

PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PADA ETNIS ACEH ENTREPRENEURSHIP BEHAVIOR OF ACEH ETHNIC

Shafira Maulizar¹, Katrim Alifa Putri², Nur Fachmi Budi Setyawan³

katrim@mercubuana-yogya.ac.id

Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penulis Korenspondensi: katrim@mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku kewirausahaan pada Etnis Aceh, faktor sosial budaya etnis yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan, serta dampak perilaku kewirausahaan pada Etnis Aceh terhadap dunia wirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Jumlah responden ditentukan dengan Teknik sampling sebanyak tiga orang pengusaha asal Etnis Aceh yang berada di Yogyakarta, diwawancarai secara mendalam dan di observasi perilakunya saat wawancara dan keseharian dalam menjalankan usaha. Hasil Analisis data penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan etnis Aceh mencakup dalam tiga aspek. (a) Afeksi dimana adanya perasaan cinta pada tanah kelahiran, rasa kekeluargaan, dan rasa keimanan yang erat. (b) Kognitif terkait pengetahuan akan budaya dan nilai keagamaan, bidang usaha yang digeluti, pengalaman usaha yang dimiliki, dan tujuan akan masa depan. (c) Ketrampilan yaitu mencakup kerja keras, inovatif, terbuka dan berterus terang, mandiri, perilaku religius, professional, cekatan, dan tegas. Sosial budaya Etnis Aceh yang membawa pengaruh pada perilaku kewirausahaan masyarakat Etnis Aceh yaitu: (a) Tradisi keluarga, (b) Karakter religius kedaerahan, (c) Nasionalisme Daerah, (d) Tradisi daerah, (e) Budaya daerah, dan (f) Karakter daerah. Perilaku kewirausahaan pada Etnis Aceh memberikan dampak yang positif jika diterapkan dalam dunia wirausaha. Keunikan yang menjadi hasil penelitian adalah unsur nilai syariat yang kental, pengaruh sejarah, nilai serta karakter budaya etnis yang diterapkan dalam dunia usaha oleh pengusaha asal Etnis Aceh.

Kata kunci: perilaku kewirausahaan, Etnis Aceh, Social Budaya Aceh.

ABSTRACT

This study plans to decide how innovative conduct in Acehnese Ethnicity, ethnic socio-cultural factors that impact pioneering conduct, and the effect of enterprising conduct on Acehnese Morals on the universe of business. This study also utilizes a subjective strategy with a phenomenological approach. The quantity of respondents was chosen by sampling technique upwards of three business people from Ethnic Aceh who are in Yogyakarta, were met inside and out and saw in their conduct during the meeting and day by day in maintaining a business. The aftereffects of the information examination show that the ethnic enterprising conduct of Aceh covers three viewpoints. (a) Love in

which there is an inclination of adoration in the place where there is birth, a feeling of connection, and a feeling of close confidence. (b) Intellectual information identified with strict culture and qualities, the field of business they work in, business experience they have, and future objectives. (c) Aptitudes that incorporate difficult work, creative, open and candid, autonomous, strict conduct, proficient, workmanlike and emphatic. Aceh's ethnic social culture that has an effect on the enterprising conduct of the Aceh Ethnic people group, to be specific: (a) Family custom, (b) Territorial strict character, (c) Local patriotism, (d) Provincial convention, (e) Local culture and (f) Local character. Innovative conduct on the Aceh Ethnic has a positive effect when applied in the realm of business. The uniqueness that turns into the aftereffect of research is the component of Shari'a values, historical influences, values and characters of ethnic culture that is vigorously applied in the business world by Acehnese ethnic business visionaries.

