

**NILAI-NILAI AGAMA BUDDHA SEBAGAI DASAR
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KEPUTUSAN
KEUANGAN DAN KINERJA WIRAUSAHA
(STUDI FENOMENOLOGI WIRAUSAHA BUDDHIS DI KOTA BEKASI)**

DISERTASI

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Doktor**



Oleh:

**LUFINA MAHADEWI
187020202112005**

**PROGRAM DOKTOR MANAJEMEN KAMPUS JAKARTA
PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2022**

DISERTASI


**NILAI-NILAI AGAMA BUDDHA SEBAGAI DASAR ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, KEPUTUSAN KEUANGAN DAN KINERJA WIRAUSAHA
(STUDI FENOMENOLOGI WIRAUSAHA BUDDHIS DI KOTA BEKASI)**

Oleh :

LUFINA MAHADEWI
187020202112005

Dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal : **18 Juli 2022**
Dan dinyatakan memenuhi syarat


Komisi Promotor,


Prof. Dr. Drs. Surachman, MSIE.
Promotor


Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE.
Ko - Promotor 1


Dr. Dra. Nir Khusniyah Indrawati, M.Si.
Ko - Promotor 2

Mengetahui,
a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Kepala Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta


Ananda Sabli Hussein, SE., M.Com., Ph.D.
NIP. 198303192008011003

LEMBAR IDENTITAS PROMOTOR DAN PENGUJI

Judul : NILAI-NILAI AGAMA BUDDHA SEBAGAI DASAR ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KEPUTUSAN KEUANGAN DAN KINERJA WIRAUSAHA (STUDI FENOMENOLOGI WIRAUSAHA BUDDHIS DI KOTA BEKASI)

Nama Mahasiswa : Lufina Mahadewi

Nim : 187020202112006

Program Studi : Doktor Manajemen Kampus Jakarta

KOMISI PROMOTOR

Promotor : Prof. Dr. Drs. Surachman, MSIE.

Ko - Promotor 1 : Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE.

Ko - Promotor 2 : Dr. Dra. Nur Khusniyah Indrawati, M.Si.

TIM PENGUJI

Dosen Penguji 1 : Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D.

Dosen Penguji 2 : Dr. Mintarti Rahayu, SE., MS.

Dosen Penguji 3 : Dr. Wahdiyati Moko, SE., MM.

Dosen Penguji Luar 1 : Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA

Dosen Penguji Luar 2 : Dr. Adhy Firdaus, SE., MM

Tanggal Ujian : 18 Juli 2022


Ketua Komisi Promotor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Kelompok Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta


Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D.
NIP. 198303192008011003

PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah DISERTASI dengan judul:

"NILAI-NILAI AGAMA BUDDHA SEBAGAI DASAR ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KEPUTUSAN KEUANGAN DAN KINERJA WIRAUSAHA (STUDI FENOMENOLOGI WIRAUSAHA BUDDHIS DI KOTA BEKASI)"

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah DISERTASI ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 Juli 2022

Mahasiswa,



Nama : Lufina Mahadewi
Nim : 187020202112005
Program Studi : Doktor Manajemen Kampus
Jakarta

RIWAYAT HIDUP

Lufina Mahadewi lahir di Jakarta pada tanggal 10 Maret 1982, merupakan anak pertama dari lima bersaudara yang dilahirkan dari orang tua Hassan Luthfi dan Nur Ainah. Menempuh pendidikan Sarjana Komputer pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Nusantara Tahun 1999, pendidikan Magister di Program Magister Manajemen Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Manajemen PPM Tahun 2003, pendidikan Master of Science in Finance di Ulm University, Germany Tahun 2005, pendidikan Doktor di Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Tahun 2018. Bekerja sebagai tenaga pengajar pada Sekolah Tinggi Manajemen PPM sejak Tahun 2015 sampai sekarang.

Jakarta, Juli 2022

Lufina Mahadewi

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas izin, berkah, rahmat dan hidayahNya sehingga penyusunan disertasi yang berjudul "Nilai-Nilai Agama Buddha Sebagai Dasar Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan Dan Kinerja Wirausaha" dapat terselesaikan. Segala ikhtiar dan doa dipanjatkan untuk penyelesaian Disertasi ini dan semoga pencapaian ini dapat menjadi jalan untuk selalu mendapatkan berkah dan rahmatNya. Penulis ingin berterima kasih yang sedalam-dalamnya dan tidak terhingga kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya disertasi ini:

1. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Bapak Rektor Universitas Brawijaya (Prof Widodo, S.Si.,M.Si.,Ph.D.Med.Sc) yang telah berkenan menerima sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Brawijaya. Semoga senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT.
2. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (Abdul Ghofar, SE., MSi, MAcc., DBA., Ak., CA) yang telah berkenan menerima sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Brawijaya. Semoga senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT.
3. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Bapak Ketua Program Studi Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta (Ananda Sabil Hussein, SE., MCom., Ph.D, CMA) yang telah berkenan memfasilitasi dan memberikan motivasi untuk penyelesaian Disertasi ini. Semoga senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT.
4. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Komisi Promotor : Bapak Prof. Dr. Surachman, SE., MSIE selaku Promotor, Ibu Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE selaku Ko-Promotor 1, dan Ibu Dr. Nur Khusniyah Indrawati, SE., MSi., CSRS., CFP selaku Ko-Promotor 2 Kesulitan dan berbagai tantangan dalam penyusunan disertasi ini dapat dilalui berkat dukungan dan bimbingan yang sangat berarti dan berharga dari Komisi Promotor. Penghargaan dan Hormat yang setinggi-tingginya kepada Bapak Prof. Dr.

Surachman, SE., MSIE yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta mengarahkan penulisan disertasi ini, dan selama proses pembimbingan dengan penuh kebijaksanaan menunjukkan kepada penulis arti komitmen dan kedisiplinan. Penghargaan dan Hormat yang setinggi-tingginya kepada Ibu Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulisan Disertasi ini dengan penuh kesabaran, kebijaksanaan dan selalu memberikan motivasi yang besar bagi penulis untuk penyelesaian Disertasi maupun dalam memberikan motivasi kebijaksanaan yang sangat berharga bagi kehidupan penulis. Penghargaan dan Hormat yang setinggi-tingginya kepada Ibu Dr. Nur Khusniyah Indrawati, SE., MSi., CSRS., CFP yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulisan Disertasi ini dengan penuh kesabaran, ketekunan, ketelitian dan kebijaksanaannya serta selalu memberikan motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis untuk peningkatan kualitas dan penyelesaian Disertasi ini. Bimbingan, arahan, motivasi dan kebijaksanaan dari Komisi Promotor akan selalu menjadi suri tauladan bagi kehidupan penulis. Semoga Komisi Promotor yakni: Bapak Prof. Dr. Surachman, SE., MSIE, Ibu Prof. Dr. Djumilah Hadiwidjojo, SE, Ibu Dr. Nur Khusniyah Indrawati, SE., MSi., CSRS., CFP senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT, serta diberikan kesehatan dan kesuksesan dalam melaksanakan tugas keseharian, dan semoga keikhlasan dari Komisi Promotor mendapatkan balasan serta ridha dari Allah SWT.

5. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Komis Penguji yakni: Bapak Ananda Sabil Hussein, SE., MCom., Ph.D, CMA, Ibu Dr. Mintarti Rahayu, SE., MS., CSRS, dan Bapak Dr. Wahdiyat Moko, SE., MM atas bimbingan, arahan, ilmu dan motivasi yang besar serta sangat berharga untuk penyelesaian dan peningkatan kualitas Disertasi ini. Semoga Komisi Penguji senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT, serta diberikan kesehatan dan kesuksesan dalam melaksanakan tugas keseharian, dan semoga keikhlasan dari Komisi Penguji mendapatkan balasan serta ridha dari Allah SWT.
6. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Komisi Penguji Eksternal yakni: Ibu Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA dan Bapak Dr. Adhy Firdaus, SE., MM atas kesediaannya untuk menjadi penguji eksternal serta memberikan

bimbingan dan arahan untuk peningkatan kualitas Disertasi ini. Semoga senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT.

7. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada civitas akademika Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta yang telah memberikan ilmu, motivasi dan dukungan selama penulis menempuh proses pendidikan di Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta, Universitas Brawijaya. Semoga senantiasa mendapatkan rahmat dan berkah dari Allah SWT.
8. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Pengurus Yayasan, Direksi serta rekan-rekan kerja PPM Manajemen atas kesempatan yang diberikan untuk menempuh pendidikan Doktoral di Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta, Universitas Brawijaya serta atas pemberian dukungan dan motivasi yang besar untuk penyelesaian studi Doktoral ini.
9. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Pemerintah Kota Bekasi yakni: Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bekasi, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bekasi, Forum Kerukunan Umat Beragama Kota Bekasi atas ijin yang diberikan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Kota Bekasi serta atas kesediaannya untuk memberikan informasi dan dukungan bagi penyelesaian Disertasi ini.
10. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh informan Disertasi ini yakni Bapak Agus, Bapak Po Seng, Ibu Padma, Ibu Ango, Bapak Joni, Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot, Ibu Wahyuni dan Bapak Inkatta, Bapak Salim, Bapak Untung, Ibu Erna, Ibu Florensia, Bapak Didi, Bapak Cu Teng, Bapak Ferry, Bapak Susisno yang telah berkenan menjadi informan dalam penelitian ini serta memberikan dukungan, akses informasi dan motivasi yang besar bagi penulis untuk penyelesaian Disertasi ini. Semoga senantiasa dilimpahi kesehatan dan kesuksesan dalam usahanya.
11. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Bhante Dhammiko Thera, Bapak Lauw Acep, S.Ag., M.Pd.B, Bapak Marga Singgih yang telah berkenan menjadi narasumber selama proses diskusi penelitian ini. Semoga senantiasa dilimpahi kesehatan dan kesejahteraan.

12. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada rekan-rekan seperjuangan Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta, Universitas Brawijaya Angkatan 11 atas persahabatannya dan dukungannya selama menempuh pendidikan Doktoral ini.
13. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada suami, adik-adik dan seluruh keluarga besar atas cinta, Doa dan kasih sayangnya yang tak terhingga kepada penulis selama menempuh pendidikan Doktoral ini.
14. Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang berperan besar dalam Disertasi ini. Terima kasih dan dan mohon maaf yang sedalam-dalamnya atas kehilafan dan kesalahan selama proses penyusunan disertasi ini

Penulis mempersembahkan Disertasi ini kepada kedua orang tua yang telah mengiringi perjalanan studi Doktoral ini dengan limpahan Doa yang tidak pernah putus, cinta dan kasih sayangnya, dan yang telah mengajarkan arti kesabaran, ketekunan serta makna kehidupan bagi penulis. Semoga penyelesaian Disertasi ini dapat menjadi penyemangat bagi Mama untuk ikhtiar perjuangan kesembuhan Mama. Disertasi ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga diharapkan kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun guna meningkatkan kualitas Disertasi ini. Semoga Disertasi ini dapat bermanfaat untuk pengembangan usaha dan ilmu pengetahuan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Jakarta, Juli 2022

Lufina Mahadewi

ABSTRAK

Lufina Mahadewi, Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta, Pascasarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2022, **Nilai-Nilai Agama Buddha Sebagai Dasar Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan Dan Kinerja Wirausaha (Studi Fenomenologi Wirausaha Buddhis di Kota Bekasi)**. Promotor: Surachman, Ko-Promotor I: Djumilah Hadiwidjojo, Ko-Promotor II: Nur Khusniyah Indrawati.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengungkap peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dalam konteks manfaat yang bersifat personal pada Usaha Kecil Wirausaha (UKW) Buddhis. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretive dengan menggunakan fokus fenomenologi *Scheler* dan *Weber* (1968) melalui tahapan analisis data: pengumpulan data yang dilanjutkan dengan reduksi data, *display* data, penarikan kesimpulan atau verifikasi data, dan penulisan hasil berupa proposisi dan model yang diselaraskan menggunakan konsepsi nilai-nilai agama Buddha khususnya ekonomi Buddhis. Informan penelitian ini adalah UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi sebanyak 14 informan.

Penelitian ini menghasilkan temuan yaitu (1). UKW Buddhis menunjukkan kepemilikan sifat entrepreneurial (orientasi kewirausahaan) yang ditunjukkan melalui implementasi dimensi-dimensi otonomi kewirausahaan, inovasi usaha, pola manajemen, pengambilan keputusan yang informal dengan komitmen yang kuat dalam pelaksanaan keputusan strategis kewirausahaan, memiliki sikap proaktif dan daya saing melalui upaya pengejaran peluang usaha. Orientasi kewirausahaan diwujudkan sebagai bentuk manifestasi nilai agama Buddha dalam perilaku ekonomi UKW Buddhis; (2). Keputusan keuangan UKW Buddhis memiliki karakteristik tingkat kepekaan terhadap risiko yang cenderung rendah, keputusan pengambilan keuangan yang cenderung dilakukan secara informal dalam waktu yang singkat namun menitikberatkan pada kesungguhan penerapan nilai agamis, ketepatan keputusan keuangan diyakini oleh UKW Buddhis memiliki akurasi karena dapat mengintegrasikan kesuksesan wirausaha sesuai dengan perspektif Buddhisme dalam ekonomi yaitu pencapaian kesejahteraan dan pencapaian kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan; (3). Kinerja wirausaha diwujudkan dalam bentuk harmonisasi dengan proses sebab akibat dan dengan tiga aspek kehidupan manusia, fokus kepada kesejahteraan karyawan dan ditunjukkan untuk mendukung perbuatan baik dan terwujudnya kinerja wirausaha melalui pencapaian kesejahteraan. Kinerja wirausaha juga dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak adanya hutang.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan, Kinerja Wirausaha Buddhis, Nilai-nilai agama Buddha.

ABSTRACT

Mahadewi, Lufina. Doctoral Program in Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya. 2022. **Buddhist Values as the Basis of Entrepreneurial Orientation, Financial Decision, and Entrepreneurial Performance (A Phenomenological Study of Buddhist Entrepreneurship in Bekasi City)**. Promoter: Surachman, Co-Promoters: Djumilah Hadiwidjojo and Nur Khusniyah Indrawati.

The objective of this research is to understand and reveal the roles of Buddhism values in underlying entrepreneurial orientation, financial decision, and entrepreneurial performance in the context of personal benefit in Buddhist small entrepreneurial businesses. This interpretive-paradigm study uses the phenomenological focus of Scheler and Weber (1968). The data analyses were performed in stages, i.e. data collection followed by data reduction, data display, conclusion drawing or data verification, and result writing. The results are in forms of propositions and models aligned using the conceptions of Buddhism values, particularly Buddhist economics. The informants are fourteen successful Buddhist small entrepreneurial businesses in Bekasi city.

The results of the analyses have led to following findings. First, the Buddhist small entrepreneurial businesses have their entrepreneurial orientations, shown by the implementation of entrepreneurial autonomy dimensions, business innovation, managerial pattern, informal decision making with strong commitments to the execution of entrepreneurial strategic decisions, proactive, and competitive through business opportunity pursuits. The orientation is materialized into the manifestation of Buddhism values in their economic behaviors. Second, in their financial decision, the businesses have relatively low sensitivity to risk. Their financial decisions are made informally in a short time, but the decisions emphasize on the seriousness of applying the religious values and are believed to be accurate as they can integrate the success of the business according to Buddhist perspective in economy, that is the attainment of welfare and personal, social, and environmental life quality. Third, the entrepreneurial performance is manifested into harmonization with cause-effect processes and the three aspects of human life, focus on employee's welfare aimed at supporting good deeds, and high entrepreneurial performance through welfare attainment. The said performance is also sensed as the happiness of not having any debt.

Keywords: entrepreneurial orientation, financial decision, entrepreneurial performance, Buddhist small entrepreneurial business

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan tulisan disertai yang berjudul: Nilai-Nilai Agama Buddha Sebagai Dasar Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan Dan Kinerja Wirausaha Di dalam tulisan ini, disajikan pokok- pokok bahasan yang meliputi: manifestasi nilai-nilai agama Buddha sebagai suatu motivasi dalam mendasari implementasi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan perspektif kinerja wirausaha dari Usaha Kecil Wirausaha (UKW) Buddhis yang sukses di Kota Bekasi.

Penelitian ini mengungkap bahwa Agama dan nilai-nilainya berperan dalam lingkungan sosial budaya yang kritis dalam fenomena individu yang mengarah kepada perilaku ekonomi dan penciptaan ekologi usaha yang diwujudkan dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Jakarta, Juli 2022

Lufina Mahadewi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		
HALAMAN PENGESAHAN		i
HALAMAN IDENTITAS PENGUJI		ii
PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI		iii
RIWAYAT HIDUP		iv
UCAPAN TERIMA KASIH		v
ABSTRAK		ix
ABSTRACT		x
KATA PENGANTAR		xi
DAFTAR ISI		xii
DAFTAR TABEL		xvi
DAFTAR GAMBAR		xviii
DAFTAR LAMPIRAN		xix
DAFTAR ISTILAH		xx
Bab I	Pendahuluan	
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Fokus Penelitian	27
	1.3 Perumusan Masalah	27
	1.4 Tujuan Penelitian	28
	1.5 Manfaat Penelitian	29
Bab II	Kajian Pustaka	
	2.1 Manajemen Stratejik dan Kewirausahaan	33
	2.2 Manajemen Keuangan dan Pengambilan Keputusan Keuangan	38
	2.2.1 Manajemen Keuangan dan Perilaku Keuangan	38
	2.2.2 Struktur Modal dan Perilaku Keuangan	40
	2.3 Budaya dan Agama	43
	2.4 Konsepsi <i>Buddhist Economics</i>	48
	2.5 Orientasi Kewirausahaan	50
	2.6 Interaksi Budaya, Agama, Kewirausahaan, Perilaku dan Keputusan Keuangan	53
	2.7 Penelitian Terdahulu	57
	2.8 Alur Pikir Penelitian	69

Bab III	Metode Penelitian	
	3. 1 Kerangka Penelitian	73
	3.1.1 Asumsi Ontologi, Epistemologi, dan Aksiologi	73
	3.2 Metode Penelitian	75
	3.2.1 Pendekatan Penelitian	75
	3.2.2. Paradigma Interpretatif Sebagai Landasan Penelitian Kualitatif	76
	3.2.3 Fenomenologi Sebagai Desain Penelitian Kualitatif	77
	3.3 <i>Setting</i> Penelitian	81
	3.4 Informan dan Kehadiran Peneliti	83
	3.4.1 Informan	83
	3.4.2 Kehadiran Peneliti	89
	3.5 Tahapan Penelitian Fenomenologi	92
	3.6 Informasi Kuantitati	106
	3.7 Alur Proses Analisis Data	107
Bab IV	Temuan Data Lapangan	
	4.1 Gambaran Setting Penelitian	110
	4.2 Informan Penelitian	125
	4.2.1 Informan: Bapak Po Seng	128
	4.2.2 Informan: Ibu Padma	134
	4.2.3 Informan: Bapak Joni	138
	4.2.4 Informan: Ibu Ango	142
	4.2.5 Informan Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot	146
	4.2.6 Informan: Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	151
	4.2.7 Informan: Bapak Untung	156
	4.2.8 Informan: Bapak Susisno	162
	4.2.9 Informan: Ibu Ernawati	168
	4.2.10 Informan: Bapak Salim	173
	4.2.11 Informan: Ibu Florensia	178
	4.2.12 Informan: Bapak Cu Teng	183
	4.2.13 Informan: Bapak Ferry	190
	4.2.14 Informan: Bapak Didi	194
	4.3 Kesimpulan Informan Penelitian	199
	4.4 Analisis Data	200
	4.5 Data Lapangan: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan	203

4.5.1	Analisis Domain Orientasi Kewirausahaan	245
4.5.2	Analisis Taksonomi Orientasi Kewirausahaan	249
4.5.3	Analisis Komponensial Orientasi Kewirausahaan	256
4.6	Data Lapangan: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan	266
4.6.1	Analisis Domain Keputusan Keuangan	274
4.6.2	Analisis Taksonomi Keputusan Keuangan	275
4.6.3	Analisis Komponensial Keputusan Keuangan	278
4.7	Data Lapangan: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Kinerja Wirausaha	281
4.7.1	Analisis Domain Kinerja Wirausaha	287
4.7.2	Analisis Taksonomi Kinerja Wirausaha	289
4.7.3	Analisis Komponensial Kinerja Wirausaha	292
4.8	Deskripsi Naratif	295
4.9	Analisis Tema	305
4.10	Kesimpulan Tema	312
4.11	Gambaran Tahapan Analisis Data	313
4.12	Keabsahan Data Penelitian	314
Bab V	Analisis Data dan Proposisi	
5.1	Nilai Agama Buddha Dalam Orientasi Kewirausahaan	321
5.1.1	Kesederhanaan (Tidak Berlebihan dan Pelaksanaan Hidup yang Sewajarnya)	322
5.1.2	Karma	332
5.1.3	Jalan Mulia Berunsur Delapan	338
5.1.4	Pancasila Buddhis	346
5.1.5	Vyagghapajja Sutta	348
5.1.6	Hukum Tilakkhana	351
5.1.7	Dasa Paramita	354
5.1.8	Arah Timur: Hubungan Orang Tua dan Anak	360
5.1.9	Harmonisasi Dengan Tiga Aspek Kehidupan	364
5.1.10	Sikap Mental Terhadap Kekayaan	367

5.2 Nilai Agama Buddha Dalam Keputusan Keuangan	370
5.2.1 Kepercayaan	371
5.2.2 Keseimbangan	374
5.2.3 Pancasila Buddhis	377
5.2.4 Karma	380
5.2.5 Panca Dhamma	383
5.2.6 Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga)	386
5.2.7 Vyagghapajja Sutta	388
5.3 Nilai Agama Buddha Dalam Kinerja Wirausaha	392
5.3.1 Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta	392
5.3.2 Keseimbangan	395
5.3.3 Karma	398
5.3.4 Anana Sukha	400
5.3.5 Penggunaan Kekayaan (Sikap Mental Terhadap Kekayaan)	402
5.3.6 Jalan Mulia Berunsur Delapan	405
5.4 Model Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja Wirausaha	408
5.5 Kontribusi Teoritis Hasil Penelitian	422
5.5.1 Implikasi Teoritis dalam Manajemen Strategik	439
5.5.2 Keputusan Keuangan UKW Buddhis	441
5.6 Karakteristik UKW Buddhis Dalam Kesuksesan Wirausaha UKW Buddhis	443
5.6.1 Implikasi Praktis Dalam Kewirausahaan	452
5.7 Model Pengembangan Penelitian Lanjutan	455
5.8 Rasionalitas Penelitian dalam Perspektif Postsekular	459
Bab VI Penutup	
6.1 Kesimpulan	462
6.2 Keterbatasan Penelitian	465
6.3 Implikasi Penelitian	466

