Maskulinitas – Feminimisme, Menghindari Ketidakpastian (*Uncertainty Avoidance*), dan *Pragmatism*, yang dirasa sesuai dengan konteks orientasi berwirausaha.

Dimensi budaya mewakili preferensi independen untuk satu keadaan di atas negara lain yang membedakan negara (bukan individu) satu sama lain. Nilai negara pada dimensi relatif, karena kita semua manusia dan sekaligus kita semua unik. Dengan kata lain, budaya hanya bisa dimaknai penggunaannya secara perbandingan. Model budaya terdiri dari dimensi berikut:

#### 1. Jarak Kekuasaan (*Power Distance*)

Jarak kekuasaan merupakan sifat kultur nasional yang mendeskripsikan tingkatan dimana masyarakat menerima kekuatan dalam institusi dan organisasi didistribusikan tidak sama.

Dimensi ini mengungkapkan sejauh mana anggota masyarakat yang bukan pemangku kepentingan (*less powerful*) menerima dan memperkirakan bahwa kekuasaan didistribusikan secara tidak merata.

Masalah mendasar di sini adalah bagaimana masyarakat menangani ketidaksetaraan di antara mereka. Orang-orang di masyarakat yang hidup dalam sebuah negara dengan *power distance* yang tinggi menerima tatanan hirarkis dimana setiap orang memiliki tempat dan tidak memerlukan justifikasi lebih lanjut, sedangkan orang-orang di masyarakat yang hidup dalam negara dengan *power distance*

rendahberusaha untuk mendapatkan persamaan distribusi kekuatan dan meminta pengakuan terhadap ketidaksetaraan kekuasaan.

## **2. Individualisme/Kolektivisme.**

Individualisme merupakan sifat kultur nasional yang mendeskripsikan tingkatan dimana orang lebih suka bertindak sebagai individu daripada sebagai kelompok. Hubungan antara satu individu dengan individu lain tidak terlalu mengikat atau longgar. Setiap individu menjaga diri sendiri dan keluarga langsung mereka saja, seperti keluarga inti atau yang memiliki hubungan darah. Sedangkan kolektivisme menunjukkan sifat kultur nasional yang mendeskripsikan kerangka sosial yang kuat dimana individu mengharap orang lain dalam kelompok mereka untuk menjaga dan melindungi mereka. Individu dari lahir terus terintegrasi dengan kuat, bersatu didalam kelompok, yang mana sepanjang hidup anggota masyarakat terus melindungi satu sama lain dengan kesetiaan yang tidak diragukan lagi. Hofstede menyatakan bahwa citra seseorang dalam masyarakat di dalam dimensi ini tercermin dalam kata “Saya” (individualisme) atau “Kami” (kolektivisme).

## **3. Maskulinitas – Femininitas**

Maskulinitas – femininitas merujuk kepada fakta mendasar yang mana setiap masyarakat mengatasi sesuatu dengan cara yang berbeda pula. Definisi dari sisi maskulinitas di dimensi ini merupakan preferensi masyarakat untuk suatu prestasi, kepahlawanan, ketegasan, dan imbalan materi untuk sukses. Masyarakat dalam arti luas lebih kompetitif di

dimensi ini. merupakan tingkatan dimana kultur lebih menyukai peran-peran maskulin tradisional seperti pencapaian, kekuatan, dan pengendalian versus kultur yang memandang pria dan wanita memiliki posisi sejajar. Penilaian maskulinitas yang tinggi menunjukkan bahwa terdapat peran yang terpisah untuk pria dan waniya, dengan pria yang mendominasi masyarakat. Berlawanan dengan dimensi maskulin, dimensi femininitas menyinggung mengenai preferensi untuk kerja sama, kerendahan hati, menjaga yang lemah, dan kualitas hidup. Masyarakat luas di dimensi femininitas ini lebih berorientasi kepada konsensus atau permufakatan bersama (Hofstede, 2001). Hofstede telah mengkaraktirikan dimensi feminin sebagai semua orang seharusnya sopan, simpati untuk yang lemah, dan resolusi konflik dilakukan dengan kompromi dan perundingan. Selain itu pada dimensi ini lebih mengutamakan solidaritas antar sesama serta pentingnya menjalin hubungan yang hangat terhadap sesama. Sedangkan pada budaya maskulinitas dikarakteristikan sebagai seorang yang tegas, ambisius, tangguh, dan simpati untuk yang kuat. Dalam menghadapi konflik sebisa mungkin resolusi konflik dilakukan dengan memerangi mereka, terjadinya kompetisi di antara rekan kerja, dan uang merupakan hal yang penting.