Keyword: *Entrepreneurship Behavior, Aceh Ethnic, Aceh Social Culture.*

PENDAHULUAN

Aceh sebagai suatu identitas kelompok merupakan fenomena yang menarik, tidak hanya sebuah suku tetapi juga bangsa dengan sejarah, budaya, bahasa, adat, dan tatanan hukum yang dijadikan contoh oleh negara hukum lainnya (Abdullah, 2018). Aceh memiliki jejak sejarah perlawanan dan peperangan yang diakui oleh dunia, bahkan Belanda memberikan sebutan 'Aceh pungo' bagi masyarakat etnis Aceh yang berarti Aceh gila (Zentgraaff, 1982). Ungkapan ini menjadi label bagi masyarakat etnis Aceh yang pantang menyerah dan terus berjuang dalam mempertahankan wilayah kekuasaannya saat Belanda memasuki Indonesia (Tiro, 2013). Aceh juga dikenal sebagai bangsa yang memiliki identitas syariat yang sangat erat sehingga Aceh dijuluki dengan nama Kota Serambi Mekkah, Kota Syariat, bahkan Aceh memiliki hak otonomi daerah dengan memberlakukan hukum syariat di daerahnya. Selain itu, sejarah perdagangan Aceh juga menjadi hal yang menarik perhatian dunia. Surat kabar Amerika Serikat, 3 Mei 1873

menyebutkan bahwa Aceh adalah daerah perdagangan. Dalam buku Prancisc Larouse Grand Dictionnaire Universelle, jilid 1, halaman 70. Paris, 1866 disebutkan bangsa Aceh adalah bangsa yang paling besar kekuasaannya pada bidang perdagangan di pulau-pulau Asia Timur pada abad ke 16 hingga abad ke 17 (Tiro, 2013).

Sejarah perkembangan dunia usaha pada etnis Aceh mencatat bahwa Aceh unggul dalam menjalin relasi perdagangan hingga ke manca Negara bahkan saat Indonesia masih belum meraih kemerdekaannya (Zentgraaff, 1982). Perdagangan Etnis Minang di awal permulaannya juga berada dibawah kekuasaan kerajaan Aceh sebagai penggeraknya (Abdullah, 2018). Prestasi perdagangan Etnis Aceh mampu meraih produksi terbesarnya pada tahun 1820 dengan nilai ekspor yang berhasil diraih Aceh sebesar 1,9 juta Dollar Spanyol (Tiro, 2013). Jejak sejarah perdagangan yang dimiliki Etnis Aceh tentu dapat memberikan sumbangan yang positif bagi kewirausahaan masyarakatnya, namun hingga kini Aceh masih saja tercatat

menjadi provinsi urutan ke 6 dengan angka kemiskinan tinggi di Indonesia. Tak hanya itu, Provinsi Aceh juga menduduki peringkat ke 7 dengan angka pengangguran tertinggi di Indonesia (BPS, 2019). Permasalahan kemiskinan dan pengangguran yang dialami oleh Aceh hingga saat ini menimbulkan pertanyaan-pertanyaan mengingat Aceh memiliki jejak sejarah perdagangan yang begitu jaya dimana jejak sejarah ini dapat memberikan solusi untuk menyelesaikan masalah kemiskinan dan pengangguran di Provinsi Aceh.

Amrulloh mengatakan bahwa keberadaan dan peranan kelompok wirausaha menentukan kemajuan ekonomi suatu bangsa dan membantu menyediakan begitu banyak kesempatan kerja (Amrulloh, 2019). Dari teori di atas terlihatlah fenomena kesenjangan antara jejak sejarah yang dimiliki dan kondisi saat ini yang dialami Etnis Aceh. Amerika Serikat berhasil menjadikan besarnya jumlah pengusaha menjadi solusi kemajuan ekonomi mereka, dan juga penciptaan lapangan kerja yang sangat tinggi (Decker et al., 2014). Hal yang sama terjadi di Asia Tenggara, (Christensen, 2012) dan (Emily, 2019) mengungkapkan bagaimana Singapura berusaha dengan sangat tekun untuk menjadikan negaranya pusat pertumbuhan kewirausahaan di Asia Tenggara. Malaysia juga menyadari bahwa menumbuhkan pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan masyarakat, khususnya generasi muda adalah hal yang sangat penting. Dibuktikan dengan peraturan yang diberlakukan oleh pemerintah Malaysia bahwa sudah sejak 1988 kewirausahaan menjadi mata kuliah wajib di institusi pendidikan tinggi di Malaysia (Rahim & Mohtar, 2015).