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Celah Penelitian Peranan Agama dan Nilai-Nilainya Terhadap Orientasi atau Tindakan Kewirausahaan	58
Tabel 2.2	Kajian Empiris Peranan Agama dalam Keputusan Keuangan	63
Tabel 2.3	Celah Penelitian Peranan Agama dan Spritualitas Terhadap Kinerja Wirausaha	66
Tabel 3.1	Kertas Kerja	96
Tabel 3.2	Analisis Komponen	99
Tabel 4.1	Jumlah UMKM Binaan 2012-2018	113
Tabel 4.2	Rincian Informan Penelitian	126
Tabel 4.3	Pernyataan Penting dan Rumusan Tabel Makna: Orientasi Kewirausahaan	203
Tabel 4.3.1	Analisis Domain Orientasi Kewirausahaan	245
Tabel 4.3.2	Analisis Komponensial Orientasi Kewirausahaan	256
Tabel 4.4	Pernyataan Penting dan Rumusan Tabel Makna : Keputusan Keuangan	266
Tabel 4.4.1	Analisis Domain Keputusan Keuangan	274
Tabel 4.4.2	Analisis Komponensial Keputusan Keuangan	278
Tabel 4.5	Pernyataan Penting dan Rumusan Tabel Makna : Kinerja Wirausaha	281
Tabel 4.5.1	Analisis Domain Kinerja Wirausaha	288
Tabel 4.5.2	Analisis Komponensial Kinerja Wirausaha	292
Tabel 4.6	Deskripsi Naratif dan Kesesuaian Tema	295
Tabel 5.1	Esensi Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja Wirausaha	408
Tabel 5.2	Kontribusi Hasil Penelitian	423
Tabel 5.3	Perilaku dan Bentuk Keputusan Keuangan Wirausaha Buddhis Skala Usaha Kecil	442

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
Gambar 2.1 Model Strategic Entrepreneurship	36
Gambar 2.2 Alur Pikir Penelitian	71
Gambar 3.1 Bagan Alur Penentuan Informan	86
Gambar 3.2 Observasi Lokasi Usaha Informan (Ibu Padma)	90
Gambar 3.3 Observasi Lokasi Usaha Informan (Bapak Joni)	91
Gambar 3.4 Diagram Taksonomi	98
Gambar 3.5 Penentuan Tema	99
Gambar 3.6 Analisis Data Model Interaktif (Miles dan Huberman, 1984)	101
Gambar 3.7 Alur Proses Analisis Data	108
Gambar 4.1 Wawancara Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi	113
Gambar 4.2 Wawancara dengan Ketua dan Perwakilan Anggota FKUB Kota Bekasi	121
Gambar 4.3 Wawancara dengan Informan Kunci	126
Gambar 4.4 Wawancara dengan Bhante	130
Gambar 4.5 Wawancara dengan Bapak Po Seng	133
Gambar 4.6 Wawancara dengan Ibu Padma	137
Gambar 4.7 Wawancara dengan Bapak Joni	142
Gambar 4.8 Wawancara dengan Ibu Ango	146
Gambar 4.9 Wawancara dengan Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot	150
Gambar 4.10 Menu Rumah Makan Soto Anda	153
Gambar 4.11 Wawancara dengan Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	156
Gambar 4.12 Lokasi Ruang Praktek Bapak Untung	162
Gambar 4.13 Wawancara dengan Bapak Susisno	167
Gambar 4.14 Wawancara dengan Ibu Ernawati	172
Gambar 4.15 Tampak Depan Lokasi Usaha Ibu Ernawati	173
Gambar 4.16 Wawancara dengan Bapak Salim	178
Gambar 4.17 Lokasi usaha "Saudara Furniture"	181
Gambar 4.18 Wawancara dengan Ibu Florensia	183
Gambar 4.19 Wawancara dengan Bapak Cu Teng	189
Gambar 4.20 Wawancara dengan Bapak Ferry	194
Gambar 4.21 Wawancara dengan Bapak Didi	199
Gambar 4.22 Analisis Taksonomi: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan	250
Gambar 4.23 Analisis Taksonomi: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan	276

Gambar 4.24	Analisis Taksonomi: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Kinerja Wirausaha	290
Gambar 4.25	Analisis Tema: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan	306
Gambar 4.26	Analisis Tema: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan	309
Gambar 4.27	Analisis Tema: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Kinerja Wirausaha	311
Gambar 4.28	Tema Utama Penelitian	312
Gambar 4.29	Tahapan Analisis Data	314
Gambar 4.30	Wawancara dengan Bapak Marga Singgih	320
Gambar 5.1	Model Peranan Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan, Kinerja Wirausaha	411
Gambar 5.2	Bagan Operasional	413
Gambar 5.3	Kerangka Sosiologi Kewirausahaan	426
Gambar 5.4	Struktur Nilai	429
Gambar 5.5	Dasar Dinamis Struktur Nilai	431
Gambar 5.6	Kerangka Konseptual Penelitian Lanjutan	456

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 1	Surat Pengantar Kepada Informan	i
Lampiran 2	Target Informasi Wawancara Pertama (Informan : Wirausaha Buddhis Yang Sukses)	ii
Lampiran 3	Target Informasi Wawancara Pertama (Informan Pendukung : Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi)	iii
Lampiran 4	Target Informasi Wawancara Pertama (Informan Pendukung : Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bekasi)	iv
Lampiran 5	Target Informasi Wawancara Pertama (Informan Pendukung : Forum Kerukunan Umat Beragama Kota Bekasi)	v
Lampiran 6	Target Informasi Wawancara Kedua	vi

DAFTAR ISTILAH

Agamis	Bersifat keagamaan atau religi
<i>Anana Sukha</i>	Kebahagiaan karena terbebas dari hutang
<i>Annica</i>	Ketidakekalan dan eksistensi berada dalam kondisi transformasi.
<i>Bracketing</i>	<i>Bracketing</i> diwujudkan dalam bentuk keterlibatan peneliti melalui data dan dengan temuan yang berkembang. <i>Bracketing</i> dibentuk melalui identifikasi dan penyisihan asumsi peneliti dalam proses penelitian.
<i>Buddhist Economics</i>	Integrasi ajaran agama Buddha dengan ilmu ekonomi yang diperkenalkan pertama kali oleh E.F. Schumacher (1973) yang melihat bahwa pada salah satu nilai ajaran agama Buddha yaitu Jalan Mulia Berunsur Delapan. Dalam Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu salah satunya adalah Mata Pencapaian yang Benar menjadi salah satu fondasi dalam <i>Buddhist Economics</i> . Pandangan bahwa Mata Pencapaian yang Benar merupakan hal yang penting dalam agama Buddha dan ekonomi sebagai jalan untuk menyelesaikan masalah kehidupan. Konsepsi <i>Buddhist Economics</i> memiliki pandangan yang berbeda dengan pandangan ekonomi modern yang fokus kepada kepuasan maksimum, namun pandangan <i>Buddhist Economics</i> menekankan kepada pencapaian kesejahteraan. Payutto (1994) mengemukakan bahwa konsep “Ekonomi Buddhis” merupakan cabang atau disiplin ilmu yang berkaitan dan secara bersama-sama menuju suatu tujuan atau pencapaian yaitu kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan yang baik.
<i>Catvari Arya Satyani</i>	Empat Kesunyataan Mulia yang terdiri atas (1). <i>Duhkha Aryasatya</i> yang berarti kesunyataan mulia tentang adanya penderitaan, (2). <i>Duhkha Samudaya Aryasatya</i> yang berarti kesunyataan mulia tentang asalnya penderitaan yaitu <i>tanha</i> atau nafsu keinginan yang tidak ada habis-habisnya, (3). <i>Duhkha Nirodha Aryasatya</i> yang berarti kesunyataan mulia tentang lenyapnya penderitaan, (4). <i>Duhkha Nirodha Gaminipratipad Aryasatya</i> yang berarti kesunyataan mulia tentang Jalan Mulia Berunsur Delapan sebagai jalan untuk melenyapkan penderitaan

<i>Chanda</i>	Refleksi sejati kepada manfaat penggunaan dari aktivitas akuisisi materi dimana kebijaksanaan menjadi dasar untuk pencapaian kesejahteraan dan harmoni kepentingan menjadi tujuan bukan sebagai konflik kepentingan.
<i>Dasa Paramita</i>	Sepuluh kebajikan yang harus dilatih oleh seorang umat Buddha
Daya Upaya atau Usaha yang benar	Usaha yang benar dalam pandangan Agama Buddha adalah bekerja keras berdasarkan Jalan Kebenaran Buddha yang mencakup usaha yang menekan kejahatan yang belum timbul, usaha yang menghilangkan kejahatan yang sudah ada, usaha yang menumbuhkan kebaikan yang belum timbul dan usaha yang mengembangkan kebaikan yang sudah ada.
<i>Dhamma</i>	<i>Dhamma</i> atau kebenaran tertinggi yang dalam cakupan yang luas adalah Saccadhamma yang berarti kebenaran dan Sabhavadhamma yang berarti kenyataan. Konsepsi <i>Buddhist Economics</i> harus selaras dengan Dhamma sehingga pemahaman akan kompleksitas proses dalam kegiatan ekonomi serta hubungan dinamika sebab-akibat yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi dapat dicapai sehingga tujuan pencapaian kesejahteraan secara maksimum dapat tercapai.
<i>Hukum Tilakkhana</i>	Hukum kebenaran mutlak yang mengacu kepada tiga corak kehidupan yang diyakini terjadi dan melekat pada segala yang berkondisi yang terdiri atas <i>Sabba Sankhara Anicca</i> (ketidakekalan atau perubahan), <i>Sabbe Sankhara Dukkha</i> (tidak memuaskan atau penderitaan) dan <i>Sabbe Dharma Anatta</i> (tidak ada jiwa yang abadi)
<i>Horizontalizing</i>	Membandingkan dengan persepsi orang lain dengan fenomena yang diamati
<i>Interpretive</i>	Paradigma yang memandang dunia sosial sebagai proses sosial yang dihasilkan oleh individual
Intersubjektivitas	Kesamaan pengalaman antar subjek dalam suatu fenomena.
Jalan Mulia Berunsur Delapan	Jalan yang terdiri dari delapan unsur yang saling melengkapi dan tidak terpisahkan serta masing-masing unsur merupakan suatu kesatuan yang mendorong Umat Buddha untuk mencapai kebahagiaan sejati. Delapan unsur tersebut terdiri atas Pandangan yang benar, Pikiran yang benar, Perkataan atau Ucapan yang benar, Perbuatan atau Tindakan yang Benar, Mata Pencarian atau Penghidupan yang benar, Daya Upaya atau Usaha yang benar, Perhatian atau kewaspadaan yang benar dan Konsentrasi yang benar.

<i>Karma</i>	Karma dalam Agama Buddha mengandung makna yaitu perbuatan yang dilakukan oleh pikiran, ucapan, dan jasmani yang didorong oleh niat atau kehendak dimana karma baik adalah Kusala Karma sedangkan Karma Jahat adalah Akusala Karma yang menyatakan bahwa setiap perbuatan akan membawa hasil atau akibat dimana perbuatan baik akan menghasilkan kebahagiaan dan perbuatan jahat akan mengakibatkan penderitaan (Singgih, 2017). Karma sebagai suatu kumulatif atas efek jasa dan kekurangan selama rentang individu yang akan menentukan nasib individu tersebut (Sacrborough, 1998). Setiap individu diyakini mewarisi dan memiliki karmanya sendiri, terlahir dari karmanya sendiri, serta terlindungi oleh karmanya sendiri.
Perilaku Keuangan	Studi yang menggambarkan peran dari fenomena psikologi dalam pengambilan keputusan keuangan oleh individu.
Konsentrasi yang benar	Dalam pandangan Agama Buddha, tujuan utama Konsentrasi yang Benar adalah mendapatkan kearifan puncak untuk mencapai kesejahteraan atau kesucian berupa pengembangan ketenangan batin dan pandangan terang.
<i>Mattannuta</i>	Moderasi yang memiliki makna yaitu melakukan pemaknaan atau merefleksikan esensi tujuan dari produksi dan pemanfaatan atau konsumsi barang dan jasa tersebut dengan melihat kegunaan sehingga menghasilkan produksi maupun konsumsi dengan jumlah yang tepat.
<i>Mundane</i>	Duniawi
Orientasi kewirausahaan	Proses, praktik dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah kepada pembentukan entri baru yang mencakup dimensi-dimensi dalam orientasi kewirausahaan yaitu kecenderungan untuk bersikap otonomi, kemauan untuk berinovasi serta mengambil risiko, kecenderungan untuk menjadi agresif terhadap pesaing dan menjadi proaktif terhadap peluang pasar
<i>Pancadharm</i>	Pancadharm yang bersifat aktif sebagai pendukung agar Panca-sila Buddhis tersebut dapat berjalan dengan baik. Kelima Pancadharm tersebut adalah Metta-Karuna (cinta kasih dan welas asih), Samma-ajiva (kesabaran dalam bermata pencaharian yang benar), Santutthi (perasaan puas terhadap apa yang dimilikinya), Sacca (kebenaran atau kejujuran yang diwujudkan sebagai kemurnian hati), Satisampajanna (kesadaran dan pengertian benar yang diartikan sebagai kewaspadaan).

Pancasila Buddhis *Pancasila* Buddhis atau lima prinsip moral yaitu *Pāṇātipātā veramaṇī sikkhā-padaṃ samādiyāmi* (tekad akan melatih diri menghindari pembunuhan makhluk hidup), *Adinnādānā veramaṇī sikkhā-padaṃ samādiyāmi* (tekad akan melatih diri menghindari pengambilan barang yang tidak diberikan), *Kāmesu micchācārā veramaṇī sikkhā-padaṃ samādiyāmi*.(tekad akan melatih diri menghindari perbuatan asusila), *Musāvādā veramaṇī sikkhā-padaṃ samādiyāmi* (tekad akan melatih diri menghindari ucapan yang tidak benar) dan *Surā-meraya-majja-pamādaṭṭhānā veramaṇī sikkhā-padaṃsamādiyāmi* (tekad akan melatih diri menghindari segala minuman keras yang dapat menyebabkan lemahnya kesadaran)

Pandangan yang benar Dalam pandangan Agama Buddha adalah cara melihat sesuatu berdasarkan Empat Kebenaran Mulia (Kebenaran Penderitaan, Kebenaran Sebab, Kebenaran Kehancuran, dan Kebenaran Jalan) serta menganalisis sesuatu berdasarkan hukum sebab-akibat.

Parami Kebijakan

Perbuatan atau Perbuatan atau tindakan yang benar dalam pandangan
Tindakan yang benar Agama Buddha sebagai suatu larangan untuk melakukan tindak kejahatan seperti membunuh, mencuri. Perbuatan benar mencakup perbuatan yang tidak merugikan makhluk lain dan diri sendiri, perbuatan yang menghindari terjadinya pembunuhan dan penyiksaan pada makhluk lain, perbuatan yang menghindari mengambil milik orang lain atau barang yang tidak diberikan, dan perbuatan menghindari perzinahan. Dalam konteks kehidupan modern, dimaknai sebagai cara bekerja yang benar. Jalan penyelesaian terbaik dalam rangka melanjutkan perjalanan menuju pencerahan dan selalu membuat keputusan-keputusan yang tepat dalam kehidupan.

Perhatian atau Dalam pandangan Agama Buddha, merupakan garis
kewaspadaan yang refleksi-diri dalam rencana hidup yang membentuk visi ke
benar arah masa depan.

Pikiran yang benar Pikiran yang benar dalam pandangan Agama Buddha mencakup pikiran yang menghindari kejahatan dan cenderung terarah kepada kebaikan, pikiran yang terbebas dari tiga akar kejahatan yaitu keserakahan, kebencian dan kedelusian.

Transcendent Di atas duniawi

*Strategic
entrepreneurship*

Pendekatan stratejik kewirausahaan yang mengkarakterisasi filosofi manajemen yang bergeser dari pendekatan tradisional manajemen dimana fokusnya terdapat pada fleksibilitas, kreatifitas, inovasi yang berkelanjutan dan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar

*Sabbe Sattā Bhavantu
Sukhitattā"*

Pengembangan cinta kasih atau Metta kepada semua makhluk hidup

Sutta

Ajaran

Vyagghapajja Sutta

Empat syarat kebahagiaan yaitu *Utthanasampada*: rajin dan bersemangat dalam bekerja untuk mendapatkan penghidupan yang baik, *Arakkhasampada*: menjaga dengan hati-hati kekayaan yang diperoleh secara benar, *Kalyanamitta*: memiliki teman-teman yang baik yang dapat memberikan nasihat, yang penuh keyakinan (*saddha*), taat aturan (*sila*), penuh kedermawanan (*caga*), dan penuh kebijaksanaan (*pañña*), dan *Samajivikata*: hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan data Arah Kebijakan Dan Program Pengembangan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Menuju KUMKM 2020-2024), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Selama periode waktu lima tahun terakhir, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2017 juga menunjukkan bahwa 99,99% pelaku ekonomi adalah merupakan pengusaha UMKM dengan serapan tenaga kerja sebanyak 97% dan kontribusi terhadap PDB sebesar 60%. Usaha mikro merupakan usaha dengan aset maksimum Rp. 50 juta dan omset maksimum Rp. 300 juta per tahun; usaha kecil dengan aset maksimum Rp > 50 juta – 500 juta dan omset maksimum Rp. > 300 juta -2,5 milyar per tahun; dan usaha menengah dengan aset maksimum Rp > 500 juta – 10 milyar dan omset maksimum Rp > 2.5 milyar – 50 milyar per tahun (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008).

UMKM memiliki peran yang besar sebagai katalisator perkenomian Indonesia. UMKM memiliki kontribusi kepada PDB Indonesia yang terus meningkat namun peningkatan kontribusi tersebut tidak selaras dengan perkembangan usaha tersebut dimana banyak dari usaha tersebut yang mengalami kegagalan dan akhirnya menutup usahanya. Salah satu kebijakan Kementerian KUKM adalah mendorong kenaikan kelas dari usaha mikro ke usaha kecil yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan perekonomian

nasional. Menurut Shaw dan Conway (2000), usaha kecil memiliki permasalahan yang kompleks dan multidimensi mulai dari karakter, kompetensi, internal organisasi, sumber daya organisasi serta infrastruktur dan konfigurasi jaringan usaha selain juga permasalahan karena rendahnya nilai-nilai kewirausahaan (Kirby, 2004). Namun, diantara kegagalan usaha kecil terdapat sejumlah pelaku usaha kecil yang mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya dimana kesuksesan tersebut kerap diwarnai oleh faktor-faktor budaya antara lain yaitu agama yang memiliki peranan kunci yang signifikan pada suatu susunan budaya di masyarakat (Chan-Serafin *et al.*, 2013).

Budaya merupakan suatu kumpulan nilai yang mempengaruhi personal dan perilaku dari individu serta mempengaruhi semua aspek yang ada dalam organisasi (Hodgetts *et al.*, 1994; Schwartz, 1992; Schein, 2004). Gullestrup (2003) mengemukakan bahwa model suatu budaya terdiri atas dimensi budaya horizontal, vertikal dan dinamis. Dimensi budaya horizontal terdiri atas delapan segmen budaya yang salah satu diantaranya adalah *religious institutions* yang mengemukakan suatu cara pandang mengenai manifestasi hubungan dalam kehidupan dan kematian (Gullestrup, 2003). Institusi keagamaan (*religious institutions*) mencakup perasaan, pemikiran, perangai maupun tingkah laku yang timbul lewat penggalan secara signifikan melalui upaya-upaya sakral (Hill *et al.*, 2006; Pargament, 1997). Manifestasi nilai-nilai keagamaan terwujud dalam implementasi konteks kerja dalam bentuk etika, pengalaman, pengayaan maupun ungkapan yang dapat mendorong praktik dan keputusan kewirausahaan (Miller *et al.*, 2019; Balog *et al.*, 2014; Dana, 2009; Weber, 1930).

Nilai dan kepercayaan serta sifat bawaan dapat mempengaruhi seorang wirausaha terkait dengan keputusan dan kinerja bisnisnya dimana salah satunya

adalah agama dan nilai- nilainya yang merupakan salah satu unsur budaya. Schein (2004) membagi budaya dalam tiga tingkatan yaitu artifak, kepercayaan dan nilai, dan asumsi–asumsi dasar di mana dijelaskan pula bahwa ketiga tingkatan tersebut mengandung tata nilai maupun praktik. Praktik dan nilai-nilai keagamaan memiliki peranan pada pembentukan persepsi individu akan aktivitas kewirausahaan dalam bentuk hubungan antara nilai dan kepercayaan dengan perilaku usaha, dan pada sintesa sistem sosial dalam peran yang diwujudkan oleh wirausaha (Carswell dan Rolland, 2007; Drakopoulou-Dodd dan Seaman, 1998). Aktivitas dan praktik kewirausahaan muncul dari pemahaman dan dorongan dalam merekognisi peluang usaha dimana pemahaman dan motivasi tersebut dimanifestasikan dari artifak, kepercayaan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh wirausaha (McMullen dan Shepherd, 2006).

Kinerja wirausaha memiliki keterkaitan yang erat dengan nilai-nilai agama yang mengarah kepada penerapan keyakinan dan praktik keagamaan dalam kebermanfaatan usaha yang dapat membentuk budaya dan identitas organisasi (Smith *et al.*, 2019; Ravasi dan Schultz, 2006). Kinerja wirausaha pada umumnya diukur dengan menggunakan indikator obyektif keuangan yang mencakup laba, perputaran usaha maupun posisi di pasar, namun dalam perkembangannya terdapat ukuran kinerja dari sisi personal atau subyektif seperti otonomi usaha, kepuasan dan perkembangan diri, pencapaian dari sisi kepuasan konsumen dan kesejahteraan keluarga (Van Praag dan Versloot, 2007; Cooper *et al.*, 1994; Kuratko *et al.*, 1997; Walker dan Brown 2004; Reijonen dan Komppula 2007). Perkembangan penggunaan indikator kinerja wirausaha dalam basis nilai personal atau subyektif didasari oleh argumen bahwa tindakan subyektif merupakan prediktor yang lebih mampu menjelaskan perilaku usaha dan

pengambilan keputusan bila dibandingkan dengan indikator pengukuran yang obyektif (Dijkhuizen *et al.*, 2018; Wach *et al.*, 2016; Reijonen dan Komppula 2007). Tindakan subyektif yang diambil oleh wirausaha kerap kali diwarnai oleh nilai-nilai budaya salah satunya adalah nilai-nilai agama sebagai salah satu elemen budaya horizontal.