#### **4. Penghindaran Ketidakpastian (*Uncertainty Avoidance*)**

Penghindaran ketidakpastian mengungkapkan sejauh mana anggota masyarakat merasa tidak nyaman dengan ketidakpastian dan ambiguitas



(Hofstede, 2001). Individu dengan budaya penghindaran ketidakpastian yang rendah memiliki karakteristik toleran terhadap aturan atau hal yang tabu. Individu tersebut lebih menyukai inovasi dan ide-ide maupun perilaku yang menyimpang serta memiliki ketertarikan terhadap suatu hal yang berbeda. Selain itu, bagi individu dengan penghindaran ketidakpastian yang rendah memiliki agresi dan emosi yang tidak diperlihatkan. Individu akan lebih di motivasi oleh suatu prestasi dan harga diri (Hofstede, 2005). Sebaliknya, karakteristik seseorang dengan budaya penghindaran ketidakpastian yang tinggi antara lain takut terhadap sesuatu yang tidak pasti atau ambigu dan tidak menyukai ide-ide serta perilaku yang menyimpang atau berbeda. Individu akan lebih menerima resiko yang sudah dikenalnya. Selain itu mereka jarang melakukan inovasi dikarenakan bagi mereka sesuatu yang baru merupakan hal yang ditakuti. Individu akan lebih dimotivasi oleh harga diri dan keamanan. Mereka memiliki prinsip yakni waktu adalah uang atau 'time is money' (Hofstede, 2005).

**5. Orientasi jangka panjang (*Long Term Orientation – Pragmatic*) vs Orientasi Jangka Pendek (*Short Term Orientation – Normative*)**

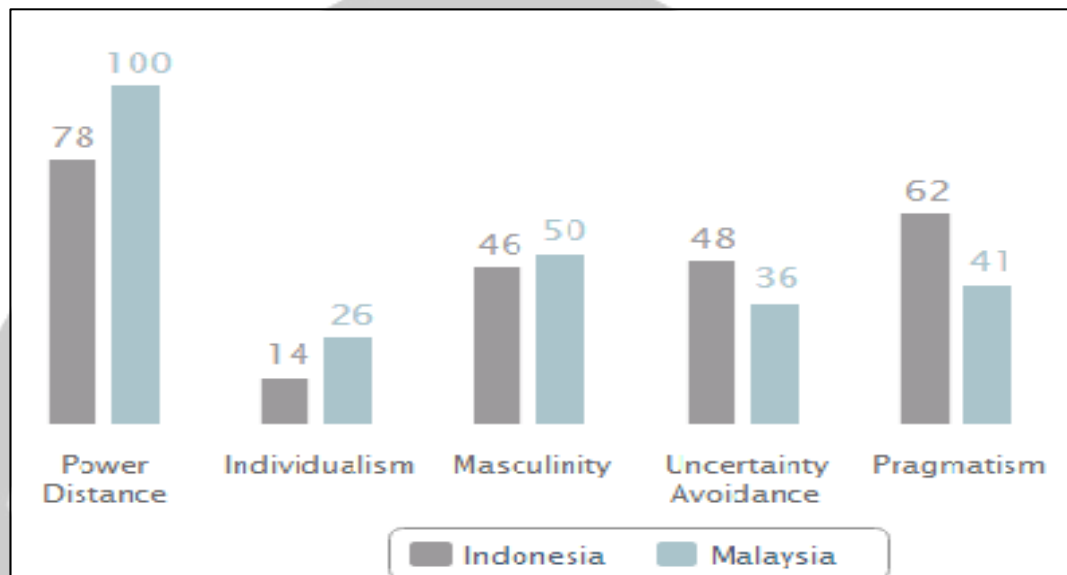
merupakan tipologi terbaru dari Hofstede. Poin ini berfokus pada tingkatan ketaatan jangka panjang masyarakat terhadap nilai-nilai tradisional. Individu dalam kultur orientasi jangka panjang melihat bahwa ke masa depan dan menghargai penghematan, ketekunan dan tradisi.