Dalam hal meningkatkan angka kewirausahaan di Indonesia, pemerintah tentu telah mengupayakan sejumlah cara untuk dilakukan, namun program dikonsepsi bagi semua masyarakat Indonesia secara seragam tanpa memperhatikan latar belakang masing-masing etnis yang ada di Indonesia (Sutanto & Nurrachman, 2018). Dewasa ini belum juga ada program yang dirancang oleh pemerintah secara kontekstual bagi tiap kelompok etnis yang berbeda yang ada di Indonesia sebagai sarana pendidikan ilmu kewirausahaan khususnya bagi etnis yang masih berada dalam permasalahan angka kemiskinan dan pengangguran yang tinggi. Hal inilah yang menjadi urgensi dan melatarbelakangi tujuan dari penelitian. Padahal dalam ilmu kewirausahaan, perbedaan kultural di masyarakat membawa pengaruh penting. Santoso menemukan perbedaan dinamika sifat kewirausahaan yang dimiliki antar kelompok etnis di Indonesia (Santoso et al., 2015). Adanya perbedaan antar kelompok etnis inilah yang menjadikan pentingnya melakukan usaha peningkatan wirausaha yang sesuai dengan etnis tersebut.

Riyanti menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah ranah keilmuan yang tidak terbatas pada ekonomi tetapi juga sosial, budaya dan psikologi (Riyanti et al., 2014). Kewirausahaan dijelaskan menjadi tiga bagian dalam teori Drucker (2014), yang pertama adalah kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru (create new and different) dengan berfikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang menghadapi tantangan kehidupan. Kedua adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara

kreatif. Dan yang Ketiga yaitu proses yang meliputi semua kegiatan dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi yang menjalankan usaha.

Terdapat empat faktor yang mempengaruhi jalannya kewirausahaan, salah satunya adalah perilaku kewirausahaan yang merupakan tindakan dari kebiasaan atas kebenaran yang dipegang teguh oleh pelaku usaha. Perilaku kewirausahaan itu sendiri direfleksikan oleh Low (1996) sebagai tiga variabel indikator diantaranya afektif (sikap), kognitif (pengetahuan), serta motorik (keterampilan). Kognitif (pengetahuan) yang dapat mencerminkan perilaku kewirausahaan merupakan variable yang memiliki kontribusi paling besar. Afektif (sikap) lebih kepada sikap dalam menjalankan usaha, seperti kedisiplinan (tepat waktu), kejujuran, dan nilai-nilai yang diterapkan dalam perilaku wirausahanya. Yang terakhir Keterampilan (motorik) yaitu perilaku wirausaha yang dapat dilihat dari inovasi dan kreativitas pelaku usaha (Riyanti et al., 2014). Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi jalannya usaha adalah perilaku kewirausahaan. Sutanto mengatakan peningkatan perilaku kewirausahaan akan meningkatkan kinerja usaha. Ia juga menjelaskan perilaku kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap peningkatan keuntungan, peningkatan jumlah dan loyalitas pelanggan, peningkatan volume penjualan, peningkatan kualitas dan kuantitas produk, terjadinya diversifikasi produk, perluasan pemasaran, serta kemampuan bersaing dimana semua hal ini merupakan faktor keberhasilan suatu usaha (Sutanto & Nurrachman, 2018).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan seorang pelaku usaha, salah satunya adalah Etnis. (Rahim & Mohtar, 2015) mengatakan bahwa perilaku kewirausahaan dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti peran komunitas di lingkungan sosial budaya. (Cai et al., 2018) juga menyebutkan peran komunitas sebagai faktor eksternal yang mampu mempengaruhi perilaku kewirausahaan (Cai et al., 2018). (Hayton & Cacciotti, 2013) juga menegaskan pernyataan sebelumnya dengan hasil riset yang membuktikan adanya perbedaan budaya kewirausahaan yang berdampak pada perilaku kewirausahaan yang diakibatkan oleh latar belakang sosial budaya dan etnis individu atau kelompok pelaku usaha.