Nilai-nilai agama juga berperan dalam pembentukan sikap mental yang diwujudkan dalam sikap pribadi dari pelaku usaha pada keputusan pembiayaan melalui peran sensorik keagamaan dalam bentuk penginderaan, identitas dan mekanisme batas (Smith *et al.*, 2019; Bizri, 2018; Hill dan Levenhagen, 1995). Praktik penerapan religi dan spiritual diyakini dapat mempengaruhi pola pikir kewirausahaan (Kinjerski dan Skrypnek, 2004; Rokeach, 1973; Hambrick dan Mason, 1984; Schein 1990; Angelidis dan Ibrahim 2004). Nilai-nilai agama memberikan suatu warna pada lingkungan yang mendorong lahirnya suatu inovasi (Dana, 2009) sehingga berperan besar bagi usaha kecil (UK) dalam mempertahankan daya saing dan keberlangsungan usahanya. Salah satunya adalah wirausaha Buddhis yang menerapkan konsep *Right Livelihood* (mata pencaharian benar) sesuai dengan nilai agama Buddha dalam mengeksplorasi peluang usaha khususnya dalam pembentukan usaha baru dan operasionalisasi bisnis (Valliere, 2008). Penerapan konsepsi nilai-nilai agama pada praktik kewirausahaan juga tergambar pada usaha kecil wirausaha (UKW) Buddhis di Kota Bekasi yang memanasifestasikan nilai-nilai agama Buddha dalam usahanya sehingga mampu mendorong keberhasilan, kesuksesan serta mempertahankan daya saing usaha yang dijalaninya.

Mayoritas umat Buddha di Kota Bekasi merupakan keturunan etnis Tionghoa yang sebagian besar bekerja sebagai pedagang, namun sebagian kecil menjadi

petani. Dari sekian banyaknya jumlah UKW Buddhis di Kota Bekasi banyak dari wirausaha tersebut yang usahanya tidak mengalami perkembangan dengan baik. Namun, terdapat sebagian dari UKW Buddhis di Kota Bekasi yang mampu mempertahankan keberlangsungan usaha, memiliki daya saing dan mengembangkan usahanya melebihi wirausaha konvensional lainnya (Dinas Koperasi, UKM Kota Bekasi). UKW Buddhis di Kota Bekasi memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian Kota Bekasi. Bahkan, sebagian diantaranya mampu bertahan, berkembang dan memiliki daya saing selama puluhan tahun serta merupakan usaha yang telah diwarisi antar generasi. Perilaku usaha dari UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi dalam menjalani usahanya tidak terlepas dari nilai-nilai agama Buddha yang mendorong dan menghantar wirausaha tersebut dalam meraih kesuksesan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara awal pada tahap pra-lapangan dengan UKW Buddhis di Kota Bekasi yang sukses dikemukakan bahwa nilai-nilai agama Buddha melandasi pelaksanaan praktik kewirausahaan dimana aktivitas ekonomi ditunjukkan sebagai suatu sarana untuk mencapai tujuan yaitu kebermanfaatn bagi kehidupan pribadi, sosial maupun lingkungan, Nilai-nilai Buddhis mewarnai praktik dan aktivitas kewirausahaan UKW Buddhis yang dimaknai sebagai aktivitas akuisisi kekayaan untuk mencapai tujuan konstruktif dengan tetap memiliki kebebasan spiritual. Selain juga, dikemukakan bahwa orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan memegang peranan penting karena menentukan kesuksesan usaha dan keberlangsungan bisnis.

Nilai-nilai Buddhis mendasari dimensi-dimensi yang melekat pada orientasi kewirausahaan yang terdapat pada UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi. Nilai-nilai Buddhis mendasari pilihan otonomi dan independensi untuk

berwirausaha, serta pilihan dalam jenis usaha yang dibentuk sesuai dengan nilai-nilai agama Buddha. UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi juga mengemukakan bahwa nilai-nilai Buddhis melatarbelakangi terwujudnya inovasi dalam usaha yang dijalannya. Pandangan Buddhis bahwa kehidupan adalah proses dan adanya ketidakkekalan (*annica*) mendasari pentingnya inovasi dalam usaha yang dijalannya. Dimensi *risk-taking* yang ada pada UKW Buddhis tersebut juga didasari oleh nilai-nilai Buddhis mengenai Karma sebagai bagian dari konsekuensi logis atas tindakan dan keputusan dalam usaha yang dijalannya. Dimensi *proactiveness* dan agresivitas kompetitif juga didasari oleh nilai-nilai Buddhis yang dimaknai oleh konsep akan keselarasan dan keseimbangan (*Mattannuta*). Wirausaha Buddhis pada skala usaha kecil yang sukses di Kota Bekasi juga mengungkapkan bahwa keputusan keuangan yang diambil dalam praktik wirausaha yang dijalannya didasari oleh nilai-nilai agama Buddha. Keputusan keuangan akan pilihan pendanaan dilatarbelakangi oleh pandangan nilai agama Buddha mengenai sikap mental terhadap akuisisi kekayaan dan aktivitas ekonomi.

Hasil wawancara awal yang dilakukan dengan UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi juga mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan tidak semata-mata mempertimbangkan “materi” tetapi lebih mempertimbangkan nilai-nilai agamis yang menekankan kepada terwujudnya keseimbangan dan keselarasan antara duniawi (*mundane*) dan di atas duniawi (*transcendent*). Umat Buddha menerapkan Jalan Mulia Berunsur Delapan sebagai jalan yang diyakini sebagai jalan yang tepat untuk membentuk manusia secara utuh sehingga tercapailah tujuan kehidupan atau kebahagiaan yang sejati. Dalam konsepsi ajaran agama Buddha terdapat Jalan Mulia Berunsur

Delapan sebagai sebuah jalan yang terdiri dari delapan unsur yang saling melengkapi dan tidak terpisahkan serta masing-masing unsur tersebut merupakan suatu kesatuan yang mendorong bagi umat Buddha untuk mencapai kebahagiaan sejati. Jalan Mulia Berunsur Delapan terdiri atas Pandangan Benar (*samma ditthi*), Pikiran atau niat benar (*samma sankappa*), Ucapan benar (*samma vaca*), Perbuatan atau tindakan benar (*samma kammanta*), Mata pencaharian atau penghidupan benar (*samma ajiva*), Daya upaya atau usaha benar (*samma vayama*), Perhatian atau kewaspadaan benar (*samma sati*) dan Konsentrasi benar (*samma samadhi*).

Tujuan religius dari agama Buddha adalah terbebasnya dari penderitaan yang timbul karena adanya belenggu nafsu, kebodohan akibat ketidaktahuan sehingga konsep religiusitas menurut agama Buddha adalah terbebasnya penderitaan dan terciptanya kedamaian (Mukti, 2003). Nilai-nilai agama Buddha berorientasi pada tujuan untuk mencapai kesejahteraan manusia, bukan untuk memuaskan keinginan tanpa akhir atau berusaha memaksimalkan kepuasan dari keinginan. Fokus pencapaian kesejahteraan menjadi tujuan yang mendorong pelaku usaha untuk mengendalikan kegiatan ekonomi dengan membatasi kelebihan konsumsi atau kelebihan produksi (Schumacher, 1973). Kegiatan ekonomi menurut konsepsi *Buddhist Economics* adalah sebagai sarana untuk mencapai tujuan kehidupan dari umat Buddha sehingga usaha atau bisnis diwujudkan dalam bentuk fasilitasi terhadap tanggung jawab sosial karena kegiatan ekonomi diarahkan bukan hanya untuk mencapai pemenuhan kebutuhan diri namun juga memfasilitasi pengembangan kehidupan lainnya. Istilah konsepsi *Buddhist Economics* diperkenalkan pertama kali oleh E.F Schumacher (1973) sebagai unifikasi antara ajaran agama Buddha dengan ilmu

ekonomi yang menunjukkan bahwa salah satu unsur dalam Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Mata Pencapaian Benar merupakan urgensi dari munculnya konsepsi *Buddhist Economics*. Implikasi dari konsepsi *Buddhist Economics* yaitu ilmu ekonomi merupakan salah satu elemen dalam menciptakan jalan bagi kehidupan yang sejati dan benar untuk mengatasi permasalahan kehidupan (Payutto, 1994).

Agama Buddha dan nilai-nilainya memiliki orientasi pada pencapaian kesejahteraan manusia secara sejati dimana penekanannya terletak pada upaya mencapai kesejahteraan dengan merefleksikan manfaat dan kegunaan dari setiap kegiatan ekonomi sehingga optimalisasi dapat tercapai tanpa adanya kekurangan maupun kelebihan dari setiap aktivitas ekonomi (Schumacher, 1973; Payutto, 1994). Kesuksesan dalam agama Buddha tidak hanya mencakup pencapaian materi namun akuisisi kekayaan ataupun kegiatan ekonomi harus berkontribusi pada kesejahteraan manusia secara utuh melalui pencapaian kepada kesejahteraan mental dan kekayaan batin (Payutto, 1994; Brown, 2017). Kesuksesan suatu usaha dalam pandangan agama Buddha adalah tercapainya tujuan ekonomi yang berfokus dan memiliki motivasi pada pencapaian kesejahteraan dimana dalam setiap pelaksanaan kegiatan ekonomi seorang pelaku usaha akan selalu memperhatikan kondisi mental dan etika serta moral dan hubungan sebab akibat yang timbul dari setiap kegiatan ekonomi (Payutto, 1994).

Hasil wawancara awal dengan UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi mengungkap fenomena bahwa nilai-nilai agama Buddha mendasari praktik kewirausahaan melalui dimensi-dimensi yang melekat pada orientasi kewirausahaan baik dalam tahapan usaha mulai dari evaluasi pembentukan

usaha, perumusan strategis dan operasional usaha. Nilai-nilai agama Buddha juga berperan dalam mendasari pilihan dan keputusan individu sebagai pelaku usaha dalam keputusan keuangan dimana nilai-nilai agama tersebut merupakan sumber legitimasi kognitif. Perspektif Buddhis mengenai realisasi kebahagiaan sejati serta jalan tengah akan keselarasan dan keseimbangan juga mewarnai persepsi UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi akan kinerja wirausaha dalam konteks manfaat pada basis personal. Fenomena tersebut memunculkan pertanyaan penting yang mendasari penelitian ini mengenai peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Subyek penelitian adalah UKW Buddhis yang mampu mencapai kesuksesan usaha dan keberlangsungan usaha di antara banyaknya UKW Buddhis yang gagal mempertahankan usahanya.

Fenomena penelitian ini mengungkap bahwa elemen budaya yaitu orientasi keagamaan dan nilai-nilainya memberikan konstruksi yang berperan mendasari aktivitas dan perilaku kewirausahaan pada UKW Buddhis khususnya dalam dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun persepsi kinerja dalam konteks manfaat personal. Konstruksi keagamaan dan nilai-nilai Buddhisme melekat dan mewarnai praktik serta keputusan kewirausahaan yang melatabelakangi kesuksesan UKW Buddhis di Kota Bekasi. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia adalah rendahnya produktivitas yang menghambat bagi UMKM untuk tumbuh berkembang dan meningkatkan skala ekonomi sehingga menyebabkan adanya suatu fenomena *missing middle* bahwa Indonesia memiliki keterbatasan pada jumlah usaha kecil dan menengah yang diperlukan untuk kegiatan industrialisasi dan ekspor. Peningkatan skala usaha dari usaha mikro ke usaha kecil diperlukan untuk

memperkuat produksi dalam negeri yang dapat mendorong pertumbuhan perekonomian secara nasional. Pelaku usaha kecil memiliki peranan yang strategis dalam menopang dan sebagai katalisator perekonomian.

Permasalahan serupa dalam UK juga disampaikan oleh Kuncoro (2000) bahwa UK memiliki tantangan terkait dengan kapasitas SDM dalam meningkatkan pangsa pasar maupun menangkap pasar yang ada, kelemahan kewirausahaan yang muncul karena keterbatasan dalam kemampuan manajerial sumber daya manusia maupun perorganisasian usaha. Studi-studi lainnya menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha kecil yang mengalami kerugian dan menutup usahanya serta memiliki kecenderungan atas kegagalan usaha yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha besar (Bloch dan Bhattacharya, 2016; Lo *et al.*, 2016).

Tantangan atau permasalahan yang dihadapi oleh UKW Buddhis di Kota Bekasi tidak berbeda dengan tantangan atau permasalahan yang dihadapi oleh UK secara nasional. Salah satu tantangan yang dimiliki oleh UKW Buddhis di Kota Bekasi adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah yang direfleksikan pada kapasitas kewirausahaan yang kurang memadai dan rendahnya kompetensi kewirausahaan dalam hal penguasaan di bidang manajemen, organisasi, pemasaran maupun teknologi. Permasalahan yang dimiliki oleh UKW Buddhis di Kota Bekasi selaras dengan temuan studi oleh Scarborough dan Zimmerer (2008). Kinerja UK yang rendah tersebut menggambarkan bahwa salah satu akar masalah adalah berasal dari personal dari wirausaha tersebut yang terwujud dalam bentuk karakter wirausaha dan peran manajerial pengelolaan usaha. Bentuk tindakan dari kewirausahaan adalah entri baru yang dapat diciptakan melalui peluang baru, pasar yang baru

dengan produk atau jasa yang baru atau pasar yang mapan dengan produk atau jasa yang mapan (Burgelman,1983). Pelaku usaha diharapkan memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi untuk mampu menerapkan fungsi- fungsi manajemen dengan baik (Lee dan Peterson, 2000).

Salah satu alasan yang menyebabkan banyaknya usaha kecil yang tutup adalah permasalahan dalam orientasi kewirausahaan (Gnizy *et al.*, 2014). Orientasi kewirausahaan menggambarkan suatu keadaan dalam organisasi yang diwujudkan dalam proses dan perilaku kewirausahaan (Ireland, 2009) dimana keberhasilan suatu strategi organisasi dapat terhubung secara selaras dengan efektivitas dari orientasi kewirausahaan (Covin dan Slevin, 1991; Lumpkin dan Dess, 1996). Orientasi kewirausahaan merupakan suatu pola perilaku wirausaha berkelanjutan yang diwujudkan dalam dimensi strategis perusahaan (Covin dan Slevin, 1991). Studi Covin dan Slevin (1989) menguraikan bahwa terdapat tiga dimensi yang menggambarkan orientasi kewirausahaan yaitu inovasi, pengambilan risiko dan proaktif. Selanjutnya, Lumpkin dan Dess (1996) menggambarkan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai suatu proses dan kegiatan kewirausahaan yang membentuk suatu entri baru yang di dalamnya terdapat lima dimesi yaitu inovasi, pengambilan risiko, proaktif, agresivitas kompetitif dan otonomi.

Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan kinerja UK khususnya pada lingkungan usaha yang kompetitif (Covin dan Slevin, 1989) dan orientasi kewirausahaan dapat mendorong dan meningkatkan kinerja perusahaan (Wiklund, 1999). Orientasi kewirausahaan tidak lepas dari adanya peranan budaya yang membentuk lingkungan internal dari pelaku usaha tersebut yang pada akhirnya akan mendorong kinerja bisnis tersebut. Studi oleh Lee dan

Peterson (2000) menggambarkan peran budaya dalam mendorong orientasi kewirausahaan dimana suatu negara yang memiliki kecenderungan budaya yang kuat akan mendorong munculnya kewirausahaan. Salah satu elemen budaya dari dimensi budaya horizontal adalah *religious institutions* yang terwujud dalam sistem pandangan spiritual dalam bentuk kepercayaan, nilai-nilai dan norma-norma (Gursoy *et al.*, 2017).

Dalam studi yang dilakukan oleh Valliere (2008), nilai agama Buddha yaitu *Right Livelihood* memiliki andil dalam memberikan pertimbangan dan penilaian pada peluang usaha dan pembentukan prospek usaha baru. Studi tersebut menunjukkan bahwa penerapan nilai agama Buddha memiliki peranan dalam konteks sosial budaya pada salah satu praktik kewirausahaan.

Usaha kecil yang memiliki orientasi kewirausahaan memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan usaha yang memiliki tingkat orientasi kewirausahaan yang rendah. Orientasi kewirausahaan tercermin dalam sikap dan perilaku yaitu inovatif, proaktif dalam mengantisipasi dan menghadapi tantangan dan kebutuhan di masa mendatang, dan keberanian mengambil risiko (Miller dan Friesen, 1982; Wiklund, 1999; Zahra dan Garvis, 2000; Lumpkin dan Dess 2001, Wiklund dan Shepherd, 2005). Perbandingan kinerja tersebut menunjukkan peran penting orientasi kewirausahaan dalam mendorong kinerja usaha kecil. Kontribusi orientasi kewirausahaan yang mendorong kinerja wirausaha terletak dalam transformasi organisasi dan pembaruan organisasi secara strategis melalui upaya-upaya peningkatan kompetensi sumber daya organisasi (Dess *et al.*, 1999; Zahra *et al.*, 1999). Peran orientasi kewirausahaan adalah memberikan kapabilitas bagi perusahaan yang terdiri dari sumber daya dan kapasitas untuk meraih keunggulan kompetitif guna mencapai kinerja usaha

yang lebih baik (Lorenzo *et al.*, 2018; Castellaneta, 2016). Orientasi kewirausahaan tidak terlepas dari atribut personal dari pelaku usaha yang didasari oleh budaya yang melekat pada pelaku usaha tersebut.

Studi yang dilakukan oleh Onkelinx *et al.*, (2016) menyatakan bahwa kinerja bisnis usaha kecil didorong oleh adanya orientasi kewirausahaan yang dipengaruhi oleh budaya dan lingkungan. Hal yang menunjukkan bahwa kewirausahaan dipengaruhi oleh budaya pertama kali ditekankan oleh Max Weber atas pengaruh budaya pada kewirausahaan (Weber, 1904; 1970) mengamati bahwa Protestanisme mendorong budaya individualisme, motivasi prestasi, legitimasi atas kewirausahaan, rasionalitas, asketisme dan kemandirian yang merupakan bentuk dari modern kapitalisme. Berawal dari studi yang dilakukan oleh Weber muncul studi-studi yang dilakukan oleh Parsons dan Smelser (1957); Gerschenkron (1962); Lipset (1967) yang fokus kepada peran dari aspek budaya terhadap kemunculan dan pengembangan industrialisasi di berbagai negara. Hofstede (1991) mendefinisikan suatu budaya sebagai suatu fenomena kolektif yang dibentuk oleh faktor sosial, individu dan lingkungan dan nilai yang ada dalam budaya tersebut sebagai suatu fitur yang memberikan kekhasan dalam budaya tersebut.

Studi yang dilakukan oleh Gray (1998) juga memberi gambaran bahwa minimnya penelitian yang menggali faktor perilaku individu dengan kesuksesan usaha dan masih terpusatnya studi pada manajemen usaha menjadi salah satu penyebab kegagalan perusahaan kecil di Eropa. Dalam studi yang dilakukan oleh Ferreira *et al.*, (2015) yang mengamati perkembangan penelitian dalam bidang kewirausahaan selama kurun waktu 30 tahun terakhir dengan menggunakan studi longitudinal pada tema penelitian kewirausahaan selama

tiga periode yaitu 1991-2000, 2001-2005 dan 2006-2010 menunjukkan bahwa tema penelitian yang kerap kali digunakan dalam penelitian di bidang kewirausahaan yaitu proses kewirausahaan, faktor penentu lingkungan dan eksternal kewirausahaan, penciptaan nilai dan kinerja wirausaha dan metode serta teori dalam penelitian kewirausahaan. Peningkatan jumlah penelitian juga terdapat pada area-area penelitian yang terkait dengan karakteristik psikologis, kognitif dan individu dari pelaku usaha yang menggali proses individu dalam mendeteksi dan memanfaatkan peluang kewirausahaan (Ferrreira *et al.*, 2015). Terdapat beberapa area yang relatif masih terbuka untuk dieksplorasi lebih lanjut seperti topik budaya dalam kewirausahaan, kepemimpinan, topik terkait usaha kecil dan menengah yang bergerak dari bisnis keluarga dan peluang wirausaha (Ferrreira *et al.*, 2015). Kesenjangan akan terbatasnya penelitian yang menggali peranan budaya dalam kewirausahaan menjadi salah satu dasar dilakukannya penelitian ini yang ditunjukkan untuk memahami dan mengungkap manifestasi nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari implementasi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dalam basis nilai personal.

Salah satu faktor budaya yang dapat mendorong suatu kewirausahaan adalah aspek agama dimana kewirausahaan dapat berkembang melalui usaha yang muncul berdasarkan nilai-nilai pribadi maupun internal seperti agama dan spiritualitas (Morris dan Schindehutter, 2005; Kinjerski dan Skrypnek, 2004). Agama dan nilai-nilainya adalah salah satu elemen budaya yang memiliki proksi penting dalam menggambarkan peran nilai, norma dan keyakinan agama dalam karakteristik maupun aktivitas usaha (Volonté, 2015). Studi-studi yang berkembang saat ini banyak berfokus kepada eksplorasi terkait pendorong

institusional dan budaya pada kewirausahaan namun masih terbatas menggali peranan agama sebagai suatu ekspresi budaya dan sumber dari kemunculan suatu kelembagaan kewirausahaan (Hayton *et al.*, 2002). Salah satu alasan keterbatasan penelitian yang menggali aspek agama dalam kewirausahaan adalah faktor sekularisasi dan pluralisme (Davie, 2013) namun pemahaman *post-secular* dapat memberikan arahan terkait peran agama dalam memberikan informasi dan membingkai suatu budaya dan perilaku manusia.