Setiap masyarakat harus memelihara beberapa hal terkait dengan masa lalunya saat menghadapi tantangan masa kini dan masa depan. Masyarakat memprioritaskan dua tujuan eksistensial ini secara berbeda. Masyarakat yang memiliki nilai rendah pada dimensi ini, misalnya, lebih memilih untuk mempertahankan tradisi dan norma yang dianggap memiliki nilai yang terhormat. Pada saat yang sama, masyarakat ini juga memandang perubahan sosial dengan rasa curiga. Sedangkan untuk masyarakat dengan nilai dimensi yang tinggi mengambil pendekatan yang lebih pragmatis: mereka mendorong pemakaian sumberdaya secara bijak dan berupaya mendorong pendidikan dengan cara modern sebagai cara untuk mempersiapkan masa depan. Dalam konteks bisnis, dimensi ini terkait dengan istilah normatif, yang bisa didefinisikan bertindak sesuai dengan kaidah atau norma yang berlaku (berorientasi jangka pendek) versus pragmatis, yang bisa didefinisikan bersifat mengutamakan segi kepraktisan dan kegunaan (berorientasi jangka panjang).

#### **2.1.5. Dimensi Budaya Hofstede Indonesia dan Malaysia**

Berikut akan disajikan nilai perbandingan dimensi budaya Hofstede untuk negara Indonesia dan Malaysia.

Gambar 2.1.5.1  
**Perbandingan Negara  
Indonesia dan Malaysia  
Menurut Geert Hofstede**



sumber: <https://geert-hofstede.com/indonesia.html>

### 1. Power Distance

Indonesia memiliki nilai tinggi dalam dimensi ini (skor 78) yang berarti bahwa karakter-karakter berikut adalah ciri khas gaya Indonesia: bergantung pada hierarki, hak yang tidak setara antara pemegang kekuasaan dan bukan pemegang kekuasaan, atasan yang tidak dapat diraih, pemimpin yang direktif, kontrol manajemen dan pendelegasian. Nilai Malaysia sangat tinggi pada dimensi ini (skor 100) yang berarti bahwa orang menerima tatanan hirarkis di mana setiap orang memiliki tempat dan tidak memerlukan justifikasi lebih lanjut.

## **2. Individualism**

Indonesia, dengan skor rendah (14) adalah masyarakat kolektivis. Ini berarti ada preferensi tinggi untuk kerangka kerja sosial yang sangat jelas di mana individu diharapkan untuk menyesuaikan diri dengan cita-cita masyarakat dan kelompok-kelompok di mana mereka berada. Malaysia, dengan skor 26 juga merupakan masyarakat kolektivis. Hal ini terwujud dalam komitmen jangka panjang yang dekat dengan kelompok "anggota", baik itu keluarga, keluarga besar atau hubungan jangka panjang. Kesetiaan dalam budaya kolektivis sangat penting dan mengesampingkan sebagian besar peraturan dan peraturan masyarakat lainnya. Masyarakat semacam itu memupuk hubungan yang kuat, di mana setiap orang bertanggung jawab atas sesama anggota kelompok mereka. Dalam masyarakat kolektif, pelanggaran menyebabkan rasa malu dan kehilangan muka. Hubungan majikan / karyawan dirasakan dalam istilah moral (seperti hubungan keluarga), perekrutan dan promosi memperhitungkan kelompok dalam karyawan.