Etnis adalah kategori budaya yang didalamnya termasuk ras, bahasa, agama, dan lain-lain. (Sutanto & Nurrachman, 2018) mengatakan etnisitas sebagai penanda identitas juga berkaitan dengan persepsi seseorang tentang orang lain yang 'dikenakan' atribut budaya. Budaya sering disebut dengan istilah kultur (culture) yang artinya keseluruhan sistem gagasan dan tindakan. Pengertian budaya atau kultur digunakan untuk menyebut nilai-nilai yang digunakan oleh sekelompok orang dalam berpikir dan bertindak. Sama halnya dengan kebudayaan sebagai suatu sistem yang merupakan hasil kajian yang berulang-ulang tentang suatu permasalahan (Juliani et al., 2015).

Masyarakat Etnis Aceh memiliki karakter pemberani dengan sikap spirit dan tegas dalam mengambil keputusan, kemudian pemaarah yang berkaitan dengan tabiat masyarakat yang sangat murka bila tidak dihargai, kemudian

kemampuan menyusun strategi yang dikategorikan sebagai karakter cerdas dalam membela kebenaran. Karakter setia yang berhubungan dengan perilaku tulus dalam mencintai, mengingat, dan menyayangi seseorang. Ada juga karakter yang berhubungan dengan ajaran islam yaitu karakter malu. Disisi lain karakter bijak masyarakat Aceh digambarkan berhubungan dengan sikap sehat akal budi. Dan yang terakhir karakter rajin masyarakat Aceh yang berhubungan dengan jiwa pekerja keras (Juliani et al., 2015).

Aceh yang sejak dahulu telah menjadi wilayah yang terkenal dengan perdagangan rempah-rempahnya hingga ke benua Eropa (Juliani et al., 2015). Perjalanan sejarah perdagangan aceh juga memiliki lika-liku menuju kejayaannya. Namun sayangnya hingga kini masih belum ada penelitian yang mengangkat topik perilaku kewirausahaan Etnis Aceh. Padahal dengan jejak sejarahnya yang baik harusnya ikut menyumbang karakteristik yang mampu menunjang perilaku kewirausahaan etnis Aceh saat ini. Hal ini menjadi alasan menarik mengapa penelitian ini dilakukan dengan tujuan akan mengungkap bagaimana perilaku kewirausahaan etnis Aceh mengingat adanya kesenjangan antara jejak sejarah dengan kondisi perekonomian Aceh saat ini.

Penelitian ini juga dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana perilaku kewirausahaan etnis Aceh, bagaimana sosial budaya etnis Aceh mempengaruhi Perilaku Kewirausahaan dan bagaimana dampak perilaku kewirausahaan etnis Aceh terhadap usaha yang dijalankannya. Harapannya penelitian ini dapat memberikan pengaruh baik bagi perkembangan ilmu Psikologi khususnya

di bidang Psikologi Industri dan Organisasi. Hasil penelitian ini juga dapat pemerintah gunakan dalam merancang program pengembangan kewirausahaan khususnya pada etnis Aceh.

METODE PENELITIAN

Proses penelitian perilaku kewirausahaan pada Etnis Aceh ini berfokus pada perilaku yang dimunculkan oleh pelaku usaha yang berasal dari Etnis Aceh, bagaimana peras social budaya mempengaruhi perilaku kewirausahaan Etnis Aceh, dan dampak perilaku kewirausahaan Etnis Aceh terhadap usaha yang dijalankan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini partisipan sebagai sumber data yang diteliti. Penelitian ini menggunakan Teknik sampling yang melibatkan 3 orang subjek utama yang merupakan pelaku usaha yang berasal dari etnis Aceh dan 3 orang subjek sebagai significant others yang dianggap paling dekat dan mengetahui banyak hal dari subjek utama. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Karakteristik yang dimiliki responden antara lain berasal dari Etnis Aceh, Berjenis kelamin laki-laki, sudah menjalankan usaha minimal 2-5 tahun, rentang usia 25-40 tahun, dan menjalankan wirausaha sebagai profesi tunggal.