Proses kewirausahaan baik mulai dari penciptaan peluang, pembentukan usaha, operasionalisasi dan pengembangan usaha diyakini banyak didasari oleh nilai-nilai pribadi maupun kepercayaan (Candland, 2000; Fernando, 2007; Dana, 2010) yang memberikan pandangan terkait besarnya peran nilai-nilai pribadi dan kepercayaan dalam aktivitas bisnis ataupun proses kewirausahaan. Beberapa studi menunjukkan bahwa wirausaha yang menggunakan dan menerapkan nilai-nilai agama dalam aktivitas bisnisnya memandang bahwa bisnis atau usaha yang mereka jalankan adalah sebagai panggilan hidup serta memaknainya sebagai tujuan hidup (Silk, 2007) dan usaha yang dijalankan sebagai suatu pekerjaan yang memberikan makna dan tujuan hidup serta kerap kali terintegrasi dengan tanggung jawab dan kepedulian sosial (King-Kauanui *et al.*, 2005). Nilai-nilai agama tersebut menjadi sebuah prinsip yang digunakan untuk menjalankan bisnis dan mempengaruhi praktik-praktik hubungan bisnis dengan *stakeholder* (Ibrahim *et al.*, 1991). Penelitian tentang agama dan spiritualitas dalam konteks kewirausahaan dimulai sejak pertengahan akhir 1980 dengan fokus studi pada area makro perusahaan seperti pengaruh agama dan spiritualitas pada kinerja perusahaan, kreasi dan penciptaan peluang. Pengembangan studi di area tersebut meluas pada pertengahan tahun

2000an dengan fokus pada pengembangan di tingkat mikro seperti motivasi intrinsik penciptaan usaha, kesejahteraan pengusaha dan karyawan. Adanya pergeseran fokus studi dari tingkat makro ke mikro menggambarkan potensi perubahan fokus area studi kewirausahaan ke arah pertumbuhan dan pengembangan internal diri wirausaha (Neal, 2005).

Penelitian terkait peranan agama dalam kewirausahaan sarat akan berbagai keterbatasan, seperti keterbatasan prosedur dan metodologi sehingga merupakan hal yang sulit untuk menjelaskan hubungan linear antara agama dan kewirausahaan atau bisnis (Drakopoulou-Dodd dan Seaman, 1998), selain juga dalam memberikan gambaran bagaimana menyeimbangkan nilai dan tujuan agama dalam perspektif kompetisi dan kesuksesan seorang wirausaha (Valliere, 2008). Salah satu penyebabnya adalah karakteristik alamiah dari nilai-nilai agama dan spiritualitas yang kompleks dan kontekstual khususnya pada lingkungan kontekstual yang memandu suatu perilaku yaitu perilaku ekonomi dan kewirausahaan (Scott, 1995). Konsep agama dan spiritualitas sangat erat kaitannya dengan konsep-konsep lainnya dan refleksi penerapan praktiknya sangat dipengaruhi oleh aspek kognitif, normatif dan regulatif. Dengan melakukan eksplorasi yang lebih dalam melalui penerapan pendekatan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dan atau observasi konteks berbagai wilayah geografis, budaya, dan agama akan memungkinkan untuk menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Balog *et al.*, (2014) yang melakukan studi literatur terhadap tiga puluh penelitian empiris di area agama, spiritualitas dan kewirausahaan menunjukkan bahwa terdapat koneksi yang kaya antara nilai-nilai agama dan spiritualitas dalam kehidupan dan keberhasilan usaha.

Meskipun, terdapat beberapa celah penelitian yang dapat dikembangkan yaitu antara lain dari studi yang dilakukan oleh Balog *et al.*, (2014) terlihat bahwa aspek agama yang belum menyentuh secara mendalam dan spesifik terkait dengan orientasi wirausaha dalam kaitannya dalam peranan nilai religi, spiritual yang mendasari *entrepreneurial venture* seperti akuisisi sumber daya, struktur keuangan, strategi pertumbuhan dan pemilihan partner usaha. Area pengukuran kinerja juga dapat dijadikan topik pengembangan penelitian yang tidak terfokus pada pengukuran keuangan secara tradisional namun pengukuran kepada manfaat berdasarkan pencapaian personal atau subyektif seperti ketercapaian dalam memberi kembali kepada komunitas, pengembangan sumber daya manusia, penciptaan lapangan kerja, maupun pencapaian tujuan spiritual (Balog *et al.*, 2014; Cornwall dan Naughton, 2003; Joyner *et al.*, 2002; Bakke, 2005).

Dalam perkembangan studi kewirausahaan masih terdapat keterbatasan dan kurangnya perkembangan akan studi yang mengeksplorasi makna kinerja wirausaha dalam konteks kesuksesan kewirausahaan dalam basis nilai personal atau subyektif (Gorgievski dan Stephan 2016; Baron dan Henry, 2011; Fisher *et al.*, 2014; Gorgievski *et al.*, 2011). Kesenjangan akan minimnya perkembangan studi yang mengungkap dan menggali kinerja wirausaha dalam persepsi personal pelaku usaha menjadi salah satu dasar dari adanya penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha dalam konteks kesuksesan wirausaha pada lingkup persepsi personal subyektif sebagai bentuk pemahaman dan penilaian individu pelaku usaha atas pencapaian kinerja usaha. Penelitian ini ditujukan untuk memahami dan mengungkap konstruk multi-faktorial atas kinerja UKW

Buddhis dalam konteks keberhasilan usaha secara personal atau dalam persepsi subyektif wirausaha. Eksplorasi interpretasi makna kinerja wirausaha dalam konteks kesuksesan usaha secara personal melalui pendekatan kualitatif diharapkan dapat memberikan representasi yang lebih holistik dan integratif akan makna keberhasilan kinerja wirausaha dari perspektif UKW Buddhis. Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkap konseptualisasi kinerja wirausaha secara komprehensif berdasarkan pada pemahaman dan pemikiran akan makna kesuksesan kinerja dari UKW Buddhis.

Studi yang dilakukan oleh Gitman dan Zutter (2010) juga mengungkapkan pentingnya pengambilan keputusan dalam keuangan secara optimal dalam mendukung keberlangsungan usaha baik pada perusahaan besar ataupun kecil yang berorientasi laba ataupun *non-profit*. Keputusan keuangan seorang individu kerap kali dimotivasi dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti psikologi serta terdapat asumsi bahwa ada bias yang inheren dalam pilihan dan keputusan individu (Kahneman dan Tversky, 1979). Perilaku keuangan merupakan suatu studi yang menggambarkan bahwa perilaku dalam keputusan keuangan dipengaruhi oleh aspek keuangan, psikologi dan sosiologi (Ricciardi dan Simon, 2000). Salah satu fenomena dalam perilaku keuangan yang mempengaruhi keputusan keuangan individu adalah fenomena psikologi (Shefrin, 2000). Salah satu fenomena psikologi yang mendasari perilaku keuangan adalah psikologi budaya pada dimensi kognitif budaya dalam mendasari cara berperilaku seorang individu salah satunya pada keputusan keuangan (Levinson dan Peng, 2007). Budaya memegang peranan yang penting bagi pengambil keputusan keuangan dimana persepsi yang diambil dalam suatu keputusan keuangan

banyak diwarnai oleh nilai, keyakinan serta preferensi individu (Baxamusa dan Jalal, 2014). Agama dan nilai-nilainya sebagai suatu budaya memiliki peranan penting sebagai sumber yang bersifat “supranatural” untuk menambah sumber daya keuangan dan akuisisi aset utama perusahaan (Namatovu *et al.*, 2018).

Peranan agama sebagai salah satu elemen budaya horizontal pada keputusan keuangan selaras dengan fenomena penelitian ini yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan keuangan sangat penting bagi UKW Buddhis dalam menentukan kesuksesan bisnis. Fenomena tersebut menggambarkan bahwa aspek agamis merupakan aspek penting karena nilai-nilai agama yang melekat pada individu pelaku usaha tersebut berperan serta dalam mendasari pengambilan keputusan keuangan pada UKW Buddhis. Penelitian ini selain ditujukan untuk memahami dan mengungkap peranan agama Buddha dan nilainya dalam mendasari orientasi kewirausahaan juga ditujukan untuk menggali bagaimana agama dan nilainya mendasari keputusan keuangan dengan mengeksplorasi peranan dimensi kognitif agama dan nilai- nilainya.

Argumen yang digunakan dalam membangun penelitian ini adalah keputusan keuangan diwarnai oleh peranan budaya yang dimiliki oleh pemilik usaha dimana budaya tersebut merupakan konstruksi dari perilaku, nilai-nilai yang diyakini serta preferensi pemilik. Dimensi orientasi kewirausahaan memiliki peranan besar dalam mendorong pencapaian kinerja perusahaan dalam bentuk memberikan dorongan untuk berkompetisi secara kompetitif dan memiliki sikap agresif dalam menghadapi tantangan dan persaingan serta membuat keputusan dan pilihan secara otonomi atas akuisisi sumber daya perusahaan (Mason *et al.*, 2015). Studi oleh Mason *et al.*, (2015) juga menggambarkan terdapat interaksi antara hutang dengan dimensi orientasi kewirausahaan yaitu dimensi risiko dan

agresivitas kompetitif dimana tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi akan meningkatkan kemampuan untuk secara aktif dalam merancang rencana strategis perusahaan dan mengidentifikasi kebutuhan sumber daya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan menangkap peluang baru (Hartsfield *et al.*, 2008).

Penelitian-penelitian yang telah ada memiliki tiga keterbatasan terkait kerangka berpikir, obyek yang diteliti dan konteks penelitian, dan pendekatan yang digunakan. **Pertama**, penelitian yang ada masih terpusat kepada peranan nilai-nilai yang dimiliki oleh pelaku usaha terhadap motivasi berwirausaha, pembentukan usaha, kinerja wirausaha, *physical health and psychological well-being* (Balog *et al.*, 2014) namun belum memberikan gambaran mengenai peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan dalam mencapai keberlangsungan usaha yang membutuhkan suatu penelitian berupa penelitian lapangan dan studi kasus (Wales, 2016; Harrigan, 1983). Pendekatan penelitian secara kualitatif yang menggali peranan agama dan nilai-nilainya diperlukan untuk memahami dan mengungkap manifestasi orientasi kewirausahaan dalam suatu usaha. Kerangka berpikir yang menggali sisi *firm resources culture* dalam hal ini aspek agama dan nilai-nilai dalam menjembatani orientasi wirausaha sehingga mampu berdampak pada *sustainability* usaha merupakan area yang masih terbuka untuk dieksplorasi. Orientasi kewirausahaan dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja dan dapat digunakan sebagai mekanisme untuk mengatasi kendala yang ditimbulkan oleh akses yang terbatas ke modal keuangan dan lingkungan dengan menjadi inovatif dan proaktif dari pengejaran inisiatif baru yang berisiko yang membedakan dengan pesaing (Wiklund dan Shepherd, 2005).

Luaran penelitian atas peranan agama dan nilai-nilainya yang memperkuat dasar penelitian ini yaitu agama berperan dalam aktivitas kewirausahaan dengan membantu wirausaha untuk menafsirkan dan merekonsiliasikan keterkaitan antara iman dan pekerjaan atau praktik bisnis melalui sensor, identitas, dan mekanisme batas sebagai solusi yang dapat memicu keinginan untuk mengidentifikasi dan mengejar peluang dalam tindakan kewirausahaan (Valliere, 2008; Griebel *et al.*, 2014; Smith *et al.*, 2014; Hill *et al.*, 2015). Nilai-nilai agama juga diyakini memiliki peranan dalam praktik bisnis yang dijalani oleh wirausaha sebagai mekanisme instrumental dalam konteks kewirausahaan yang terwujud dalam perilaku kewirausahaan dan identitas wirausaha dimana tingkat religiusitas memoderasi hubungan dan penempatan nilai-nilai dengan perilaku kewirausahaan (Baharun 2013; Namatovu *et al.*, 2018; Reid *et al.*, 2015; Gursoy *et al.*, 2017).

Keterbatasan **kedua** yaitu studi terkait peranan agama dan nilai-nilainya pada kewirausahaan pada konteks Buddhis masih sangat terbatas, Balog *et al.*, (2014) menyatakan bahwa hanya satu studi yang dilakukan oleh Valliere (2008) yang mengambil konteks penelitian pada area studi di *Buddhist entrepreneurs* yang menggali peranan sosial kultural yaitu agama Buddha dalam proses kewirausahaan. Studi oleh Valliere (2008) masih memiliki keterbatasan pada cakupan penelitian khususnya dalam mengungkap peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan maupun pada keputusan keuangan dalam *entrepreneurial venture* sehingga arah penelitian ke depannya dapat dikembangkan dalam fokus penelitian yang menggali peranan sosial agama. Studi yang menggali peranan agama dan nilai-nilainya dalam kewirausahaan khususnya pada *setting* penelitian di Indonesia masih didominasi

pada konteks kewirausahaan dari perspektif nilai Islam dan Syariah. Adanya keterbatasan dalam penelitian dalam area kewirausahaan dalam perspektif agama Buddha dan nilai-nilainya dalam *setting penelitian* kewirausahaan di Indonesia menjadi salah satu dasar dari penelitian ini untuk memahami dan mengungkap peranan agama dan nilai-nilai dalam kewirausahaan dari perspektif Buddhisme.

Keterbatasan **Ketiga** yaitu penelitian yang menggali peranan agama dalam konteks keputusan keuangan masih banyak menggunakan paradigma penelitian fungsional dan menggunakan pendekatan secara kuantitatif seperti penelitian yang dilakukan oleh Jiang *et al.*, (2015) yang menemukan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi akan meningkatkan tingkat hutang dan kepemilikan yang lebih rendah terhadap asset tetap dan asset tidak berwujud serta tingkat risiko yang lebih rendah, dan perusahaan dimana pemiliknya adalah wirausaha yang menganut keyakinan agama pada konteks agama Barat. Ferguson *et al.*, (2014) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menemukan bahwa *Religious Orthodoxy* berhubungan negatif dengan *Entrepreneurial Risk Taking* dan kepercayaan agama merupakan faktor yang menonjol dalam menentukan preferensi risiko.

Baxamusa dan Jalal (2015) melakukan studi perbandingan struktur modal perusahaan antara perusahaan yang berlokasi pada area dengan mayoritas agama Katolik dengan mayoritas agama Protestan ditemukan bahwa perusahaan yang berlokasi di perusahaan dengan mayoritas agama Katolik memiliki komposisi struktur modal dengan lebih banyak hutang dan lebih sedikit ekuitas. Bizri (2018) memperkuat temuan melalui pendekatan kuantitatif terkait peranan agama terhadap keputusan keuangan yang menemukan bahwa sikap

pribadi pemilik atau manajer mempengaruhi keputusan pembiayaan yang khususnya terkait dengan kepercayaan agama yang juga dipengaruhi oleh tekanan keluarga maupun sosial. Vaznyte dan Andries (2019) menggambarkan bahwa orientasi kewirausahaan dipengaruhi oleh karakteristik lingkungan dan organisasi yang mempengaruhi bentuk dan jenis pembiayaan dari wirausaha.

Kesenjangan paradigma dan pendekatan tersebut memberikan suatu alasan bagi penelitian ini untuk menggali bagaimana orientasi kewirausahaan pada dimensi *risk-taking* dan keputusan keuangan wirausaha dari perspektif manusia yang menjadikan relevansi bagi penelitian perilaku keuangan untuk menggunakan pendekatan multi paradigma, khususnya paradigma interpretif (Ricciardi dan Simon, 2000). Paradigma ini dapat digunakan untuk memahami dan mengungkap makna esensi perilaku *risk-taking* dalam dimensi orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan wirausaha melalui desain penelitian fenomenologi. Pada umumnya penelitian perilaku keuangan menggunakan paradigma fungsional (kuantitatif), sehingga desain penelitian tersebut memiliki keterbatasan dalam memahami dan memaknai secara mendalam subjek penelitian. Paradigma interpretif dapat memberikan kontribusi dalam penelitian ini untuk memberikan suatu relevansi pada ilmu manajemen khususnya manajemen stratejik dalam memahami dan mengungkap manifestasi nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari implementasi orientasi kewirausahaan serta manajemen keuangan dalam kaitannya pada manifestasi dalam pengambilan keputusan keuangan.

Pendekatan perilaku keuangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini ditunjukkan untuk dapat mengungkap pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana pilihan struktur modal terbentuk dari bias

kognitif yang muncul dari nilai-nilai religi yang diyakini oleh pemilik usaha. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan paradigma interpretif melalui pendekatan penelitian kualitatif untuk mengungkap esensi dari pengalaman subjektif perilaku UKW Buddhis di Kota Bekasi dalam pengambilan keputusan keuangan sehingga mendapatkan kesuksesan berdasarkan nilai-nilai agamis yang melatarbelakanginya. Konsep agama sangat erat kaitannya dengan konsep-konsep lainnya dan refleksi penerapan praktiknya sangat didasari oleh aspek kognitif, normatif dan regulatif. Dengan melakukan eksplorasi yang lebih dalam melalui penerapan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dan atau observasi konteks berbagai wilayah geografis, budaya, dan agama akan memungkinkan untuk menghasilkan analisis yang lebih komprehensif. Eksplorasi yang lebih dalam dari dimensi kognitif agama dapat memberikan pendekatan yang lebih intuitif dan efektif untuk menganalisis perilaku *risk-taking* dari orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan wirausaha.

Kesenjangan lainnya yang mendasari penelitian ini adalah terkait dengan keterbatasan penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian yang menggali topik orientasi kewirausahaan. Pengembangan penelitian yang menggali aspek orientasi kewirausahaan melalui pendekatan kualitatif (Wales, 2016; Lumpkin dan Dess, 1996) dalam bentuk studi kasus dan penelitian lapangan yang intensif diperlukan untuk memahami dan mengungkap bagaimana konteks sosial budaya yang dikaitkan dengan orientasi kewirausahaan dimanifestasikan ke dalam organisasi sehingga memberikan kontribusi pada pembangunan teori untuk menghasilkan kongruensi yang erat antara teori dan praktik manajerial.

Adanya fenomena dari UKW Buddhis di Kota Bekasi menggambarkan bahwa orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan merupakan hal yang penting

dalam menentukan kesuksesan dan keberlangsungan usaha serta memiliki peranan yang penting untuk menggapai kesuksesan. UKW Buddhis di Kota Bekasi menekankan bahwa usaha yang dijalankan tidak hanya diarahkan kepada pencapaian kesejahteraan bagi diri sendiri namun juga dapat berkontribusi pada pengembangan kesejahteraan masyarakat atau komunitas lainnya. Dalam perilaku usaha UKW Buddhis di Kota Bekasi melekat nilai-nilai agama Buddha yang mendasari kesuksesan dan keberlangsungan usaha yang dijalankannya.

Pemilihan *setting* penelitian di Kota Bekasi didasari oleh beberapa pertimbangan yaitu adanya realitas UKW Buddhis di Kota Bekasi yang sukses dan mampu mempertahankan, mengembangkan usahanya serta memiliki daya saing (sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi) di Kota Bekasi. Kedua, Kota Bekasi juga merupakan kota yang heterogen yang terdiri dari berbagai suku bangsa, etnis dan agama namun mampu mewujudkan suatu situasi dan kondisi yang harmonis dan rukun melalui perwujudan kerukunan umat, rasa kebersamaan yang tinggi, persatuan dan kesatuan yang erat dari masyarakat Kota Bekasi. Situasi dan kondisi yang harmonis tersebut mampu memberikan kondisi usaha yang memadai bagi perkembangan UMKM di Kota Bekasi. Pemerintah Kota Bekasi melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah memiliki upaya strategis dalam membina UKM di Kota Bekasi serta memiliki peningkatan program kerja strategis khususnya dalam peningkatan skala usaha mikro ke skala usaha kecil selaras dengan fokus penelitian yaitu pada pelaku usaha kecil yang memegang peranan penting sebagai katalisator perekonomian.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dimana penelitian ini mengkaji pada aspek budaya yaitu peranan agama sebagai salah satu dari delapan elemen budaya horizontal pada konteks agama Buddha dan nilai-nilainya terkait konsepsi *Buddhist Economics* dalam mendasari perilaku orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja usaha. Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma interpretif oleh karenanya penelitian ini memiliki kekuatan metodologi untuk memahami dan mengungkap makna esensi agama Buddha dan nilai-nilainya terkait konsepsi *Buddhist Economics* dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja usaha UKW Buddhis pada basis nilai personal, melalui desain penelitian fenomenologi.

Kajian fenomenologi dalam penelitian ini digunakan untuk memahami motif dan arti atau makna tindakan UKW Buddhis yang terkait dengan kausalitasnya dimana makna tersebut merupakan komponen kausal dari tindakan yang dilakukan. Tindakan yang dilakukan oleh UKW Buddhis merupakan tindakan subyektif merujuk pada makna pelaku yang bersifat unik karenanya terkait dengan hubungan antar manusia. Paradigm interpretif (Creswell, 1998) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang tepat dan waktunya secara alamiah. Paradigma ini digunakan untuk memungkinkan dilakukan interpretasi secara kualitatif atas data penelitian yang telah diperoleh selain juga memberi peluang yang besar untuk dibuat interpretasi-interpretasi alternatif dalam memperoleh pemahaman yang lebih mendalam atas makna dan memberikan representasi yang mendalam atas realitas UKW Buddhis.

Penelitian ini memberikan kebaruan dalam mengungkap penerapan nilai mental dan sosial dalam internal wirausaha, pandangan atau perilaku keuangan pada tingkat individu dari manifestasi nilai religi serta menggambarkan

karakteristik sosial-budaya yaitu agama dan nilainya dalam mendasari dan berkontribusi pada berbagai dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dalam basis personal para pelaku usaha kecil khususnya pada konteks UKW Buddhis yang membentuk perilaku ekonomi dan ekologi usaha.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka fokus penelitian ini adalah manifestasi nilai-nilai agama Buddha sebagai suatu motivasi dalam mendasari implementasi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan perspektif kinerja wirausaha dari UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini maka permasalahan penelitian adalah “Bagaimana nilai-nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dalam konteks manfaat yang bersifat personal dalam konteks agama Buddha dan konsepsi *Buddhist Economics* pada UKW Buddhis?”

Untuk menjawab permasalahan penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian dijabarkan dalam bentuk tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana nilai-nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* mendasari orientasi kewirausahaan bagi UKW Buddhis?
2. Bagaimana nilai-nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* mendasari keputusan keuangan yang diambil oleh UKW Buddhis?