## **3. Masculinity**

Nilai Indonesia (46) pada dimensi ini dan dengan demikian maskulin dianggap rendah. Di negara-negara Feminine, fokusnya adalah pada "bekerja untuk hidup", para manajer berusaha sekuat tenaga untuk mendapatkan konsensus, orang menghargai kesetaraan, solidaritas dan kualitas dalam kehidupan kerja mereka. Konflik diselesaikan dengan

kompromi dan negosiasi. Insentif seperti waktu luang dan fleksibilitas disukai. Fokus adalah pada kesejahteraan, status tidak ditunjukkan. Malaysia memiliki skor 50, yang mana menurut Hofstede keunggulan tidak dapat ditentukan

#### **4. Uncertainty Avoidance**

Nilai Indonesia (48) pada dimensi ini sehingga dapat dikatakan bahwa pada dimensi ini, masyarakat Indonesia memiliki preferensi rendah untuk menghindari ketidakpastian. Nilai Malaysia (36) pada dimensi ini sehingga dapat dikatakan bahwa pada dimensi ini, masyarakat Malaysia memiliki preferensi rendah untuk menghindari ketidakpastian. Dalam masyarakat dengan UAI yang rendah mempertahankan sikap yang lebih santai di mana praktik lebih penting daripada prinsip dan penyimpangan dari norma yang lebih mudah ditolerir. Dalam masyarakat yang menunjukkan UAI rendah, orang percaya seharusnya tidak ada peraturan lebih dari yang diperlukan dan jika mereka ambigu atau tidak bekerja, mereka harus dihapuskan atau diubah. Jadwal fleksibel, kerja keras dilakukan bila diperlukan tapi tidak demi kepentingannya sendiri. Presisi dan ketepatan waktu tidak datang secara alami, inovasi tidak dipandang sebagai ancaman.

#### **5. Pragmatism (Long-Term Orientation)**

Skor tinggi Indonesia (62) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki budaya pragmatis. Dalam masyarakat dengan orientasi pragmatis, orang percaya bahwa kebenaran sangat bergantung pada

situasi, konteks dan waktu. Mereka menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan tradisi dengan mudah pada kondisi yang berubah, kecenderungan yang kuat untuk menyelamatkan dan menginvestasikan, menghemat, dan tekun dalam mencapai hasil. Skor rendah (41) dalam dimensi ini berarti masyarakat Malaysia memiliki budaya normatif. Orang-orang di masyarakat seperti itu memiliki kepedulian yang kuat untuk membangun kebenaran sejati; masyarakat adalah normatif dalam pemikiran mereka. Mereka menunjukkan rasa hormat yang besar terhadap tradisi, kecenderungan yang relatif kecil untuk menyelamatkan masa depan, dan fokus pada pencapaian hasil yang cepat.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Hubungan antara latar belakang budaya dan latar belakang keluarga dengan orientasi wirausaha seseorang telah menjadi subyek beberapa studi yang ada.

Tabel terlampir (Tabel 2.2.1) menunjukkan ringkasan penelitian yang telah dilakukan beberapa peneliti terhadap faktor latar belakang budaya, latar belakang keluarga, dan orientasi berwirausaha.