Yogyakarta menjadi tempat penelitian dilakukan. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara secara langsung, yakni peneliti bertatap muka langsung dengan responden penelitian,

dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat melalui proses validasi yaitu professional judgment. Untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan akurat, peneliti ditambah dengan alat bantu panduan wawancara dan alat perekam (voice notes recorder alcatel android). Data yang diperoleh kemudian diorganisasikan, dikelompokkan, dikoding, disajikan melalui naratif, dan data diinterpretasikan (Creswell, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan adalah hal yang tidak berdiri sendiri. Sikap dan perilaku pelaku usaha dianggap memiliki pengaruh yang besar dalam menjalankan usahanya. Dari ke tiga responden penelitian ditemukan tiga aspek perilaku yang termasuk dalam afeksi, kognitif, dan keterampilan dalam perilaku kewirausahaan yang dimunculkan.

1. Afeksi

Pada responden AR, RM, dan MJ bidang usaha yang dipilih sesuai dengan bidang yang diminati dan yang membuat nyaman dalam menjalaninya. Responden juga memiliki kedekatan dengan keluarga sehingga memilih bidang usaha yang sejak dulu sudah digeluti oleh keluarganya atau melanjutkan bisnis keluarga. Responden juga menerapkan aturan dan kebijakan pada karyawan yang bersifat kekeluargaan. Selain itu Responden memiliki keyakinan teguh pada ajaran agamanya dan nilai nasionalisma yang tinggi dengan

menjalankan usaha yang sekaligus mengenalkan budaya daerahnya. Seperti RM yang memiliki profesionalitas yang tinggi, meskipun RM menerapkan sistem kekeluargaan pada karyawannya, namun RM tidak pernah mencapuri urusan pribadi ke dalam urusan bisnis. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Riyanti et al., 2014) tentang kekeluargaan dan Djakfar (2012) tentang profesionalitas yang memiliki hubungan yang erat dalam berwirausaha.

2. Kognitif

Ketiga responden dalam penelitian memiliki pengetahuan tentang syariat yang tinggi dan hal ini diterapkan dalam usahanya. Memiliki pemikiran untuk mengembangkan usaha yang dijalankan dengan melihat peluang yang ada dan memanfaatkannya untuk mencapai tujuan dari pengembangan usahanya. Selain itu juga memiliki motivasi yang tinggi dalam menlajankan usahanya. Pengalaman dan pendidikan yang dimiliki responden membuat banyak pengaruh pada keputusan yang ambil dalam menjalankan usahanya. Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh (Holley & Watson, 2017) yaitu segala sesuatu yang pernah dialami sebelumnya yang kemudian diaplikasikan dalam keadaan saat ini. Disisi lain MJ yang memiliki pola pikir inovatif dalam menjalankan usahanya,

selalu menciptakan sesuatu yang baru yang belum pernah ada sebelumnya di pasaran Yogyakarta. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Djakfar (2012) bahwa inovatif adalah ide atau gagasan baru yang direalisasikan dalam bentuk tindakan menciptakan sesuatu yang baru.

3. Ketrampilan

Banyak perilaku yang dimunculkan oleh responden yang juga berhubungan dengan afeksi dan kognitif yang dimiliki. Perilaku bekerja keras yang dimiliki AR tercipta dari beban hidup yang dialami AR sebagai anak pertama yang mengharuskan AR bekerja keras untuk dapat membantu perekonomian keluarganya. Disisi lain RM juga menjalankan usahanya dengan sangat mandiri. Meskipun usaha yang dijalankan oleh RM saat ini adalah bisnis keluarga, namun RM yang mengelola semua cabang yang telah dimiliki seorang diri. Pemahaman dan pengetahuan MJ terkait nilai syariat membuat MJ menerapkan aturan untuk tutup di bulan puasa.

Dan setiap jumat café akan buka pada waktu setelah shalat jumat. MJ juga menyediakan satu ruangan besar dalam cafenya yang digunakan untuk beribadah. Selain itu ada perilaku tegas yang ditunjukkan oleh RM, RM bersikap tegas ditunjukkan dengan apapun yang terjadi yang baik maupun yang buruk akan langsung

disampaikan oleh RM kepada karyawannya. Sesuai dengan perilaku tegas yang didefinisikan oleh (Surkov, 2014) sebagai kemampuan membuat keputusan secara sistematis.