3. Bagaimana nilai-nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* mendasari kinerja wirausaha dalam basis persepsi nilai atau konteks manfaat yang bersifat personal yang dicapai oleh UKW Buddhis?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengungkap peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dalam konteks manfaat yang bersifat personal pada UKW Buddhis yang diharapkan dapat digunakan untuk membangun suatu model teoritik yang terintegrasi melalui proposisi-proposisi yang dibentuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Memahami dan mengungkap peran nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* dalam mendasari orientasi kewirausahaan bagi UKW Buddhis.
2. Memahami dan mengungkap peran nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* dalam mendasari keputusan keuangan yang diambil oleh UKW Buddhis.
3. Memahami dan mengungkap peran nilai agama Buddha terkait konsepsi *Buddhist Economics* dalam mendasari kinerja wirausaha dalam basis nilai atau konteks manfaat yang bersifat personal yang dicapai oleh UKW Buddhis

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap temuan baru yang dapat menjadi pengembangan dari ilmu manajemen stratejik dalam konteks *strategic entrepreneurship* untuk mengisi celah melalui aspek agamis dalam kewirausahaan. Penelitian ini dapat menjadi suatu masukan bagi perkembangan ilmu manajemen dalam mengungkap peranan agama dan nilai-nilainya sebagai salah satu elemen dari dimensi budaya horizontal dalam mendasari perilaku wirausaha pada pemanfaatan sumber daya secara strategis melalui dimensi orientasi kewirausahaan yang dimilikinya untuk mencapai keunggulan kompetitif serta daya saing usaha yang mengarah kepada penciptaan nilai usaha yang maksimum. Penelitian ini juga bermanfaat untuk mengisi celah melalui aspek agamis dalam perkembangan Ilmu manajemen keuangan dalam memahami dan mengungkap peranan sosial agama dalam keputusan keuangan wirausaha, pembentukan perilaku ekonomi dalam keputusan keuangan dan pengembangan ekologi usaha melalui bentuk struktur keputusan keuangan.
2. Secara teoritis, penelitian ini mendukung teori-teori yang digunakan untuk mengangkat keniscayaan peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari dan mendorong kewirausahaan yaitu teori yaitu *theory of*

economic development, teori sosiologi kewirausahaan, teori nilai, teori institusional dan teori identitas. Penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai penjelas atau penguat perspektif teoritis dari teori-teori manajemen tersebut yang memiliki relevansi dengan gambaran fenomena dalam penelitian

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan arahan bagi penelitian dalam bidang kewirausahaan maupun keuangan dan memberikan referensi bagi perkembangan penelitian ke depannya khususnya penelitian yang mengeksplorasi dan berkontribusi di bidang kewirausahaan dan keuangan, peranan agama dan nilai-nilainya baik pada tingkatan mikro maupun makro. Penelitian ini juga memberikan konsep konstruk atas kesuksesan kewirausahaan dalam basis persepsi subyektif UKW Buddhis yang mencerminkan kriteria kesuksesan usaha yang dipersepsikan oleh wirausaha, Konstruk kesuksesan kinerja wirausaha tersebut dapat memberikan representasi integratif dan holistik akan keberhasilan kewirausahaan pada konteks persepsi personal UKW Buddhis melalui eksplorasi interpretasi makna kinerja wirausaha dalam konteks kesuksesan usaha dengan pendekatan kualitatif.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu:

1. Memberikan masukan kepada Pemerintah Daerah dan pembuat kebijakan terkait bagaimana agama dan nilai-nilainya mendasari orientasi atau tindakan kewirausahaan, kinerja wirausaha dan

keputusan keuangan. Manfaat praktis penelitian ini ditunjukkan untuk menggambarkan bahwa Pemerintah dalam membina wirausaha harus memperhatikan hubungan dan menciptakan keeratan yang baik sehingga kombinasi tujuan ekonomi, sosial dan agama dapat secara seimbang tercapai.

2. Manfaat praktis lainnya adalah memberikan gambaran bahwa wirausaha sangat bergantung pada pelestarian nilai-nilai agama yang mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun pencapaian kinerja wirausaha. Dengan demikian, dalam membina kewirausahaan, Pemerintah setempat perlu memperhatikan kebijakan yang disusunnya dengan keharmonisan garis pokok nilai dan norma agama. Adanya koordinasi yang baik dengan wadah atau Forum Koordinasi Umat juga membantu Pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakannya dan menjadi jembatan dalam mengkomunikasikan nilai-nilai agama yang menjadi landasan bagi komunitas umat dalam berwirausaha. Dalam penelitian ini, pengungkapan konsepsi, realitas dan fenomena atas peran dan interaksi agama dan nilai-nilainya dalam kewirausahaan diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif atas fondasi terbangunnya orientasi kewirausahaan, pemilihan keputusan keuangan dan dalam mendorong kebermanfaatan kinerja wirausaha pada basis yang personal.
3. Manfaat praktis lainnya adalah memberikan dorongan kepada individu untuk melihat bahwa jalur wirausaha sebagai alternatif jalur pekerjaan yang potensial dan memberikan makna dan tujuan dalam merealisasikan nilai-nilai budaya yaitu agama dan nilai-nilainya yang diyakini oleh

individu selain dari sisi pencapaian obyektif finansial. Konstruksi kinerja wirausaha menurut perspektif personal UKW Buddhis juga dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha ketika melakukan kerjasama maupun kolaborasi antar lintas budaya. Manfaat praktis tersebut berupa suatu pemahaman kepada pelaku usaha akan adanya perbedaan dalam penentuan preferensi dalam ukuran kinerja wirausaha sehingga dapat membantu mengatasi kemungkinan terjadinya friksi dari adanya perbedaan budaya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka ini menguraikan mengenai teori dan kajian empiris tentang budaya serta elemen budaya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu agama dan nilai-nilai Buddha terkait *konsepsi Buddhist Economis*, orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Pengkajian yang dilakukan tersebut dijadikan acuan dalam membangun alur pikir penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Ranah ilmu manajemen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ilmu manajemen stratejik yang dalam bab ini akan diuraikan integrasi antara manajemen stratejik dan kewirausahaan. Ranah ilmu lainnya yang digunakan adalah ilmu manajemen keuangan yang berfokus pada sub disiplin ilmu keuangan perusahaan yang diuraikan dalam sub-bab struktur modal dan perilaku keuangan

2.1 Manajemen Stratejik dan Kewirausahaan

Konsep kewirausahaan menggambarkan suatu proses yang lebih besar dibandingkan dengan pandangan akan pembentukan entri baru (Stevenson dan Jarillo, 1990) dimana kewirausahaan tidak hanya berfokus kepada penciptaan bentuk namun proses tersebut dapat dialami juga pada suatu perusahaan yang mapan dimana fokus arahnya terletak pada inovasi serta pembaruan yang berkelanjutan (Sharma dan Chrisman, 1999). Kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan ranah ilmu manajemen stratejik dimana kewirausahaan memiliki fokus pada penciptaan sedangkan manajemen stratejik menekankan kepada bagaimana suatu organisasi meraih keunggulan kompetitif guna menghasilkan

penciptaan nilai (Meyer *et al.*, 2002; Ramachandran *et al.*, 2006). Persimpangan antara kewirausahaan dan manajemen stratejik terletak pada konteks perilaku kewirausahaan yaitu pemanfaatan peluang untuk meraih keunggulan kompetitif (Ireland *et al.*, 2001). Fundamental kewirausahaan dalam ranah ilmu manajemen stratejik adalah pemikiran bahwa proses maupun tindakan dalam tahapan kewirausahaan memerlukan pemikiran strategis mengenai penciptaan suatu nilai perusahaan melalui atribut akuisisi dan pemanfaatan sumber daya, penentuan posisi perusahaan dalam industri dan pengembangan organisasi yang mengarah kepada keunggulan kompetitif (Klein *et al.*, 2012; Klein, 2002).

Integrasi antara kewirausahaan dan manajemen stratejik terdapat pada penekanan pada bagaimana suatu organisasi beradaptasi dengan perubahan yang ada dan menggunakan peluang yang tersedia dalam mengatasi ketidakpastian yang timbul dari adanya perubahan yang menimbulkan suatu ancaman dan peluang baru (Meyer dan Heppard, 2000; McGrath dan MacMillan, 2000; Brown dan Eisenhardt, 1998; Shane dan Venkataraman, 2000). Penekanan persimpangan antara manajemen stratejik dan kewirausahaan terletak pada esensi identifikasi dan pemanfaatan peluang sebagai bagian integral kewirausahaan dan transformasi peluang ke dalam pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan (Kraus dan Kauranen, 2009; Zahra dan Dess, 2001; Venkataraman dan Sarasvathy, 2001; Kuratko *et al.*, 2005). Dimensi inovasi menjadi suatu penghubung antara kewirausahaan dengan manajemen stratejik (Ireland *et al.*, 2001; Davidsson *et al.*, 2002). Peluang sendiri merupakan dimensi dari manajemen stratejik dalam bentuk analisis Strength Weakness Opportunity Threats (SWOT) yaitu analisis peluang yang ada pada lingkungan eksternal.

Kewirausahaan dan manajemen stratejik menggambarkan suatu hubungan yang saling melengkapi (McGrath dan MacMillan, 2000; Meyer dan Heppard, 2000) yang ditunjukkan untuk mencapai sasaran maksimalisasi nilai suatu organisasi (Ireland et al., 2001). Tindakan kewirausahaan memerlukan perspektif strategis sehingga mampu mengeksplorasi peluang yang tepat dan menggunakan sumber daya yang tepat dalam memfasilitasi pemanfaatan peluang sehingga mampu meraih keunggulan kompetitif (Hitt et al., 2002). Integrasi antara kewirausahaan dan manajemen stratejik diwujudkan dalam bentuk *strategic entrepreneurship* yang tercermin pada tindakan untuk mengidentifikasi peluang dalam perspektif kewirausahaan dan perspektif manajemen stratejik dalam bentuk desain dan implementasi strategi tindakan kewirausahaan untuk penciptaan nilai bagi perusahaan (Hitt et al., 2001a).

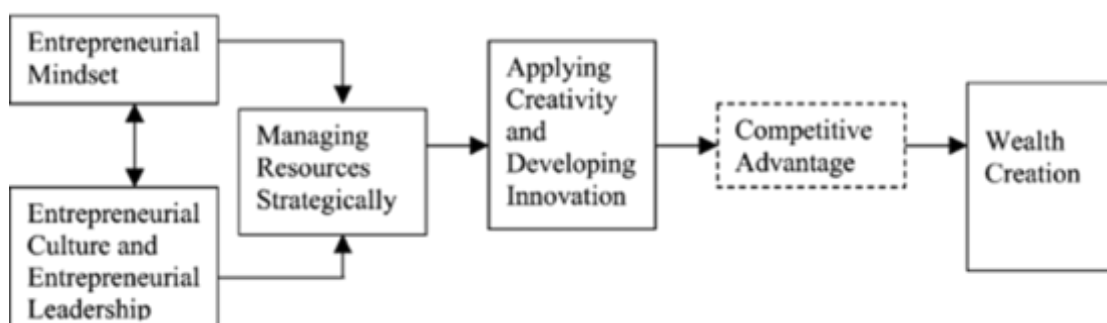
Pendekatan manajemen stratejik dalam kewirausahaan diarahkan pada pengembangan pemikiran akan perencanaan untuk melengkapi dan meningkatkan perilaku kewirausahaan dalam dimensi pemanfaatan peluang untuk inovasi (Kraus dan Kauranen, 2009; Gartner et al., 2008). *Strategic entrepreneurship* menggambarkan suatu perilaku dalam mencari dan memanfaatkan peluang baik dalam perusahaan baru maupun mapan yang mengintegrasikan kewirausahaan dan strategis dalam bentuk inovasi kooperatif untuk meraih keunggulan kompetitif yang dapat menciptakan nilai dan kekayaan bagi perusahaan (Monsen dan Boss, 2009). Dogan (2015) mengemukakan bahwa perspektif manajemen strategis dari kegiatan kewirausahaan dapat mendorong perusahaan dalam peningkatan kinerja dan pengembangan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan melalui pencapaian tingkat laba maupun pangsa pasar. *Strategic entrepreneurship* merupakan pendekatan stratejik kewirausahaan yang

mengkarakterisasi filosofi manajemen yang bergeser dari pendekatan tradisional manajemen dimana fokusnya terdapat pada fleksibilitas, kreatifitas, inovasi yang berkelanjutan dan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar (Kraus dan Kauranen, 2009)

Penelitian-penelitian banyak dilakukan untuk menggali hubungan antara manajemen stratejik dengan kinerja usaha dalam konteks usaha kecil dan menengah (Schwenk dan Shrader, 1993; Kraus et al., 2006). Manajemen stratejik melengkapi kewirausahaan dengan memberikan arahan strategis dalam menjawab kelemahan yang umumnya dihadapi oleh UKM yaitu pemanfaatan peluang dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Ireland et al., 2003). Keterkaitan antara manajemen stratejik dan kewirausahaan menunjukkan bahwa manajemen stratejik dan kewirausahaan bukan merupakan suatu disiplin ilmu yang berdiri sendiri namun kedua disiplin ilmu tersebut saling mendukung dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan (Ireland et al., 2003). Hal ini terlihat dari gambaran dari model strategic entrepreneurship (Ireland et al., 2003) dibawah ini yaitu

Gambar 2.1

Model Strategic Entrepreneurship



Sumber: R. Duane Ireland, Michael A. Hitt dan David G. Sirmon (2003)

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan ilmu manajemen stratejik khususnya pada konteks Strategic Entrepreneurship bahwa dimensi orientasi kewirausahaan khususnya pada dimensi inovasi melekat nilai-nilai budaya yaitu karakteristik nilai-nilai agama yang mendasari berbagai dimensi orientasi kewirausahaan pada para pelaku UK. Dari gambaran akan model Strategic Entrepreneurship (Ireland et al., 2003) terlihat bahwa entrepreneurial mindset memiliki interaksi dengan entrepreneurial culture dimana salah satu elemen budaya yang berperan dalam kewirausahaan adalah agama dan nilai-nilainya yang memberikan suatu perspektif strategis dalam pengelolaan sumber daya sehingga mampu mengembangkan kreatifitas dan inovasi melalui identifikasi dan eksploitasi peluang untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berujung kepada penciptaan nilai. Interaksi dalam kewirausahaan memiliki suatu kompleksitas yang besar yang salah satunya didasari oleh peranan budaya dalam kewirausahaan, khususnya pada dimensi orientasi kewirausahaan. Dimensi tersebut adalah penciptaan dan pengembangan inovasi melalui pemanfaatan sumber daya secara strategis yang memerlukan kemampuan wirausaha dalam menerapkan fungsi manajemen dan pengambilan keputusan secara strategis sehingga mampu mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam pencapaian nilai suatu perusahaan.

Konteks agama dalam kewirausahaan menurut Drakopoulou-Dodd dan Seaman (1998) memiliki tiga perspektif yaitu antara lain sebagai sintesa yang memoderasi lingkungan kewirausahaan, bentuk perwujudan kepercayaan yang direfleksikan dalam perilaku kewirausahaan dan simbol dari bentuk kewirausahaan. Ketiga perspektif tersebut menunjukkan bagaimana budaya dalam konteks agama dan nilai-nilainya memiliki peranan yang besar dalam

pengembangan ilmu manajemen dalam konteks manajemen stratejik di area kewirausahaan.

2.2 Manajemen Keuangan dan Pengambilan Keputusan Keuangan

Manajemen keuangan dalam aktivitas kewirausahaan terdiri atas beragam jenis keputusan strategis dimana salah satunya adalah keputusan keuangan mengenai perolehan pendanaan untuk kewirausahaan. Keputusan keuangan memiliki peranan yang esensial dalam kesuksesan suatu usaha dalam kaitannya untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Gitman dan Zutter, 2010; William dan Scott, 2008). Pengambilan keputusan keuangan kerap kali didasari oleh perilaku irasional yang berperan dalam melatarbelakangi perilaku dalam keputusan keuangan (Shefrin, 2000) yang berada pada ruang lingkup manajemen perilaku keuangan .

2.2.1 Manajemen Keuangan dan Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan sub bagian dari ranah ilmu Behavioural Economics yang mengintegrasikan teori keuangan dengan aspek psikologi dan sosiologi (Glaser et al., 2004). Menurut Ricciardi dan Simon (2000), model Perilaku keuangan merupakan model keuangan yang dipengaruhi oleh aspek keuangan, psikologi maupun sosiologi dan terdiri atas tiga fondasi yang membentuk model tersebut (De Bondt et al., 2008) yaitu sentimen, preferensi perilaku dan batasan atas arbitrase. Adanya bias dari suatu keputusan rasional dalam kondisi ketidakpastian dan tingkat risiko yang tinggi menimbulkan suatu tindakan irasional yang membentuk suatu perilaku dalam keputusan keuangan dan ekonomi (Kahneman dan Tversky, 1979).

Behavioural Economics menggambarkan model ekonomi yang menggunakan asumsi pengetahuan pemikiran manusia (Levinson dan Peng, 2007). Studi oleh Kahneman dan Tversky (1979) menggambarkan bahwa prospect theory dapat digunakan untuk menjelaskan irelevansi pemikiran manusia yang dimotivasi dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti psikologi dan asumsi adanya bias yang inheren dalam pilihan dan keputusan keuangan. Salah satu aspek psikologi adalah fenomena psikologi budaya yang menggambarkan pengaruh suatu budaya terhadap cara pandang dan pemikiran individu (Miller, 1984; Shweder, 1990; Triandis, 1995). Psikologi budaya menggambarkan dimensi kognitif budaya dalam mendasari cara berperilaku individu dimana perbedaan budaya menjadi aspek sistematis yang melandasi cara individu memandang kenyataan (Levinson dan Peng, 2007). Perilaku keuangan tidak hanya mempengaruhi keputusan keuangan seorang individu pada pasar keuangan (Hu, 2009; Hammami dan Abaoub, 2010) namun juga mempengaruhi keputusan pada tingkat individu seperti rumah tangga (Hilgert dan Hogarth, 2003).

Kelemahan dalam studi-studi pada perilaku ekonomi (Behavioural Economics) adalah keterbatasan penelitian yang menggali peranan perbedaan budaya dalam mempengaruhi keputusan ekonomi dan keuangan (Levinson dan Peng, 2007). Budaya memiliki karakteristik tersendiri dan bias dari aspek kognitif yang mempengaruhi cara pandang seseorang dalam keputusan keuangan dan ekonomi. Levinson dan Peng (2007) mengemukakan nilai keuangan merupakan fungsi dari empat aspek yaitu nilai intrinsik yang dirasakan, karakteristik sosial dan situasional dari obyek pemilik, budaya dan pengaruh dari kontekstual faktor seperti kondisi sosial dan ekonomi serta posisi permintaan dan penawaran di pasar.

Perspektif fungsi nilai keuangan tersebut menunjukkan bahwa konteks psikologis budaya berperan dalam mendasari keputusan keuangan.

Studi mengenai fenomena budaya yaitu agama memiliki keterbatasan dalam konteks teori perilaku keuangan. Salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mengungkap peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari keputusan keuangan yang diharapkan dapat memberikan temuan bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan dalam konteks perilaku keuangan. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pada keputusan keuangan pada tingkat individu atau subyek yaitu UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi. Penelitian ini juga ditunjukkan untuk memahami dan mengungkap pilihan keputusan keuangan UKW Buddhis dalam bentuk pilihan struktur modal serta faksitasi aspek agamis dalam perilaku pengambilan keputusan keuangan.

2.2.2 Struktur Modal dan Perilaku Keuangan

Modigliani dan Miller (1958) mengemukakan bahwa struktur dan biaya modal dapat memberikan dampak kepada rasionalisasi dalam pengambilan keputusan investasi. Struktur modal oleh Modigliani dan Miller (1958) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat meningkat secara optimal ketika perusahaan memilih menggunakan sumber pendanaanya berupa hutang dengan asumsi bahwa biaya bunga dapat digunakan sebagai faktor pengurang pajak. Biaya modal perusahaan diasumsikan menurun ketika perusahaan meningkatkan level hutang pada titik tertentu. Trade off theory (Myers, 1984) mengemukakan bahwa struktur modal yang optimal dapat ditentukan dengan menentukan rasio hutang yang optimal atas dasar pertimbangan biaya dan keuntungan, unsur pajak, biaya keagenan (agency cost) dan financial distress berdasarkan asumsi struktur pasar

yang efisien dan informasi pasar yang simetris. Dalam teori struktur modal yaitu Pecking Order Theory (Myers, 1984) dikemukakan bahwa perusahaan lebih memilih menggunakan sumber dana internal dengan tingkat risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan sumber dana eksternal. Perusahaan menggunakan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu mencari sumber pendanaan yang memiliki risiko terendah terlebih dahulu lalu secara bertahap beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar.

Gill et al., (2015) menunjukkan adanya hubungan yang negatif dan signifikan antara sumber pembiayaan internal dan biaya modal hutang dimana penggunaan sumber pendanaan internal akan mengurangi terjadinya kemungkinan perusahaan tersebut bangkrut dan terjadinya risiko kegagalan pembayaran. Shete dan Garcia (2011) menunjukkan bahwa teori Pecking Order digunakan perusahaan agribisnis kecil di India melalui pemanfaatan sumber keuangan internal yang berasal dari modal yang dikumpulkan melalui penghasilan yang dimilikinya maupun sumber pendanaan yang berasal dari anggota keluarga maupun rekan- rekan terdekat. Li et al., (2019) mengemukakan bahwa kepercayaan dan nilai religi berpengaruh terhadap biaya hutang dan sebagai sumber legitimasi kognitif akan penghindaran atas risiko serta mekanisme pemantauan internal yang dapat mengurangi agency cost antara pemilik usaha dan kreditur. Nilai keyakinan agama memberikan sinyal yang baik kepada kreditur bahwa pemilik usaha akan menepati komitmen hutangnya sehingga memberikan risiko yang lebih rendah yang menghasilkan tingkat biaya hutang yang lebih rendah.

Penelitian saat ini memberikan celah penelitian untuk mengeksplorasi dimensi kognitif agama dalam memberikan pendekatan yang lebih intuitif dan

efektif untuk menganalisis komponen tersebut. Pengembangan penelitian untuk mengatasi kesenjangan tersebut melalui penerapan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dan atau observasi dekat untuk menangkap kepercayaan yang dikembangkan secara internal atau religiusitas pada tingkat perusahaan (Fang et al., 2013). Pengembangan penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai peranan sosial agama dalam keputusan seorang wirausaha dan peran yang diambil oleh wirausaha dalam perkembangan struktur sosial dan perilaku ekonomi dalam keputusan keuangan. Penelitian perilaku keuangan lebih banyak berfokus kepada perilaku investor dalam pasar keuangan, namun fokus penelitian dalam bidang perilaku keuangan juga mengarah kepada perkembangan pada ranah keuangan perusahaan (Heaton, 2002). Penelitian ini mengungkap bagaimana agama memanifestasikan nilai-nilainya melalui aspek kognitif pada level individu dalam proses kewirausahaan melalui bias perilaku yang signifikan yang mendasari keputusan keuangan yang diambil oleh pelaku usaha. Agama dan nilainya merupakan konteks dalam ilmu sosial yang dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku irasional dari faktor psikologi dalam keputusan keuangan. Kahneman dan Tversky (1979), Shefrin dan Statman (1994), serta Shiller (1995) menggunakan teori psikologi dan ilmu sosial dalam menggambarkan perilaku irasional pada konteks psikologi yang mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan.