TABEL 2.2.1

**Ringkasan Penelitian Mengenai Orientasi Berwirausaha dan Budaya**

| NO | JUDUL , PENULIS, TAHUN   | HIPOTESIS   | VARIABEL DEPENDEN, VARIABEL INDEPENDEN   | METODE / ALAT ANALISIS   | HASIL PENELITIAN  |
|----|--|---|--|--|---|
| 1. | Cultural Background and Firm Performances of Indigenous (Bumiputera) Malay Family Firms in Malaysia<br><br>Fakhrul Zainol & Selvaraj, 2010 | <b>H1:</b> hubungan antara latar belakang budaya dari seorang wirausahawan dan performa sebuah perusahaan (firm) termediasi oleh orientasi berwirausaha<br><b>H2:</b> orientasi berwirausaha dari sebuah perusahaan keluarga di Malaysia akan secara positif terkait dengan performa perusahaan (firm) tersebut | Latar belakang budaya, orientasi berwirausaha, performa / kinerja perusahaan (firm)  | a) Teknik sampling random proporsional bertingkat<br>b) Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan latar belakang umum responden dan perusahaan yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini                   | Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan - kecenderungan bagi perusahaan untuk menjadi inovatif, berani mengambil risiko dan proaktif - memiliki hubungan langsung dengan kinerja perusahaan dari suatu perusahaan.<br>Temuan penelitian mengungkapkan bahwa (konsep) kewirausahaan bumi-putera atau pribumi Melayu sedikit berbeda dari konsep-konsep konvensional kewirausahaan Barat.<br>Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa untuk mengembangkan budaya kewirausahaan pada masyarakat historis agraria, seperti Melayu, adalah <b>tugas yang menantang dan menuntut</b> yang membutuhkan waktu dan upaya tak kenal lelah.<br>Akhirnya, kewirausahaan Melayu masih tertinggal dari masyarakat Cina yang dominasi kegiatan kewirausahaan di negara itu terus meningkat. Kemungkinan penjelasan di sini adalah bahwa mentalitas "ketergantungan" yang menghambat inisiatif telah dibudayakan di masyarakat yang menerima pemerintah dibantu program / bantuan. |
| 2. | Culture and entrepreneurial orientation : a multi-country study<br><br>Sang M Lee , Seong-bae Lim & Raghuvar D. Pathak , 2009              |   | Otonomi, inovasi, Pengambilan Risiko, proaktif, Keunggulan Kompetitif  | a) analisis Keandalan untuk memeriksa kesalahan acak, yang cenderung menyebabkan pengukuran berfluktuasi di sekitar nilai yang tepat.<br>b) statistik Levene untuk menguji homogenitas varians antara tiga faktor EO | Hasil penelitian ini menunjukkan: <b>(1)</b> konteks budaya yang berbeda memiliki dampak yang kuat pada orientasi berwirausaha mahasiswa, <b>(2)</b> tingginya tingkat kewirausahaan tidak selalu berarti tingginya tingkat orientasi berwirausaha, dan <b>(3)</b> penyesuaian kurikulum kewirausahaan harus dikembangkan dengan berfokus pada dimensi EO yang lemah bagi setiap negara untuk mendorong EO antara pemimpin masa depan masing-masing negara.   |
| 3. | The influence of an entrepreneur's socio-cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms                        | <b>H1.</b> Tingkat pendidikan seorang pemilik usaha berhubungan positif dengan orientasi berwirausaha (EO) dari suatu perusahaan kecil.   | Atribut sosial-budaya dioperasionalkan sebagai variabel independen dalam hal: agama; pendidikan; dan pengalaman, karena mereka semua membentuk | Analisis varians (ANOVA), Pertanyaan Close-end digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif, Data kualitatif dianalisis dengan menggunakan 'coding analisis'  | Temuan ini mendukung pernyataan yang dibuat oleh Clercq dan Arenius (2006) dan Peters (2002) yang menyatakan bahwa pencapaian pendidikan pengusaha memberikan kontribusi untuk kemampuan kewirausahaan perusahaan mereka.<br>Hasil analisis statistik juga menunjukkan bahwa ada hubungan   |