Selain perilaku kewirausahaan, ditemukan juga aspek-aspek nilai etnis yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan pada Etnis Aceh. Hal ini juga diungkap dari penelitian sebelumnya bahwa adanya pengaruh etnis pada perilaku kewirausahaan. Dikatakan bahwa sikap pengambilan risiko, pantang menyerah, pemanfaatan peluang, sikap preatatif, serta keluwesan bergaul sebagai keunggulan yang dimiliki oleh kewirausahaan etnis Jawa (Vidyatmoko & Rosadi, 2015).

Hal yang menonjol pada kewirausahaan etnis minang yaitu sifat mudah bergaul, kepercayaan diri, kerja keras, serta sifat instrumental yang dimiliki (Sutanto & Nurrachman, 2018). Sedangkan pada etnis sunda, karakter dimana nilai kearifan lokal saling mendukung satu sama lain dengan landasan kasih sayang dan rasa saling memiliki adalah hal yang dianggap menonjol (Amruloh, 2019).

Dari penelitian ini peneliti menemukan hal yang dianggap unik yaitu penerapan nilai syariat dalam perilaku maupun karakter yang dimiliki oleh pelaku usaha yang berasal dari etnis Aceh.

Terdapat unsur religiusitas yang mendominasi seperti terlihat dari kebijakan yang diterapkan dalam wirausaha yang dijalankan seperti pengambilan hari libur di hari Jumat, jam buka saat Ramadhan menjadi setelah taraweh, bahkan menilai kinerja karyawan dengan menjadikan shalat sebagai tolak ukurnya. Hal ini menjadi karakter tersendiri pada pelaku usaha yang berasal dari Etnis Aceh mengingat Aceh memang terkenal dengan nilai Syariat yang begitu kental dalam kehidupan masyarakatnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan. Didapatkan hasil bahwa unsur nilai sosial budaya Aceh yang ikut mengambil andil dalam perilaku kewirausahaan Etnis aceh. Hal ini terlihat dari budaya Aceh peumulia jamee salah satunya yang mengajarkan untuk memuliakan tamu yang dimaknai sebagai pelanggan dalam hal ini.

Kemudian juga dari ungkapan “mate aneuk meupat jeurat mate adat han pat tamita” yang berarti seruan untuk terus melestarikan budaya yang ada atau mengembangkan rasa nasionalisme daerah yang dimiliki. Disisi lain dapat dilihat dari karakter dan watak masyarakat Aceh yang terbentuk sejak jaman peperangan dahulu kala yang mewariskan sikap tegas dan pemberani dalam menjalankan usahanya. Dan yang terakhir adalah ungkapan “hukom ngen adat lage dzat nge sifet” yang menjadikan

masyarakat Aceh selalu memasukkan nilai syariat dalam kehidupan sehari-hari.

Kesemua poin tersebut memberikan sumbangan penting dalam perilaku kewirausahaan masyarakat etnis Aceh dalam menjalankan usahanya. Pemahaman yang diberikan oleh subjek penelitian kepada peneliti bahwa responden sadar dengan segala latar budaya yang ada yang mempengaruhi sikap dan perilaku responden dalam menjalankan usaha sangat mendukung akan kesuksesan usaha yang menjadi tujuan.

Salah satu contoh nyata yang ditemukan dalam penelitian adalah keuntungan yang didapat lebih saat menutup di hari jumat dan membuka usaha di hari minggu. Nilai religiusitas yang diterapkan juga membuat pelaku usaha tidak mudah pasrah dan berputus asa. Mengacu pada hasil penelitian terdahulu dimana banyak teori yang mengemukakan aspek-aspek yang harus dimiliki seorang pengusaha dalam menjalankan kewirausahaannya, dan aspek tersebut juga ditemukan dalam perilaku kewirausahaan Etnis Aceh.

Dilain sisi nilai sosial budaya yang dimiliki oleh Etnis Aceh banyak yang dapat diaplikasikan dalam dunia kewirausahaan seperti adat peumulia jamee, tradisi keluarga, watak dan karakter tegas serta pemberani, dan keterbukaan, dimana nilai-nilai

tersebut mendukung dalam pencapaian kesuksesan berwirausaha.