Perilaku keuangan menggambarkan peranan faktor psikologi dalam keputusan keuangan dengan dasar pertimbangan konsep dasar keuangan tradisional (Şen dan Oruç, 2009). Fondasi perilaku keuangan didasari oleh sentimen yang menggambarkan kesalahan investor; preferensi perilaku yang mengilustrasikan sikap mengenai risiko dan pengembalian yang tidak sesuai

dengan penerapan prinsip dan teori utilitas yang diharapkan; dan batasan untuk proses arbitrase yang menyebabkan adanya ketidakefisienan dalam harga (De Bondt et al., 2008). Perilaku keuangan merupakan studi yang menggambarkan peran dari fenomena psikologi dalam pengambilan keputusan keuangan oleh individu (Shefrin, 2000). Pada perilaku manusia terdapat faktor-faktor yang berlawanan dengan asumsi dari model ekonomi tradisional dalam pengambilan keputusan keuangan (Tversky dan Kahneman, 1974) yang disebut sebagai ilusi kognitif karena kerap kali berkaitan dengan asumsi dan persepsi. Perilaku keuangan memberikan suatu pemahaman akan batasan suatu asumsi rasionalitas dalam keuangan tradisional (Fersi dan Boujelbéne, 2017).

Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana peranan budaya yaitu agama mendasari keputusan keuangan dan memberikan suatu representasi bahwa perilaku keuangan tidak terbatas pada konteks pasar keuangan tetapi juga dapat dilakukan melalui studi terhadap keputusan di level individu dimana hal tersebut melandasi penelitian ini untuk mengambil ruang lingkup pada keputusan individu UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi dalam pengambilan keputusan keuangan. Implikasi penelitian ini adalah memperluas perspektif dari studi keuangan khususnya pada trade-off keuangan perusahaan yang tradisional dari sisi teori struktur modal atas peranan bias kognitif pada elemen budaya yaitu agama Buddha dan nilai-nilainya dalam menentukan pilihan struktur modal wirausaha.

2.3 Budaya dan Agama

Perkembangan budaya diawali ketika sekelompok individu memiliki pengalaman bersama dan mengembangkan kebersamaan tersebut yang

diwujudkan dalam suatu pengalaman baik di dalam maupun di luar sehingga memungkinkan suatu budaya terbentuk (Schein, 1999). Hofstede (1991) memperkenalkan konsep budaya sebagai suatu dimensi utama dalam menggambarkan atau memahami perilaku organisasi. Budaya memiliki suatu peranan penting dalam mencapai keunggulan organisasi (Schein, 2004). Dalam konteks bisnis, suatu perusahaan atau organisasi dapat memiliki budayanya sendiri ketika individu yang terlibat di dalamnya memiliki sejarah bersama yang membentuk suatu pengalaman atau memiliki kesamaan dalam bentuk bahasa, agama maupun etnis (Schein,1999) untuk menghasilkan sikap diri dan perilaku sosial.

Budaya merupakan suatu pengetahuan yang membentuk nilai-nilai, sikap dan memiliki pengaruh terhadap perilaku dari individu ketika berperan sebagai anggota masyarakat (Hodgetts et al., 1994). Tayeb (2003) menggambarkan institusi yang berkontribusi pada penciptaan suatu budaya nasional yaitu keluarga sebagai elemen dasar sosial dari proses akulturasi,; agama dalam memberikan pengaruh signifikan pada pandangan individu atas dunia dan pembentukan lingkungan individu; sistem nilai sebagai dasar pendidikan; media komunikasi dalam menyebarkan nilai-nilai, sikap dan makna budaya; dan perusahaan multinasional dalam bentuk produk dan layanan, operasionalisasi perusahaan yang terwujud pada preferensi nasional.

Budaya memiliki terminologi yang berbeda dengan struktur atau strategi perusahaan, namun memiliki peran yang penting dalam pembentukan perilaku individu dan kinerja perusahaan secara finansial dalam jangka panjang (Kotter dan Heskett, 1992). Budaya organisasi memiliki beberapa definisi mendasar (Deal dan Kennedy, 1982) yaitu nilai utama yang diyakini oleh suatu organisasi dan gaya

atau perilaku yang mendorong orang lain untuk mengikutinya. Budaya dapat timbul dari beragam simbol, ritual bahkan mitos, cerita dan legenda dari suatu kejadian, ide dan pengalaman yang dimiliki oleh sekelompok individu yang berinteraksi dalam suatu organisasi (Frost et al., 1985). Buah pemikiran, perasaan serta tindakan yang menjadi ciri dari suatu kelompok yang berinteraksi secara sosial dapat dikatakan sebagai suatu budaya (Hofstede, 1991). Suatu persepsi bersama yang diyakini dapat menjadi suatu sistem budaya dari pemaknaan yang disepakati bersama (Robbins, 1996) dan budaya berkembang sesuai dengan situasi untuk mempertahankan keberlangsungan suatu organisasi (Schein, 2004).

Model budaya oleh Gullestrup (2003) terdiri atas dimensi horizontal, vertikal dan dimensi dinamis. Dimensi horizontal terdiri atas delapan segmen budaya yang mencakup teknologi, institusi ekonomi, lembaga sosial, institusi politik, bahasa dan komunikasi, reproduksi dan sosialisasi, ideologi, institusi religi. Agama merupakan salah satu elemen dari dimensi budaya horizontal. Agama merupakan proksi penting dari budaya yang berperan dalam menjelaskan bagaimana nilai, norma dan kepercayaan berpengaruh terhadap karakteristik perusahaan (Volonté, 2015). Agama merupakan bagian dari budaya, merupakan budaya, termasuk dan melampaui budaya, dipengaruhi oleh budaya, bentuk budaya atau berinteraksi dengan budaya dalam mempengaruhi kognisi dan emosi (Ronen dan Shenkar, 2013) dan merupakan fenomena sosial yang dapat berdampak dalam beberapa bentuk kehidupan (Chan-Serafin et al, 2013).

Agama memiliki seperangkat keyakinan yang membentuk suatu nilai-nilai, adat istiadat serta tradisi yang menentukan pola perilaku individu bahkan perilaku ekonomi (Roman dan Goschin, 2011). Agama dipandang sebagai suatu modal spiritual dengan jaringan eksternalitasnya dalam mendorong pembangunan

ekonomi. Keyakinan agama mempengaruhi bagaimana seorang wirausaha menjalankan bisnis dan mempengaruhi pilihan individu terhadap utilitas faktor produksi dan sebagai suatu jejaring yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

Agama merupakan fenomena budaya dan sosial yang kritis dan memiliki nilai-nilai yang dapat menciptakan lingkungan yang berdampak pada inovasi (Dana, 2009). Bromley (2011) menyatakan konteks sosial pada agama dan kepercayaan serta praktik penerapannya memiliki dampak terhadap fenomena organisasi. Agama sebagai koleksi suatu budaya yang terdiri dari kepercayaan, nilai-nilai dan norma-norma sehingga merupakan komponen gaya hidup masyarakat dan sebagai aturan dalam individu yang merealisasikan nilai-nilai agama ke dalam praktik bisnis dan lingkungan kerja (Griebel et al., 2014; Miller dan Timothy, 2013; Byrne et al., 2011). Individu yang meyakini dan mematuhi prinsip dan nilai-nilai agama akan merealisasikan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik kehidupan sehari-hari termasuk dalam usaha (Nwankwo dan Gbadamosi, 2013). Agama berperan sebagai sintesis dari kewirausahaan termasuk dalam orientasi kewirausahaan.

Agama sebagai faktor moderasi dalam lingkungan kewirausahaan, perwujudan refleksi ketaatan akan nilai-nilai agama dalam perilaku kewirausahaan dan simbol bentuk kewirausahaan (Drakopolou-Dodd dan Seaman, 1998). Nilai spiritual dan agama bersifat heterogen dan endogen pada lingkungan dan budaya spesifik (Zafirovski, 1999). Agama memiliki peran yang sentral dalam pembentukan budaya pada sebagian besar masyarakat (Chan-Serafin et al., 2013) dan sebagai institusi sosial yang terdiri atas norma yang memandu anggota masyarakat. Konsepsi Buddhist Economics merupakan integrasi ajaran agama Buddha dengan ilmu ekonomi yang diperkenalkan pertama kali oleh E.F.

Schumacher (1973) dalam integrasinya pada salah satu nilai ajaran agama Buddha yaitu Jalan Mulia Berunsur Delapan. Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu salah satunya adalah Mata Pencaharian yang Benar menjadi salah satu fondasi dalam Buddhist Economics. Pandangan bahwa Mata Pencaharian yang Benar merupakan esensi yang penting dalam agama Buddha dimanan ekonomi berperan sebagai jalan untuk menyelesaikan masalah kehidupan.

Nilai agama Buddha menekankan kepada terwujudnya keseimbangan, keselarasan antara lahiriah dan batiniah. mat Buddha menerapkan Jalan Mulia Berunsur Delapan yang diyakini sebagai jalan yang tepat untuk membentuk manusia secara utuh untuk mencapai tujuan kehidupan atau kebahagiaan yang sejati. Jalan Mulia Berunsur Delapan merupakan jalan yang terdiri dari delapan unsur yang saling melengkapi dan tidak terpisahkan. Jalan Mulia Berunsur Delapan terdiri atas Pandangan Benar (*samma ditthi*), Pikiran benar atau niat benar (*samma sankappa*), Ucapan benar (*samma vaca*), Perbuatan benar atau tindakan benar (*samma kammanta*), Mata pencaharian benar atau penghidupan benar (*samma ajiva*), Daya upaya benar atau usaha benar (*samma vayama*), Perhatian benar atau kewaspadaan benar (*samma sati*) dan Konsentrasi benar (*samma samadhi*).

Agama Buddha menunjuk pada suatu Dhamma atau kebenaran sehingga suatu ekonomi yang berdasarkan Dhamma tidak hanya didasari atas nilai-nilai etis dari suatu aktivitas ekonomi namun mempertimbangkan proses sebab akibat yang dinamis dan kompleks yang membentuk realitas (Payutto, 1994). Ekonomi merupakan bagian dari suatu keseluruhan yang saling terkait dan berhubungan yang tunduk pada suatu hukum alam dan mengarah pada suatu keharmonisan (Payutto, 1994). Dalam konsepsi Buddhist Economics yang berlandaskan

Dhamma, suatu kegiatan ekonomi mempengaruhi keseluruhan proses sebab dan kondisi sehingga kebermanfaatannya dari suatu aktivitas ekonomi dapat dirasakan bagi tiga aspek kehidupan manusia yang saling berkaitan yaitu diri sendiri, masyarakat dan lingkungan hidup. Zsolnai (2007) menggambarkan bahwa hidup merupakan suatu penderitaan dengan adanya sekularisme dan pemisahan manusia dari alam dan lingkungan serta keinginan yang mengarah ke ketidakpuasan yang menuju ke konsumerisme. Konsep Buddhist Economics memiliki kerangka kerja untuk meminimalkan penderitaan, keinginan, kekerasan, penggunaan instrumental dan kepentingan pribadi.

2.4. Konsep Buddhist Economics

Konsep Buddhist Economics merujuk pada nilai agama Buddha yang tidak menentang adanya suatu kegiatan pengumpulan kekayaan dan meyakini bahwa usaha pencarian suatu kekayaan merupakan hal yang penting dan bermanfaat dalam kehidupan serta memandang bahwa agama dan nilai-nilainya dapat berjalan selaras dengan kemajuan ekonomi maupun pencapaian kesejahteraan materi (Schumacher, 1973; Payutto, 1994). Nilai kearifan atau kebijaksanaan dalam kegiatan ekonomi membantu untuk menghindari keserakahan yang berfokus kepada pemenuhan kepuasan atau tujuan material dan mengabaikan kelestarian (Mukti, 2003). Karakteristik utama dari ekonomi Buddhis adalah ekonomi jalan tengah yang fokus kepada realisasi dari kebahagiaan sejati yaitu memahami dan melaksanakan hidup yang secukupnya tanpa berlebih-lebihan (*mattannuta*) dan memahami titik optimum atau keseimbangan dimana kebahagiaan bertemu dengan kepuasan (Payutto, 1994). Agama Buddha menekankan kepada konsumsi yang bijak dan sewajarnya yang mengarah kepada

pencapaian kebahagiaan. Karakteristik lainnya dari ekonomi Buddhis adalah keharmonisan dalam tiga aspek kehidupan yaitu individu, masyarakat dan lingkungan hidup sehingga keseluruhan proses sebab akibat harus mengarah kepada keharmonisan pada tiga aspek kehidupan (Payutto, 1994).

Konsepsi Buddhist Economics memiliki tiga aksioma yang menjadi dasar bagi kerangka praktik ekonomi dalam Buddhist Economics (Kovács, 2014) yaitu rasionalitas pelaku ekonomi yang terbatas oleh kesadaran kognitif dan asumsi bahwa konsumen memiliki kebutuhan dasar; upaya meminimalkan penderitaan; dan pengembangan kesadaran kognitif. Adanya batasan dalam rasionalitas, asumsi pengambilan keputusan yang tidak sempurna serta tujuan untuk mengurangi penderitaan menjadi paradigma dalam Buddhist Economics. Model strategi ekonomi Buddha memiliki lima karakteristik (Zsolnai, 2008) yaitu (1). Aktivitas ekonomi ditunjukkan agar meminimalkan penderitaan dan memastikan terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang berkualitas dengan konsumsi sumber daya terendah; (2). Aktivitas ekonomi harus selalu menyederhanakan keinginan melalui praktik konsumsi yang moderat; (3). Aktivitas ekonomi mengurangi kekerasan sampai pada tingkat terendah; (4). Aktivitas ekonomi memandang bahwa pemangku kepentingan sebagai suatu tujuan bukan sebagai suatu alat, dan (5). Aktivitas ekonomi harus berbasas kedermawanan dengan bersyukur dan membalas bantuan.

Konsepsi Buddhist Economics muncul untuk menjawab kelemahan yang timbul dari ekonomi modern yang fokus kepada aspek materialisme (Schumacher, 1973). Teori ekonomi klasik menyatakan bahwa produksi yang optimal akan memaksimum konsumsi yang optimal. Buddhist Economics mengarah kepada suatu kesederhanaan tanpa adanya kekerasan dalam pelaksanaan kegiatan

ekonomi dan dengan mengandalkan moderasi pola konsumsi yang optimal untuk pencapaian kesejahteraan maksimum dengan konsumsi yang minimum (Schumacher, 1973). Ekonomi Buddhis menekankan bahwa kegiatan ekonomi ditunjukkan untuk menuntun seseorang untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya melalui kebaikan-kebaikan yang mengarah kepada kualitas kehidupan sehingga pengejaran tujuan materi atau harta bukan menjadi tujuan utama. Dalam konteks Buddhist Entrepreneurs, perubahan dan motivasi kewirausahaan dapat dipahami dari konteks tantangan yang umum terdapat pada Buddhisme yaitu bagaimana berperan pada dunia usaha tanpa terikat dengan tuntutan usaha (Yarnall, 2000) dan penyesuaian antara prinsip yang ada dalam agama dengan motivasi kewirausahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan rekonsialisasi dilema yang dihadapi oleh Buddhist Entrepreneurs yaitu antara tuntutan yang dihadapi oleh dunia usaha dan pemenuhan prinsip-prinsip yang ada pada agama pada konteks sosial budaya.

2.5. Orientasi Kewirausahaan

Wirausaha merupakan tokoh kunci dalam analisis Schumpeter yang ditandai dengan adanya inovasi sebagai bentuk pemecahan aliran sirkuler (Creative Destruction). Konsep orientasi kewirausahaan merupakan ranah ilmu manajemen strategik yang digambarkan sebagai salah satu faktor yang menentukan perkembangan usaha melalui pandangan bahwa berpikir dan bertindak secara kewirausahaan dapat membantu pertumbuhan suatu organisasi (Eroglu dan Picak, 2011). Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktik dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah kepada pembentukan entri baru dimana peluang baru dapat dilakukan sepenuhnya ketika tujuan entri baru tersebut berlaku

(Child, 1972; Van de Ven dan Poole, 1995). Kewirausahaan merupakan proses generatif dinamis yang mengarah kepada penciptaan usaha baru. Orientasi kewirausahaan memiliki dimensi yaitu inovasi, pengambilan risiko dan proaktif (Covin dan Slevin, 1989; Miller, 1983; Miller dan Friesen, 1982). Dimensi orientasi kewirausahaan mencakup kecenderungan untuk bersikap otonomi, kemauan untuk berinovasi serta mengambil risiko, kecenderungan untuk menjadi agresif terhadap pesaing dan menjadi proaktif terhadap peluang pasar. Karakteristik, preferensi dan keyakinan manajemen akan operasional perusahaan serta cara perusahaan merespon terhadap kebutuhan pelanggan dan intensitas persaingan tercermin dalam orientasi kewirausahaan (Covin et al., 2006). Dimensi orientasi kewirausahaan menyatu pada filosofi organisasi perusahaan yang mendorong keunggulan perusahaan dan menjadi tolok ukur perusahaan dalam mengungguli kompetisi, penciptaan produk baru, penggunaan metode baru dalam produksi maupun dalam memberikan layanan ke pasar baru (Stevenson dan Jarillo, 1990). Atribut sosial budaya seperti agama, tingkat pendidikan maupun pengalaman wirausaha berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan (Basu dan Altinay, 2002; Smallbone dan Wyer, 2000; Storey, 1994; Wiklund dan Shepherd, 2003).

Covin dan Slevin (1988) menunjukkan orientasi kewirausahaan tercermin melalui kecenderungan pemain kunci untuk mengambil risiko, mendukung terjadinya perubahan serta inovasi untuk mempertahankan keuntungan kompetitif, mampu bersaing dan menjadi proaktif terhadap kompetisi. Orientasi kewirausahaan memiliki makna sebagai sebuah orientasi strategi perusahaan dalam mencapai suatu model, praktik serta metode dalam pengambilan keputusan (Lumpkin dan Dess, 1996). Orientasi kewirausahaan menunjukkan bagaimana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Miller dan Friesen (1982)

menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki fokus utama pada upaya perusahaan memiliki inovasi produk baru. Dimensi inovasi, pengambilan risiko dan proaktif memiliki kontribusi yang unik dalam tingkat orientasi kewirausahaan.

Otonomi merupakan tindakan independen dari individu atau sekelompok tim dalam membangun suatu ide serta visi dan merealisasikannya (Lumpkin dan Dess, 1996). Otonomi mengarah kepada kemampuan serta kemauan internal diri untuk mengejar peluang usaha terlepas dari ketersediaan sumber daya, kompetisi atau pertimbangan internal organisasi. Proses inovasi (Schumpeter, 1934; 1942) merupakan proses ekonomi yang berupa penghancuran kreatif pada struktur pasar yang ada melalui suatu produk atau jasa yang baru yang mengarah pada entri usaha baru. Kunci kegiatan kewirausahaan adalah inovasi yang mendorong adanya evolusi dinamika ekonomi (Schumpeter, 1934). Cantillon (1734) menggambarkan pengambilan risiko sebagai dimensi yang mengkarakterisasi kewirausahaan. Pengambilan risiko berkaitan dengan kesediaan perusahaan untuk menyediakan sumber daya untuk meraih peluang usaha melalui pertimbangan peluang keberhasilan dan kegagalan (Lumpkin dan Dess, 1996; Miller dan Friesen, 1983).

Dimensi proaktif merujuk kepada proses untuk mengantisipasi kebutuhan masa mendatang melalui pencarian peluang baru yang memungkinkan tidak berkaitan dengan operasionalisasi usaha, pengenalan produk dan merek baru dan upaya strategis agar perusahaan tidak berada pada tahap siklus hidup yang matang atau menurun (Miller dan Friesen, 1978; Lumpkin dan Dess, 1996; Venkatraman, 1989). Proaktif merujuk kepada inisiatif dan tindakan opportunistik perusahaan dalam pengejaran peluang pasar pada proses entri baru melalui pembentukan tren dan permintaan pasar. Dimensi agresivitas kompetitif merujuk

kepada sikap perusahaan dalam merespon atau mengungguli pesaing. Agresivitas kompetitif merupakan kecenderungan perusahaan untuk secara langsung dan intens dalam menghadapi persaingan untuk mencapai suatu posisi di pasar atau industri (Lumpkin dan Dess, 1996).

Vitale et al., (2003) melalui pengukuran agregat terhadap konsep orientasi kewirausahaan mengemukakan dasar asumsi bahwa dimensi inovasi, proaktif dan pengambilan risiko memiliki peran yang sama dalam tingkatan orientasi kewirausahaan dalam kondisi perusahaan. Penelitian lanjutan yang mendalam perlu dilakukan untuk mengeksplorasi keterkaitan dan interaksi antara orientasi kewirausahaan, strategi perusahaan, lingkungan dan kinerja organisasi (Harrigan, 1983). Studi lanjutan mengenai peran budaya dalam dimensi orientasi kewirausahaan membutuhkan eksplorasi yang mendalam untuk mengungkap keterbatasan penelitian yang menggali bagaimana dimensi orientasi kewirausahaan terbentuk dari elemen budaya (Wales, 2016) yaitu dari nilai agama atau religi. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam penelitian di area orientasi kewirausahaan khususnya untuk mengungkap dan menggali peranan budaya yaitu agama Buddha dan nilai-nilainya pada UKW Buddhis dalam dimensi orientasi kewirausahaan.

2.6 Interaksi Budaya, Agama, Kewirausahaan, Perilaku dan Keputusan Keuangan

Area penelitian yaitu topik budaya dalam kewirausahaan, kepemimpinan, topik terkait usaha kecil dan menengah yang bergerak dari bisnis keluarga dan peluang wirausaha yang merupakan area yang relatif terbuka untuk dilakukan eksplorasi lebih lanjut (Ferreira et al., 2015). Area-area tersebut memberikan

celah bagi penelitian mendatang untuk mengeksplorasi peran budaya dalam hal ini agama dan nilai-nilainya dalam area kewirausahaan. Legitimasi kewirausahaan membutuhkan penelitian yang mendalam pada area kewirausahaan (Low dan MacMillan, 1988). Agama berkontribusi pada kelanjutan aksi kewirausahaan dan menjadi pengejaran sentral dalam upaya bagi wirausaha untuk menemukan tempat di dunia. Wirausaha mengaitkan apa yang dilakukan dan metode atau cara dalam penerapannya dengan penyimpangan motivasi dari motivasi murni insentif finansial, seperti motif eksistensial, "panggilan", atau kewajiban moral (Smith et al., 2016). Wirausaha mengintegrasikan konsep diri dengan usaha yang diwujudkan pada penciptaan makna yang signifikan dalam sistem kehidupan (Conger et al., 2018; Fauchart dan Gruber, 2011; Powell dan Baker, 2014, 2017; Wry dan York, 2017). Venkataraman (1997).