|    |  |   |   |   |   |
|----|--|---|---|---|---|
|    | Levent Altinay & Chaterine L. Wang, 2011   | <p><b>H2.</b> Pengalaman bisnis sebelumnya pemilik berhubungan positif dengan orientasi berwirausaha(EO) suatu perusahaan kecil itu.</p> <p><b>H3.</b> Latar belakang agama (Islam) dari pemilik bisnis berhubungan negatif dengan orientasi berwirausaha(EO) suatu perusahaan kecil itu.</p>   | nilai dan keyakinan (Hayton, dkk., 2002; Morrison, 2000).   |   | <p>positif antara pengalaman sebelumnya pemilik dan orientasi kewirausahaan perusahaan.</p> <p>Analisis data kualitatif yang ditawarkan memberikan wawasan antarmuka antara faktor-faktor sosio-budaya yang berbeda, yaitu pendidikan dan pengalaman sebelumnya dan dimensi yang berbeda dari EO, yaitu proaktif, inovasi dan pengambilan risiko.</p> <p>Temuan kualitatif studi ini juga menunjukkan bahwa akuisisi dan eksploitasi pengetahuan memainkan peran penting dalam berinovasi produk baru.</p>  |
| 4. | <p>Entrepreneurial Beliefs and Intentions A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries</p> <p>Yvon Gasse &amp; Maripier Tremblay, 2011</p>   |   | <p><b>Variabel Independent:</b></p> <p>a) Budaya, keluarga, religon<br/>b) Pendidikan<br/>c) Budaya Sosial<br/>d) masyarakat Bisnis<br/>e) Media, komunikasi, jaringan<br/>f) Asosiasi<br/>g) Lembaga (universitas)<br/>h) Organisasi Dukungan</p> <p><b>Variabel Dependent:</b></p> <p>a) Keinginan<br/>b) Kelayakan<br/>c) Penciptaan</p> | Kuesioner   | <p>a) Kewirausahaan dapat dikaitkan dengan berbagai gagasan dan keyakinan yang berbeda-beda sesuai dengan budaya dan nilai-nilai yang dominan.</p> <p>b) Apa pun kewarganegaraan mereka, responden umumnya dianggap bahwa kegiatan akademik tertentu (proyek, inisiatif, penempatan kerja, simulasi, dll) dipupuk entre-preneurship pada siswa, persentase bervariasi antara 79 dan 95% untuk semua negara.</p> <p>c) Motivasi untuk menciptakan bisnis tergantung pada negara studi.</p>   |
| 5. | <p>Entrepreneurial intentions, motivations and barriers Differences among American, Asian and European students</p> <p>Olivier Giacomin, <i>et.al.</i>, 2011</p> | <p>Hipotesis (Ho) diuji oleh ANOVA adalah bahwa peringkat pentingnya rata-rata variabel untuk berbagai kelompok mahasiswa, dalam kasus kami salah satu faktor, akan identik.</p> <p>Hipotesis alternatif (H1) adalah bahwa setidaknya satu kelompok, dampak dari salah satu faktor akan secara signifikan berbeda dari kelompok lain.</p> | <p>Variabel Dependent:</p> <p>a) Mengejar keuntungan dan status sosial<br/>b) Keinginan untuk kemerdekaan<br/>c) Penciptaan<br/>d) Pengembangan pribadi<br/>e) Ketidakpuasan profesional</p>  | <p>Memeriksa motivasi dan hambatan yang dirasakan bagi semua siswa. Untuk mencapai itu, kami menerapkan analisis faktor komponen utama untuk item-item motivasi dan hambatan. Hal ini memungkinkan kami untuk mengidentifikasi berbagai kelompok motivator dan hambatan yang dirasakan. Melakukan ANOVA untuk menguji apakah ada perbedaan yang signifikan antara kelompok mahasiswa dalam kaitannya dengan motivasi dan hambatan yang diidentifikasi dalam analisis faktor kami.</p> <p>Bersamaan dengan ANOVA, kami melakukan perbandingan berganda</p> | <p>Pertama, dari sudut pandang deskriptif pandang, tampak bahwa siswa Amerika, Asia dan Eropa tidak berbagi niat kewirausahaan yang sama atau disposisi.</p> <p>Kedua, analisis faktor kami menunjukkan bahwa siswa Amerika, Asia dan Eropa sama-sama termotivasi serta melihat hambatan yang mirip dengan penciptaan bisnis tetapi menunjukkan berbagai tingkat kepekaan terhadap setiap motivator dan / atau penghalang.</p> <p>Ketiga, analisis kita tentang hambatan startup bisnis juga menunjukkan sejumlah perbedaan yang signifikan antara negara-negara dalam penelitian kami.</p> |



|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | untuk menentukan kelompok siswa secara signifikan berbeda dari kelompok lain dalam motivasi dan hambatan yang dirasakan. |  |
|--|--|--|--|--|--|



### 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang telah dijabarkan berhubungan secara logis dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Teori tersebut mengalir secara logis dari dokumentasi penelitian sebelumnya dalam bidang masalah (Sekaran, 2006: 114). Kerangka pemikiran teoritis yang digunakan didasarkan pada model Lee & Pathak (2011) dalam penelitiannya yang berjudul : “*Culture and Entrepreneurial Orientation: A Multi-Country Study*” dengan beberapa perubahan. Penelitian ini akan mencoba untuk membuktikan bahwa latar belakang budaya berdasarkan negara, latar belakang keluarga, dan pengalaman bisnis secara mandiri sejak bangku sekolah mempengaruhi orientasi berwirausaha seseorang. Dalam penelitian ini disusun kerangka penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2.3.1**

#### **Kerangka Penelitian**



## 2.4. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pikir penelitian serta di dukung penelitian terdahulu yang telah dijelaskan pada bagian tinjauan pustaka, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Pengaruh Latar Belakang Budaya dalam Konteks Negara dengan Orientasi Berwirausaha