PENUTUP

Perilaku kewirausahaan pada Etnis Aceh yang ditemukan dalam penelitian diantaranya terbagi ke dalam tiga kategori yaitu afeksi, kognitif, dan ketrampilan dimana tiga aspek tersebut saling berhubungan dan membentuk perilaku kewirausahaan pada etnis Aceh. (a) Afeksi dimana adanya perasaan cinta pada tanah kelahiran, rasa kekeluargaan, dan rasa keimanan yang erat. (b) Kognitif terkait pengetahuan akan budaya dan nilai keagamaan, bidang usaha yang digeluti, pengalaman usaha yang dimiliki, dan tujuan akan masa depan. (c) Ketrampilan yaitu mencakup kerja keras, inovatif, terbuka dan berterus terang, mandiri, perilaku religius, professional, cekatan, dan tegas.

Unsur nilai sosial budaya Etnis Aceh yang membawa pengaruh pada perilaku kewirausahaan masyarakat etnis Aceh diantaranya, (a) Tradisi keluarga, (b) Karakter religius kedaerahan, (c)

Nasionalisme Daerah, (d) Tradisi daerah, (e) Budaya daerah, dan (f) Karakter daerah. Perilaku kewirausahaan Etnis Aceh yang ditemukan dalam penelitian ini dimana didalamnya ikut berkontribusi nilai sosial budaya daerah dianggap memberikan dampak yang positif dalam dunia kewirausahaan.

Saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan setting penelitian langsung di Aceh, Karena terdapat kemungkinan bias budaya yang dialami oleh subjek penelitian dalam penelitian ini mengingat lokasi penelitian yang dilakukan di Yogyakarta. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian serupa terkait kewirausahaan yang berlatar belakang budaya etnis lainnya. Responden dalam penelitian ini masih sangat sedikit Penelitian selanjutnya hendaknya dilakukan dengan melibatkan lebih banyak responden.

PUSTAKA ACUAN

- Abdullah, I. (2018). Communalism shattered: Thirty years of conflict experiences in the province of Aceh, Indonesia. *Anthropological Notebooks*, 24(1).
- Amruloh, D. A. G. (2019). Kajian Filosofis Karakteristik Wirausaha Urang Sunda. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 119-130.
- Cai, L., Peng, X., & Wang, L. (2018). The characteristics and influencing factors of entrepreneurial behaviour: The case of new state-owned firms in the new energy automobile industry in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 112-120.
- Christensen, S. (2012). Higher education and entrepreneurial citizenship in Singapore. *Learning and Teaching*, 5(3), 39-55.
- Decker, R., Haltiwanger, J., Jarmin, R., & Miranda, J. (2014). The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 3-24.
- Emily, C. H. C. (2019). Survival by technopreneurialism: Innovation,

- imaginaries and the new narrative of nationhood in Singapore. *Science, Technology and Society*, 24(3), 527–544.
- Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9–10), 708–731.
- Holley, A. C., & Watson, J. (2017). Academic entrepreneurial behavior: birds of more than one feather. *Technovation*, 64, 50–57.
- Juliani, R., Cangara, H., & Unde, A. A. (2015). Komunikasi antarbudaya etnis aceh dan bugis-makassar melalui asimilasi perkawinan di kota makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 70–87.
- Rahim, H. L., & Mohtar, S. (2015). Social entrepreneurship: A different perspective. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(1), 9–15.
- Riyanti, B. P. D., Cahyani, A., & Sungkowo, B. (2014). Factors Influencing the Success of Creative Industry Business in Jakarta. *Sidang Penyunting*, 69(82,071,144), 128.
- Santoso, E., Restuhadi, F., & Yulida, R. (2015). *Analisis perilaku wirausaha dan kinerja usaha (studi pada usaha agroindustri di Kota Pekanbaru)*. Riau University.
- Surkov, S. (2014). Psychological Aspects of Economic Behavior of People. *Universal Journal of Management*, 2(1), 40–47.
- Sutanto, O., & Nurrachman, N. (2018). Makna kewirausahaan pada etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa: Sebuah studi representasi sosial. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(1), 86–108.
- Vidyatmoko, D., & Rosadi, A. H. Y. (2015). Faktor utama kesuksesan wirausaha di industri pangan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14(1), 47–65.