Uy (2011) menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara iman dan motivasi pengusaha serta nilai pribadi dari wirausaha. Faktor-faktor seperti kemandirian, pencapaian atau pengakuan, penciptaan kekayaan pribadi dan pengembangan pribadi merupakan "faktor penarik". Faktor pribadi lainnya seperti prestasi pribadi dan status sosial (Jayawarnu et al., 2011); modal manusia, pendidikan (Millan et al., 2013); dan keuntungan finansial (Hessels et al., 2008) mendorong individu etnis untuk memulai bisnis. Pengaruh anteseden kewirausahaan lainnya termasuk etnis, keluarga, jenis kelamin, kesehatan, pendidikan (Barsky et al., 1997), agama (Dohmen et al., 2011; Renneboog dan Spaenjers, 2012; Miller dan Hoffman, 1995), kelompok sosial, budaya dan pekerjaan sebelumnya (Burns, 2012) memberikan pengaruh terhadap motivasi kewirausahaan. Kepribadian atau sikap merupakan prioritas penting dari memulai usaha seperti halnya kepercayaan diri dan tekad (Nair dan Pandey, 2006; Zhao et

al., 2005). Prioritas usaha dapat dipengaruhi oleh budaya dan sosio-historis anteseden seperti sikap dan kepercayaan yang dibentuk dalam pengaturan etnis yang berbeda. Studi tersebut mengemukakan sifat dan jenis proses pembelajaran yang diadopsi oleh wirausaha dipengaruhi oleh karakteristik yang melekat dan imajinasi kreatif dari wirausaha. Karakteristik tersebut menggambarkan sifat seorang wirausaha yang timbul dari upaya atau cara pembelajaran yang digabungkan dengan tantangan akulturasi.

Proses pembelajaran memfasilitasi peran pelaku usaha sebagai 'mediator bikultural' (Peñaloza dan Gilly, 1999; Garber, 2001) yang mendukung keragaman pasar dan konsumsi transkultural (Voss et al., 2003) dan memanfaatkan elemen-elemen yang bertolak belakang dari representasi budaya yang beragam (Jamal, 2005). Oleh karenanya, akulturasi dan pembelajaran berdasarkan pengalaman merupakan proses yang saling terkait dalam membentuk pelaku usaha. Penelitian tersebut memperkuat dasar dari penelitian ini yang mengungkap peranan sosial budaya yaitu agama dan nilai-nilainya dalam memberikan suatu bentuk identitas sosial yang mendasari sikap, kepribadian seorang wirausaha dan perilaku kewirausahaan. Religiusitas umumnya terkait dengan sikap etika yang lebih tinggi terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Angelidis dan Ibrahim, 2004), lingkungan hidup (Wolkomir et al., 1997). Brimble et al., (2013) menemukan sedikit perbedaan antara sikap kelompok yang lebih religius dan non-religius dalam investasi pada kegiatan tanggung jawab sosial. Studi tersebut menemukan bahwa kedua kelompok mengelompokkan kriteria keuangan lebih penting daripada kriteria investasi secara sosial, yang dipengaruhi oleh filosofi agama berbeda. Agama diyakini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan tingkatan yang berbeda dalam aktivitas kewirausahaan (Zelekha et al., 2014). Angelidis dan

Ibrahim (2004) menemukan hubungan yang signifikan antara tingkat keagamaan dan sikap terhadap komponen ekonomi dan etika dari tanggung jawab sosial perusahaan. Brammer et al., (2007) menemukan bahwa agama pada konteks individu tidak menempatkan preferensi pertanggungjawaban perusahaan secara divergen tetapi cenderung memiliki pemahaman yang lebih luas mengenai tanggung jawab sosial dari usaha dibandingkan dengan individu pelaku usaha yang tidak memiliki keyakinan agama.

Penelitian tersebut menjadi motivasi penelitian ini yang bertujuan mengungkap peranan agama dan nilai-nilainya pada konteks agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha dalam pengukuran manfaat yang bersifat personal menurut konsepsi nilai-nilai Buddhis. Penelitian ini dapat menggambarkan peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari praktik penerapan kebermanfaatan kinerja wirausaha. Penelitian ini didasari studi sebelumnya yang menyatakan bahwa indikator keberhasilan seorang wirausaha tidak hanya diukur berdasarkan pengukuran kinerja keuangan secara tradisional namun indikator keberhasilan usaha dapat diukur melalui ketercapaian seorang wirausaha dalam memberikan manfaat kepada pengembangan komunitas maupun pemangku kepentingan ataupun tujuan-tujuan personal dari wirausaha tersebut (Cornwall dan Naughton, 2003; Joyner et al, 2002; Bakke, 2005).

Modigliani dan Miller (1958) menyatakan biaya modal mempengaruhi keputusan investasi rasional dalam pengambilan keputusan keuangan. Teori pecking order Myers (1984) mengemukakan perusahaan lebih memilih pembiayaan internal. Shete dan Garcia (2011) menunjukkan perusahaan agribisnis kecil memiliki keterbatasan secara finansial dan kesulitan memperoleh pembiayaan karena kurangnya akses ke layanan kredit.. Pelaku UK di India

menggunakan sumber-sumber keuangan internal yang berasal dari penghasilan tetap, anggota keluarga dekat, dan teman-teman untuk aktivitas kewirausahaan (Gill dan Mathur, 2018). Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap dan menggali peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari entrepreneurial orientation pada interaksi antara nilai religi dalam entrepreneurial venture yaitu pada keputusan pendanaan khususnya dalam kaitannya dengan struktur modal.

Literatur studi lainnya menemukan bahwa nilai sentral dari berbagai agama berbeda memungkinkan memiliki interaksi yang berbeda pada perilaku ekonomi dan kinerja hasil. Jiang et al., (2015) menemukan wirausaha yang memiliki keyakinan agama cenderung lebih menghindari risiko dan memiliki orientasi risiko yang rendah yang berlaku pada konteks Agama Barat. Adanya keragaman interaksi orientasi peranan agama dan nilai-nilainya memberikan celah bagi pengembangan penelitian ini yang ditunjukkan dalam mengungkap dan menggali peranan agama dan nilai-nilainya pada konteks agama Buddha dan konsepsi Buddhist Economics yang mendasari dimensi orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk menjelaskan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan yang berhubungan dengan peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi atau tindakan kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pada penelitian tentang peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi atau tindakan kewirausahaan masih terdapat celah antar peneliti. Celah penelitian ini

ditunjukkan pada Tabel dibawah ini yang memperlihatkan adanya perbedaan pada konsepsi peranan agama dan spiritualitas pada orientasi atau tindakan kewirausahaan sebagai berikut yaitu:

Tabel 2.1
Celah Penelitian Peranan Agama dan Nilai-Nilainya Dalam Orientasi
atau Tindakan Kewirausahaan

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
1	Gursoy <i>et al.</i> , (2017); Valliere (2008)	Nilai-nilai agama mempengaruhi praktik bisnis yang dijalani dan tingkat religiusitas memoderasi hubungan serta penempatan nilai-nilai dengan perilaku kewirausahaan. Konsepsi nilai agama mendasari evaluasi peluang bisnis dan operasionalisasi usaha.
2	Woodrum (1985); Drakopoulou-Dodd dan Seaman (1998); Nair dan Pandey (2006); Altinay dan Wang (2011)	Agama tidak mempengaruhi penciptaan perusahaan serta tidak menunjukkan signifikansi dampak terhadap aktivitas atau tindakan kewirausahaan. Tidak adanya hubungan antara agama dengan orientasi kewirausahaan.
3	Baharun (2013)	Wirausaha yang memiliki keyakinan dan komitmen yang kuat terhadap agama akan mempraktikkan nilai-nilai yang baik dalam praktik bisnis yang dijalannya.
4	Hill <i>et al.</i> , (2015)	Preferensi keyakinan agama menjadi faktor dalam menentukan tendensi seseorang dalam menjadi wirausaha. Keyakinan agama Kristen mengurangi tendensi untuk menjadi wirausaha dibandingkan dengan seseorang yang menganut keyakinan non-Kristen.

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
5	Griebel <i>et al.</i> , (2014)	Agama mempengaruhi aktivitas kewirausahaan dengan membantu wirausaha untuk menafsirkan dan merekonsiliasikan keterkaitan antara iman dan pekerjaan.
6	Kauanui <i>et al.</i> , (2008)	Terdapat modalitas spiritual yang bervariasi yang memotivasi wirausaha untuk memulai dan mempertahankan usaha.
7	Zelekha <i>et al.</i> , (2014)	<p>Tradisi suatu agama memberikan pengaruh yang berbeda terhadap kecenderungan orientasi wirausaha. Agama Yahudi memiliki tendensi yang tinggi dalam orientasi wirausaha diikuti dengan agama Hindu, Protestan, Orthodoxies, Buddha, Katolik dan Muslim.</p> <p>Agama tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap pembentukan usaha namun memberikan nilai dan pengaruh budaya dalam lingkungan dimana orientasi nilai dan budaya mempengaruhi orientasi dan aktivitas wirausaha.</p>
8	Smith <i>et al.</i> , (2014)	Agama memainkan peran penting melalui sensor, identitas, dan mekanisme batas untuk mempengaruhi situasi yang dilihat pengusaha sebagai masalah dan sebagai solusi yang dapat memicu keinginan untuk mengidentifikasi dan mengejar peluang dalam tindakan kewirausahaan.
9	Balog <i>et al.</i> , (2014); Harrigan (1983)	Penelitian saat ini masih terpusat kepada peranan nilai-nilai yang dimiliki oleh pelaku usaha terhadap motivasi berwirausaha, pembentukan usaha, kinerja wirausaha, <i>physical health and psychological well-being</i> namun belum memberikan gambaran mengenai peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari orientasi kewirausahaan dan pencapaian keberlangsungan usaha. Penelitian ke depan membutuhkan eksplorasi penelitian berupa penelitian lapangan dan studi kasus.

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
10	Namatovu <i>et al.</i> , (2018); Reid <i>et al.</i> , (2015)	Keyakinan agama berperan dalam mendefinisikan kewirausahaan dan menjadi mekanisme instrumental dalam konteks kewirausahaan. Agama mendorong perilaku kewirausahaan dan identitas wirusaha.
11	Balog <i>et al.</i> , (2014)	Hanya satu studi yang dilakukan oleh Valliere (2008) yang mengambil konteks penelitian pada area studi di <i>Buddhist entrepreneurs</i> . Studi oleh Valliere (2008) memiliki keterbatasan pada cakupan penelitian sehingga arah penelitian ke depannya dapat dikembangkan dalam fokus penelitian yang menggali peranan sosial agama dalam keputusan seorang wirausaha dan peran seorang wirausaha dalam perilaku dan pengembangan ekonomi.
12	Valliere (2008)	Studi kualitatif dari perspektif <i>Buddhist entrepreneurs</i> yang menggali bahwa nilai agama memiliki peranan yang penting dalam mengevaluasi dan mengeksplorasi peluang bisnis dan operasional bisnis. Keterbatasan studi ini adalah belum menggali bagaimana peranan sosial budaya dalam konteks agama dalam mendasari keputusan wirausaha dan peran atau identitas yang diberikan oleh wirausaha dalam perkembangan struktur sosial yang dinamis dan konteks perilaku ekonomi.
13	Wales (2016); Lumpkin dan Dess (1996); Wiklund dan Shepherd (2011).	Keterbatasan penelitian yang menggali aspek orientasi kewirausahaan melalui pendekatan kualitatif untuk memahami dan mengungkap keterkaitan konteks sosial budaya dengan orientasi kewirausahaan. Studi kualitatif dibutuhkan untuk memberikan kontribusi pada pembangunan teori dalam menghasilkan kongruensi yang erat antara teori dan praktik manajerial.

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
14	Sulung <i>et al.</i> ,(2020)	Studi yang dilakukan pada <i>setting</i> penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara langsung terhadap niat atau motivasi berwirausaha dan berperan sebagai moderator pada niat untuk berwirausaha.
15	Anggadwita <i>et al.</i> , (2017); Machmud dan Hidayat (2020); Games <i>et al.</i> , (2020); Lisnawati, dan Ahman (2019); Retsikas. (2017)	<p>Kesuksesan bisnis UKM di Indonesia dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam dan karakteristik kewirausahaan Syariah. Kewirausahaan yang dijalani berbasis nilai Islam dan Syariah ditujukan untuk mendapatkan rida Allah SWT sesuai dengan pelaksanaan kewirausahaan berdasarkan prinsip dan ajaran Islam.</p> <p>Motivasi internal wirausaha bersumber dari motivasi berdasarkan ajaran agama Islam dalam Al-Qur'an dan Sunah sehingga mampu memberdayakan diri untuk meraih keunggulan dan memaksimalkan potensi dalam kewirausahaan. Terdapat hubungan antara nilai-nilai pribadi yaitu tingkat religiusitas dengan pelaksanaan inovasi usaha kecil dan menengah (UKM).</p>

Berdasarkan Tabel 2.1, tampak bahwa terdapat celah penelitian terkait peranan agama dalam orientasi atau tindakan kewirausahaan, dengan bervariasinya hasil temuan tersebut dan terbatasnya penelitian yang menggali dari sudut pandang wirausaha dalam konteks agama Buddha dan perspektif Buddhist Economics. Celah penelitian tersebut menjadi tuntutan untuk dilakukannya pengkajian ulang dalam penelitian ini selain juga melakukan penguatan konsepsi tentang pengaruh agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan dari sudut pandang wirausaha dalam konteks perspektif agama Buddha dan Buddhist Economics.

Penelitian yang ada masih terpusat pada peranan nilai-nilai yang dimiliki oleh pelaku usaha yang mendasari motivasi berwirausaha, pembentukan usaha, kinerja wirausaha, physical health and psychological well-being, namun belum memberikan gambaran mengenai peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan dalam mencapai keberlangsungan usaha. Dibutuhkan suatu penelitian berupa penelitian lapangan dan studi kasus. Penelitian lanjutan dengan menggunakan pendekatan kualitatif diperlukan untuk menggali koneksi yang kaya antara nilai-nilai pribadi agama dalam kehidupan wirausaha, keputusan keuangan dan kinerja usaha dalam area pengukuran yang bersifat personal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan desain penelitian fenomenologi untuk memberikan eksplorasi yang mendalam atas peranan agama dan nilainya dalam konteks agama Buddha dan perspektif Buddhist Economics dalam mendasari orientasi wirausaha dengan kaitannya dalam entrepreneurial venture. Penelitian-penelitian yang menggali peranan agama dan nilai-nilainya dalam konteks kewirausahaan di Indonesia masih didominasi pada konteks nilai-nilai Islam dan Syariah. Keterbatasan tersebut memberikan dasar bagi penelitian ini untuk memahami dan mengungkap peranan agama Buddha dan nilai-nilainya dalam kewirausahaan khususnya orientasi kewirausahaan.

Penelitian ini juga menggali pada sisi orientasi kewirausahaan dalam konteks Keputusan keuangan khususnya peranan agama Buddha dan nilai-nilainya dalam perspektif Buddhist Economics. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji keterkaitan tersebut yang ditunjukkan dalam Tabel dibawah ini yaitu:

Tabel 2.2

Kajian Empiris Peranan Agama Dalam Keputusan Keuangan

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Jenis Penelitian	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
1	Baxamusa dan Jalal (2014)	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sampel dari perusahaan internasional.	<p>Studi perbandingan struktur modal perusahaan antara perusahaan yang berlokasi pada area dengan mayoritas agama Katolik dengan mayoritas agama Protestan.</p> <p>Perusahaan yang berlokasi di perusahaan dengan mayoritas agama Katolik memiliki komposisi struktur modal dengan lebih banyak hutang dan lebih sedikit ekuitas.</p>
2	Jiang <i>et al.</i> , (2015)	Pendekatan kuantitatif berdasarkan survei China 2008 yang mencakup data tentang agama pengusaha, jenis kelamin, usia, pengalaman bisnis sebelumnya, tingkat pendidikan, dan kepemilikan saham dari perusahaan keluarga.	<p>Tingkat religiusitas yang tinggi akan meningkatkan tingkat hutang dan kepemilikan yang lebih rendah terhadap aset tetap dan aset tidak berwujud serta tingkat risiko yang lebih rendah.</p> <p>Perusahaan dimana pemiliknya adalah wirausaha yang menganut keyakinan agama pada konteks agama Barat akan memiliki tingkat risiko yang lebih rendah.</p>
3	Ferguson <i>et al.</i> , (2014)	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan regresi multinomial logistic.	<p><i>Religious Orthodoxy</i> berhubungan negatif dengan <i>Entrepreneurial Risk Taking</i>.</p> <p>Kepercayaan agama merupakan faktor yang menonjol dalam menentukan preferensi risiko</p>

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Jenis Penelitian	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
4	Bizri <i>et al.</i> , (2018)	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teori <i>Planned Behaviour</i> Ajzen untuk menggambarkan pengaruh faktor motivasi non ekonomi pada keputusan pembiayaan perusahaan keluarga.	Sikap pribadi pemilik atau manajer mempengaruhi keputusan pembiayaan khususnya terkait dengan kepercayaan agama yang dipengaruhi oleh tekanan keluarga maupun sosial.
5	Vaznyte and Andries (2019)	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sampel 4456 perusahaan baru di Jerman.	Orientasi kewirausahaan dipengaruhi oleh karakteristik lingkungan dan organisasi yang juga mempengaruhi bentuk dan jenis pembiayaan dari wirausaha. Hirarki pembiayaan tradisional sesuai dengan teori <i>Pecking Order</i> yang cenderung diterapkan oleh wirausaha pemula dalam kondisi ketika tingkat orientasi kewirausahaan rendah.
6	Mason <i>et al.</i> , (2015); Hartsfield <i>et al.</i> , 2008	Pendekatan kuantitatif pada 300 usaha kecil dan menengah (UKM) yang berlokasi di Provinsi Udine (timur laut Italia) dan Wilayah Kärtner (Austria Selatan)	Terdapat interaksi antara hutang dengan dimensi orientasi kewirausahaan yaitu dimensi risiko dan agresivitas kompetitif dimana tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi akan meningkatkan kemampuan merancang aktif rencana strategis perusahaan dan mengidentifikasi kebutuhan sumber daya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan menangkap peluang baru.

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Jenis Penelitian	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
7	Levinson dan Peng (2007)	Pendekatan kuantitatif dengan studi empiris pada perbedaan latar belakang budaya di Amerika Serikat dan Tiongkok dalam mempengaruhi pengambilan keputusan ekonomi dan keuangan	Pengambilan keputusan ekonomi dan keuangan dipengaruhi oleh latar belakang budaya.. Perbedaan latar belakang budaya memberikan pengaruh kepada perbedaan penilaian keputusan keuangan dan penilaian kepemilikan properti. Konteks sosial dan informasi kontekstual juga memiliki pengaruh dalam penilaian keputusan ekonomi dan keuangan.

Berdasarkan Tabel 2.2, penelitian terdahulu terkait peranan agama dan nilai-nilainya dalam keputusan keuangan wirausaha cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada umumnya penelitian perilaku keuangan menggunakan paradigma fungsional (kuantitatif) yang memiliki keterbatasan dalam memahami dan memaknai secara mendalam subjek penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan paradigma interpretive (penelitian kualitatif) untuk mengungkap esensi dari pengalaman subjektif perilaku dan bentuk pilihan UKW Buddhis di Kota Bekasi dalam pengambilan keputusan keuangan, sehingga meraih kesuksesan berdasarkan nilai-nilai agamis yang melatarbelakanginya

Kesenjangan paradigma dan pendekatan tersebut memberikan suatu landasan bagi penelitian ini untuk menggali bagaimana orientasi kewirausahaan pada dimensi risk-taking dan keputusan keuangan wirausaha ditinjau dari perspektif individu. Kesenjangan tersebut memberikan relevansi bagi penelitian

perilaku keuangan dalam menggunakan pendekatan multi paradigma, khususnya paradigma interpretive (Ricciardi dan Simon, 2000). Paradigma ini dapat digunakan untuk memahami dan mengungkap makna esensi perilaku risk-taking dari orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan wirausaha melalui desain penelitian fenomenologi. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengatasi kesenjangan melalui pendekatan secara kualitatif untuk menangkap bagaimana kepercayaan yang dikembangkan secara internal oleh wirausaha (Fang et al., 2013) dalam mendasari perilaku risk-taking dari orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan wirausaha. Penelitian ini menggambarkan interaksi antara nilai-nilai religi dengan entrepreneurial venture khususnya pada keputusan keuangan. Selain juga, penelitian ini ditujukan untuk mengisi kesejangan dalam penelitian perilaku keuangan pada terbatasnya penelitian yang menggali peranan budaya dalam mendasari keputusan ekonomi, keuangan (Levinson dan Peng, 2007) dalam konteks agama Buddha dan nilai-nilainya .

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan celah penelitian dalam peran agama dan nilainya dalam pencapaian kinerja wirausaha yang ditunjukkan dalam temuan penelitian pada Tabel 2.3 yaitu

Tabel 2.3

Celah Penelitian Peranan Agama Dalam Kinerja Wirausaha

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
1	Ibrahim <i>et al.</i> , (1991)	Terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara nilai-nilai agama dengan kinerja wirausaha seperti pertumbuhan usaha, produktifitas dan kinerja modal manusia

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
2	Li <i>et al.</i> , (2019); Gill dan Mathur, (2018)	Keyakinan agama dan faktor gender mendorong keterlibatan pada tanggung jawab sosial khususnya bilamana wirausaha tersebut adalah wanita. Selain itu, keyakinan agama juga mendorong rendahnya biaya pinjaman.
3	Hassan <i>et al.</i> , (2015)	Pengalaman bisnis dan kinerja bisnis dipengaruhi oleh agama atau kepercayaan.
4	Baharun dan Kamarudin (2001); Cheung dan King (2004)	Nilai agama tidak mempengaruhi pencapaian kinerja wirausaha dan nilai-nilai spiritual yang dimiliki oleh wirausaha memberikan kerugian kompetitif khususnya dalam pencapaian kinerja keuangan wirausaha.
5	Dilmaghani (2011)	Religiusitas memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap pendapatan.
6	Balog <i>et al.</i> , (2014); Cornwall dan Naughton, (2003); Joyner <i>et al.</i> , (2002); Bakke (2005)	Area pengukuran kinerja dapat dijadikan topik pengembangan penelitian yang tidak terfokus pada pengukuran keuangan secara tradisional namun kepada pengukuran manfaat berdasarkan pencapaian yang lebih personal seperti ketercapaian dalam hal memberi kembali kepada komunitas, pengembangan sumber daya manusia, penciptaan lapangan kerja, maupun pencapaian tujuan spiritual.
7	Gorgievski dan Stephan (2016); Baron dan Henry (2011); Fisher <i>et al.</i> , (2014); Gorgievski <i>et al.</i> , (2011)	Dalam studi kewirausahaan terdapat keterbatasan dan kurangnya perkembangan akan studi yang mengeksplorasi makna kinerja wirausaha dalam konteks kesuksesan kewirausahaan dalam basis nilai personal atau subyektif.
8	Chowdhury (2018); Zaman <i>et al.</i> , (2018), dan Ketola <i>et al.</i> , (2009)	Motivasi intrinsik religiusitas yaitu keyakinan agama berperan penting dalam meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian wirausaha terhadap kesejahteraan lingkungan. Keyakinan agama membentuk perilaku wirausaha akan praktek pelaksanaan tanggung jawab sosial.