Orientasi wirausaha tidak terpisahkan dari nilai budaya masyarakat yang didefinisikan sebagai kebiasaan, norma, adat istiadat yang diberlakukan terhadap generasi di wilayah tertentu. Todorovic and Ma (2008) dalam (Korry *et.al.*, 2013) mengamati peran orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis dalam perspektif lintas budaya. Hasilnya membahas bahwa nilai budaya nasional berpengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Hal yang serupa juga diungkapkan Mueller dan Thomas (2001) dalam (Korry *et.al.*, 2013) yang menyatakan bahwa atribut budaya dapat menyebabkan efek yang kuat dalam membentuk perilaku kewirausahaan. Selanjutnya, dijelaskan bahwa budaya nasional bertanggung jawab untuk mendorong seseorang untuk terikat pada perilaku yang tidak biasa untuk perilaku individu dan budaya nasional yang berbeda.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H1:** terdapat perbedaan orientasi berwirausaha antara orang Indonesia dan Malaysia.

## **2. Pengaruh Latar Belakang Keluarga dengan Orientasi Berwirausaha**

Keluarga memegang peranan penting dalam budaya masyarakat yang kolektif, dalam hal ini budaya Timur, sehingga keputusan yang dibuat dan dilaksanakan oleh seseorang tidak lepas dari pengaruh keluarganya.

Masyarakat yang cenderung mempunyai nilai budaya individualis akan menilai suatu hasil kinerja secara individu dan bukan secara kelompok.

Habbershon dkk. (2010) dalam (Zellweger et.al., 2011) mendefinisikan kewirausahaan transgenerasional sebagai "proses di mana keluarga menggunakan dan mengembangkan pola pikir kewirausahaan, untuk kemudian mempengaruhi sumber daya dan kemampuan guna menciptakan arus nilai-nilai kewirausahaan, keuangan dan sosial lintas generasi yang baru". Transgenerasional sendiri dapat didefinisikan secara bebas sebagai sesuatu dari generasi ke generasi atau turun-temurun.

Dalam definisi ini, pola pikir kewirausahaan dipandang sebagai sikap, nilai, dan kepercayaan yang mengarahkan seseorang atau kelompok menuju pencarian aktivitas kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996). Kemampuan kewirausahaan mengacu pada sumber daya dan kemampuan keluarga tertentu yang dapat memfasilitasi aktivitas kewirausahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif.

**H2:** ada perbedaan orientasi berwirausaha antara orang yang berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang pelaku bisnis dengan yang tidak di Indonesia dan Malaysia.

### **3. Pengaruh Pengalaman Belajar Bisnis secara Mandiri sejak Bangku Sekolah dengan Orientasi Berwirausaha**

Pengusaha bukan hanya orang yang "terlahir", namun lebih banyak melalui pengalaman hidup mereka. Melalui pendidikan kewiraswastaan yang efektif dan pengalaman melakukan bisnis secara mandiri, seseorang dapat mengakses keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengembangkan bisnis baru.

Pemerintah dapat mempengaruhi tingkat kewirausahaan tidak hanya melalui legislasi, tapi juga melalui sistem pendidikan. Pendidikan nampaknya penting untuk menstimulasi kewirausahaan karena beberapa alasan, menurut (Reynolds, Hay, & Camp, 1999; Sánchez, 2010a) dalam (Raposo *et.al.*, 2011). Pertama, pendidikan memberi individu rasa otonomi mandiri dan percaya diri. Kedua, pendidikan membuat orang sadar akan pilihan karir alternatif. Ketiga, pendidikan membuat cakrawala ilmu individu lebih luas, sehingga membuat orang lebih siap untuk merasakan peluang, dan akhirnya, pendidikan memberikan pengetahuan yang dapat digunakan oleh individu untuk mengembangkan peluang kewirausahaan baru.

**H3:** ada perbedaan orientasi berwirausaha antara responden yang memiliki pengalaman belajar bisnis secara mandiri sejak bangku sekolah dengan responden yang belum memiliki pengalaman belajar bisnis secara mandiri sejak bangku sekolah di Indonesia dan Malaysia.