No.	Kajian Empiris Terdahulu	Hasil dan Temuan Kajian Empiris
9	Wisker <i>et al.</i> , (2020)	<p>Studi <i>mixed method</i> yang ditujukan untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap kinerja tanggung jawab sosial perusahaan kecil dan menengah di North of Island, Selandia Baru serta perbedaan pengaruh tersebut dalam konteks tiga agama yaitu agama Kristen, Islam dan Hindu.</p> <p>Studi tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif signifikan antara agama dengan keyakinan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan data kualitatif menunjukkan bahwa tidak ada signifikansi perbedaan dalam tiga agama dalam menunjukkan peranan religiusitas dalam kinerja tanggung jawab sosial perusahaan kecil dan menengah.</p>

Berdasarkan Tabel 2.3, terdapat celah penelitian pada peranan agama dalam mendasari kinerja wirausaha yang ditunjukkan dengan bervariasinya hasil temuan. Kesenjangan penelitian juga ditunjukkan pada penelitian yang menggali dari sudut pandang wirausaha Buddhis dalam konteks agama Buddha dan perspektif Buddhist Economics. Kesenjangan tersebut menjadi tuntutan untuk dilakukannya pengkajian ulang dan penguatan konsepsi tentang peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari kinerja wirausaha dari sudut pandang UKW Buddhis dalam konteks perspektif agama Buddha dan Buddhist Economics. Penelitian ini tidak menitikberatkan peranan nilai-nilai agama dalam pencapaian kinerja bisnis dari perspektif pengukuran obyektif seperti ukuran kinerja finansial, namun lebih menekankan pada pengkajian peranan agama dan nilai-nilainya dalam setting penelitian pada wirausaha dalam konteks agama Buddha dan perspektif Buddhist Economics dalam hal pengukuran manfaat yang bersifat personal.

Penelitian ini juga ditujukan untuk memahami dan mengungkap pengukuran kinerja wirausaha pada konteks kebermanfaatan usaha dalam nilai-nilai agama Buddha yang diharapkan dapat memberikan suatu gambaran mengenai implementasi kinerja wirausaha dalam konteks nilai-nilai agama Buddha dan perspektif Buddhist Economics. Luaran penelitian ini diharapkan memberikan gambaran peranan agama sebagai mekanisme instrumental dalam mendorong peran wirausaha dalam membentuk lingkungan usaha dan ekonomi serta identitasnya sebagai seorang wirausaha. Penelitian ini mengeksplorasi peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha sebagai bentuk pemahaman dan penilaian individu pelaku usaha atas pencapaian kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi keterbatasan akan penelitian yang menggali kinerja wirausaha dari pengukuran personal dengan mengeksplorasi interpretasi kinerja kesuksesan kewirausahaan melalui pendekatan kualitatif sehingga dihasilkan representasi yang terintegrasi dan holistik.

2.8 Alur Pikir Penelitian

Fenomena kesuksesan UKW Buddhis di Kota Bekasi yang mampu bertahan di antara UKW Buddhis lainnya yang mengalami kegagalan usaha memberikan dasar bagi penelitian ini untuk memahami dan mengungkap peranan agama Buddha dan nilai-nilainya dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Budaya memiliki peranan dalam mendorong dan mengeksplorasi implikasi dalam orientasi kewirausahaan (Burgelman, 1983). Perilaku keuangan mengemukakan peran perspektif manusia terhadap apa, mengapa dan bagaimana suatu keputusan keuangan (Ricciardi dan Simon, 2000) sehingga memberikan suatu relevansi akan penggunaan multi paradigma

termasuk paradigma interpretif. Paradigma penelitian keuangan dibentuk pada kontinum dari empat paradigma penelitian yaitu paradigma functionalist, radical structuralist, radical humanist dan interpretive (Burrell dan Morgan, 1979). Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif melalui pendekatan kualitatif dalam menggali dan mengungkap peran elemen budaya yaitu agama Buddha dan nilai-nilainya.

Pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan penelitian yang berupaya untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang tidak memerlukan kuantifikasi atau yang tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999). Data penelitian yang dikumpulkan berupa data lisan, tulisan, tindakan, ataupun artefak yang diperoleh dari sumber informasi yaitu UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi. Kata-kata dan tindakan informan yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama dan didokumentasikan melalui catatan tertulis dan pengambilan foto. Sumber data lain seperti buku-buku, dokumen, dan informasi lain sebagainya juga tidak dapat diabaikan karena merupakan pelengkap untuk mengkonstruksikan realitas yang ada.

Paradigma interpretif (Creswell, 1998) yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang tempat dan waktunya secara alamiah. Paradigma ini memungkinkan untuk dilakukan interpretasi secara kualitatif atas data- data penelitian yang telah diperoleh. Selain itu, penelitian ini memberikan peluang yang besar untuk dibuat interpretasi-interpretasi alternatif. Paradigma interpretif menggambarkan bahwa dasar dari realita sosial merupakan suatu definisi yang fleksibel yang bersumber dari interaksi manusia yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan kejadian sosial (Neuman, 2006). Arah pengembangan penelitian ini adalah berawal dari realitas

UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi dimana dalam kesuksesannya tersebut melekat nilai-nilai agama Buddha. Realitas tersebut bersifat subyektif, problematik, holistik dan menggambarkan suatu konstruksi sosial dimana interaksi sosial berlangsung .

Hal ini terlihat pada Gambar alur pikir penelitian yaitu:

Gambar 2.2

Alur Pikir Penelitian



Pada Gambar 2.2 dapat digambarkan bahwa penelitian ini bermula dari adanya kekaguman atas fenomena keberhasilan bisnis UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi dimana pada praktik penerapan usahanya melekat nilai-nilai agama yang mendasari kesuksesan usahanya tersebut. Agama dan nilai-nilainya merupakan salah satu elemen dari dimensi budaya horizontal (Gullestrup, 2003) yang berperan penting dalam proses kewirausahaan maupun aktivitas bisnis pada suatu realitas sosial yang kompleks yang diwarnai oleh motif dan faktor sosial ekonomi. Penelitian ini ditujukan untuk memahami dan mengungkap peranan nilai-nilai agama Buddha sebagai salah satu elemen dari dimensi budaya horizontal dalam aktivitas dan peran dari UKW Buddhis pada perkembangan ekologi usaha yang dinamis serta perannya dalam memberikan suatu kerangka yang substansial bagi pembentukan perilaku ekonomi.

Penelitian ini menekankan pada besarnya peranan agama sebagai suatu fenomena budaya yang perseptif dimana nilai-nilainya dapat menciptakan suatu ekologi usaha melalui manifestasi implementasi nilai-nilai pada dimensi orientasi kewirausahaan dalam proses dan aktivitas wirausaha. Luaran dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu keterkaitan atas peranan agama dalam membentuk suatu ekologi usaha dalam lingkungan sosial budaya yang kritis melalui implikasi nilai-nilai agama dalam fenomena individu melalui ranah kontekstual yang mengarah kepada suatu perilaku ekonomi yang berdampak kepada fenomena pada karakteristik di level organisasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Penelitian

3.1.1 Asumsi Ontologis, Epistemologi dan Aksiologi

Asumsi ontologis dalam penelitian ini adalah bahwa setiap wirausaha dalam hal ini adalah UKW Buddhis berkaitan dengan orientasi kewirausahaan, pengambilan keputusan keuangan dan kinerja wirausaha yang ingin dicapainya. Dimensi orientasi kewirausahaan, pengambilan keputusan keuangan serta kinerja wirausaha adalah merupakan suatu fenomena yang secara realitas dapat dipahami melalui penuturan subyek penelitian yang mengalami proses tersebut. Asumsi ontologis dalam penelitian ini adalah realita bersifat subyektif dimana pengetahuan, pemahaman, pengalaman serta interaksi dengan pelaku subyek tersebut mengandung suatu makna yang penuh dari suatu realitas sosial yang akan dieksplorasi (Mason, 2002). Studi ini ditujukan untuk memperluas pengetahuan tentang kewirausahaan dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha melalui temuan-temuan baru yang dapat menjadi pengembangan dari ilmu manajemen stratejik yakni teori kewirausahaan. Studi ini juga memberikan temuan pada perkembangan ilmu manajemen keuangan dalam keputusan keuangan yang memiliki ruang yang terbuka untuk aspek budaya dalam konteks agama. Penelitian ini bermanfaat untuk mengisi celah melalui aspek agamis dalam kewirausahaan pada konteks orientasi dan kinerja wirausaha, dan keputusan keuangan. Burrell dan Morgan (1979) menyatakan bahwa studi post-positivisme melalui suatu pendekatan subyektif

dapat digunakan untuk mendapatkan pengetahuan langsung dari subtyek yang diteliti berdasarkan pengalaman.

Asumsi epistemologi dalam penelitian ini adalah untuk memahami dan mengungkap peranan agama Buddha dan nilai-nilainya dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha yang hanya dapat dipahami dan diungkap secara interpretif terhadap apa yang dialami oleh subyek melalui penuturan yang disampaikan oleh subyek. Peneliti dalam hal ini berinteraksi dengan subyek yang diteliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai realitas UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan tradisi penelitian fenomenologis, dalam istilah Lindlof (1995) disebut dengan paradigm interpretif (Creswell, 1998) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang tempat dan waktunya secara alamiah. Paradigma ini digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan kejadian sosial yang bersumber dari interaksi dengan berfokus kepada pemahaman dan interpretasi bahasa dalam realitas UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi.

Asumsi aksiologi dalam penelitian ini adalah untuk mengungkap peranan agama Buddha dan nilai-nilainya sebagai suatu sistem informal dan mekanisme yang mendasari perilaku ekonomi UKW Buddhis dalam pengambilan keputusan kewirausahaan. Penelitian ini mengungkap bahwa Buddhisme berperan sebagai suatu sistem dengan norma dan nilai yang membentuk perilaku etis UKW Buddhis dalam kewirausahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa norma sosial agama dapat berperan dalam kontekstual eksternal dalam mendasari perspesi dan keputusan UKW Buddhis dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha. Wirausaha Buddhis menggambarkan

manifestasi agama Buddha dan nilai-nilainya dalam desain artefak kewirausahaan yang dijalani. Penelitian ini menggambarkan peranan agama Buddha dan nilai-nilainya dalam praktik kewirausahaan sebagai bentuk manifestasi perwujudan keselarasan penerapan agama dan nilai-nilainya dalam aktivitas bisnis kewirausahaan. Esensi pengalaman UKW Buddhis mengungkap akulturasi agama dan nilai-nilainya dalam pembentukan karakter wirausaha maupun dalam praktik kewirausahaan khususnya dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Penelitian ini menggambarkan upaya UKW Buddhis dalam menyeimbangkan penerapan agama Buddha dan nilai-nilainya dengan pemenuhan tuntutan kebutuhan kewirausahaan yang dimanifestasikan dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dengan tujuan pembentukan kewirausahaan yang etis dan pencapaian kesejahteraan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif fenomenologi yang bertujuan untuk memahami makna, kejadian, gejala yang timbul, dan atau interaksi bagi individu dalam kondisi dan situasi tertentu dalam kehidupan yang menekankan pada historis dan motif individu. Pendekatan kualitatif tidak digunakan untuk tujuan generalisasi namun penekanannya lebih kepada memaknai kesesuaian data dengan fakta. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses induktif yang mengorganisasikan data ke dalam kategori serta mengidentifikasi hubungan yang terdapat di antara kategori sehingga data dan makna muncul secara organik dalam suatu konteks penelitian (McMillan dan Schumacher, 1993)

Penelitian kualitatif dilaksanakan berdasarkan asumsi dan perspektif (Wiersma, 1995) yaitu suatu fenomena harus dipandang secara holistik yang tidak memungkinkan untuk mereduksi fenomena yang kompleks menjadi beberapa faktor yang independen. Penelitian ini tidak memberikan suatu asumsi dan batasan dan menitikberatkan pada pengumpulan dan perekaman pada apa yang diamati secara akurat dan netral sebagai realitas yang menghasilkan suatu kesimpulan post hoc dari data. Arah logika teori dalam penelitian ini adalah bersifat induktif yang arah pengembangannya berasal dari UKW Buddhis di Kota Bekasi yang sukses. Realitas tersebut bersifat subyektif dan holistik yang menggambarkan suatu konstruksi sosial.

3.2.2 Paradigma Interpretatif Sebagai Landasan Penelitian Kualitatif

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini paradigma interpretatif yang bertujuan untuk mengungkap bagaimana partisipan memaknai dunianya secara individu maupun secara sosial dengan penekanan kepada persepsi atau pendapat individu tentang suatu obyek atau peristiwa (Smith et al., 2009). Analisis fenomenologis interpretatif melihat individu memandang dunia dengan cara yang berbeda yang sangat dipengaruhi oleh kepribadian, pengalaman dan motivasi kehidupan sebelumnya. Desain penelitian ini ditujukan untuk mengeksplorasi, pemahaman makna subyektif yang muncul dari peristiwa atau pengalaman dari masing-masing partisipan (Smith et al., 2009). Paradigma interpretatif ini ditujukan untuk menafsirkan dan memahami kehidupan sosial yang menekankan pada makna dan pemahaman dalam realitas UKW Buddhis sukses di Kota Bekasi.

3.2.3 Fenomenologi Sebagai Desain Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan desain fenomenologi yang meletakkan teori secara kritis dengan mempelajari segala sesuatu dengan cara tertentu yang tampil dalam kesadaran sebagai sesuatu yang nyata atau hasil rekaan yang berupa gagasan. Asumsi dalam fenomenologi adalah individu melakukan interaksi dengan sesamanya dan menghasilkan banyak cara penafsiran pengalaman sehingga makna dari pengalaman itulah yang sebenarnya membentuk realitas tindakan yang ditampakkan. Proses interaksi dalam desain fenomenologi adalah partisipan menyatakan dirinya sendiri tentang sesuatu dan bereaksi terhadap sesuatu yang muncul yang dapat dimaknai. Proses tersebut merupakan proses psikologis dimana individu melakukan komunikasi dengan dirinya sendiri. Hasil komunikasi tersebut kemudian diinterpretasikan menjadi sesuatu yang bermakna dimana makna tersebut akan dipilih, diperiksa, ditangguhkan dan ditransformasikan ke dalam situasi dimana partisipan tersebut berada yang mengarahkannya pada suatu tindakan.

Proses penelitian dalam desain penelitian fenomenologi ini adalah melakukan pemilihan atas suatu fenomena yang dilanjutkan dengan mengidentifikasi pertanyaan penelitian umum setelah entri diperoleh dan hubungan (atau kepercayaan) terbentuk maka pertanyaan penelitian disempurnakan untuk menjadi lebih besar, tersegmentasi dan fokus. Temuan penelitian disusun dalam suatu narasi yang terperinci yang mengeksplorasi tema serta pola yang muncul dari analisis data dan reduksi data untuk kemudian disesuaikan dengan konteks dari fenomena penelitian.

Langkah-langkah prosedur fenomenologi menurut Creswell (2007) adalah sebagai berikut yaitu:

1. Penelitian bermula dengan menentukan bahwa masalah penelitian paling tepat dikaji dengan pendekatan fenomenologi.
2. Fenomena yang menarik untuk dikaji yang selanjutnya akan diidentifikasi dari what it means to be underweight, atau what it means to be wrestler.
3. Pelaksanaan penelitian mempertimbangkan dan mengkhususkan perluasan aspek psikologi dari fenomenologi. Dalam konteks ini, dilakukan bracketing sebisa mungkin, sehingga aspek pribadi dari peneliti tidak mempengaruhi hasil penggalan data. Dengan cara ini, pelaksanaan penelitian dapat memisahkan pengalaman pribadi peneliti dengan objective reality yang dikaji. Proses bracketing menempatkan fenomena dalam suatu keranjang dengan tujuan untuk memisahkan hal-hal yang dapat mengganggu kemurnian hasil melalui suatu pertimbangan atas relevansi dengan deskripsi tema. Pernyataan yang relevan akan masuk ke dalam bracket sedangkan pernyataan yang tidak relevan akan di eliminir.
4. Data dikumpulkan dari individu-individu yang memiliki pengalaman berupa data in depth interview dan multiple interview dengan partisipan.
5. Partisipan diminta untuk menjawab dua hal, yaitu general question.: (1) apa pengalaman Anda terkait fenomenologi ini, dan (2) situasi atau konteks apa yang mempengaruhi pengalaman Anda atas fenomenologi ini?.
6. Analisis data dilakukan pada keseluruhan data yang terkumpul (transkrip interview) dan memfokuskan kepada "significant statement" atau kalimat yang menggambarkan pemahaman bagaimana pengalaman partisipan atas fenomenologi yang dikaji. Tahap ini disebut pula sebagai

horizontalization. Tahap selanjutnya adalah pembuatan pengelompokan makna (cluster meaning) yang signifikan ke dalam tema (theme).

7. Statement dan tema selanjutnya digunakan untuk mendeskripsikan apa yang menjadi pengalaman partisipan (textural description). Hal ini digunakan juga untuk mendeskripsikan konteks atau kondisi yang mempengaruhi pengalaman partisipan atas fenomenologi itu. Hal ini disebut pula sebagai imaginative variation atau structural description.
8. Berdasarkan structural description dan textural description, proses selanjutnya adalah penulisan deskripsi lengkap yang menggambarkan "essense" dari fenomena. Hal ini disebut pula sebagai essential invariant structure (essense). Pada tahapan ini dilakukan sintesis makna dan esensi fenomena-fenomena orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dari UKW Buddhis yang sukses. Sintesis makna dan esensi fenomena-fenomena tersebut menggunakan nilai-nilai agama Buddha sebagai penjelas dan penguat fenomena.

Fokus fenomenologi adalah esensi dan gejala-gejala yang muncul dari suatu fenomena yang mengandung makna sehingga memerlukan suatu pemahaman interpretatif untuk dapat mengungkap suatu noumena yang terdapat dalam suatu fenomena (Fatchan, 2013). Penelitian ini menggunakan fokus fenomenologi Scheler dan Weber (1968) yang ditujukan untuk memahami motif dan arti atau makna tindakan manusia yang terkait dengan kausalitasnya. Fenomenologi Scheler dan Weber digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan pandangan retrospektif atas faktor-faktor yang menyebabkan (because of motives) yaitu agama sebagai salah satu elemen budaya horizontal dalam mendasari tindakan

dan keputusan UKW Buddhis dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Penggunaan fenomenologi Scheler dan Weber dapat digunakan untuk menjelaskan motif “sebab” yang mendasari UKW Buddhis dalam menerapkan nilai-nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Penekanan motif “sebab” yang digunakan dalam fenomenologi Scheler dan Weber dapat memberikan suatu perspektif yang ekstensif dari konteks agama sebagai salah satu elemen budaya dalam memahami dan mengungkap peranannya sebagai sumber katalis dan tujuan atau intensi yang mendasari keputusan seorang wirausaha dan praktik kewirausahaan.

Penekanan fokus fenomenologi Scheler dan Weber (1968) terletak pada pengamatan hakikat berdasarkan penafsiran nilai dan pribadi (Subadi, 2006). Fokus analisis terletak pada individu sehingga penelitian ditujukan untuk mengungkap makna yang ada dibalik nilai yang ada sebagai gambaran atas pengalaman dari diri individu tersebut. Makna yang ada merupakan elemen kausal dari suatu tindakan dari individu yang bersifat subyektif yang menunjuk kepada makna dari individu tersebut yang mengalami proses intersubyektivitas dalam relasi berupa interaksi secara langsung antar individu yang berkarakteristik partikular atau spesifik yang disebabkan karena relasi antar individu.

Pada fenomenologi Scheler dan Weber (1968) suatu tindakan individu merupakan tindakan yang memiliki makna subjektif dari individu sendiri yang dilakukan berpijak pada rasionalitas nilai yang berlaku yang mengimplikasikan tujuan tertentu, bersifat nyata yang tidak terikat oleh waktu, melibatkan suatu penafsiran, pemikiran secara intelektual dan emosi serta memiliki suatu

kesengajaan (Chojnacki, 2018). Pemahaman akan budaya, kondisi sosial politik serta struktur ekonomi diperlukan untuk memahami suatu nomena.

Penelitian ini masuk ke dalam konseptual Buddhist Economics yang mengintegrasikan ilmu ekonomi dengan ajaran agama Buddha (Schumacher, 1973) yaitu Dhamma dengan penekanan pada pertimbangan nilai etika dan keharmonisan dari realitas sebab akibat yang muncul dari aktivitas ekonomi. Ekonomi Buddhis dalam penelitian ini menekankan pada upaya UKW Buddhis untuk menyeleraskan pencapaian kesejahteraan materi melalui aktivitas kewirausahaan dengan penerapan agama Buddha dan nilai-nilainya. Desain fenomenologi pada penelitian ini berfokus pada esensi pengalaman dari subyek penelitian sehingga mampu memahami apa dan bagaimana makna yang disusun di sekitar berbagai kejadian dalam kewirausahaan khususnya pada orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Desain fenomenologi ini juga dilandasi oleh keyakinan bahwa masing-masing UKW Buddhis memiliki beragam cara untuk menafsirkan, menginterpretasikan pengalamannya melalui suatu interaksi dengan masyarakat sehingga makna pengalaman tersebut membentuk suatu kenyataan atau realitas yang berupa konstruksi sosial dari masing-masing UKW Buddhis.

3.3 Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi dikarenakan:

1. Terdapat fenomena UKW Buddhis yang sukses dan mampu bertahan, bersaing dan bahkan berkembang (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi) melebihi wirausaha yang konvensional. Perilaku bisnis UKW Buddhis yang sukses melekat nilai-nilai agama Buddha yang

dianutnya mulai dari pembentukan usaha, pengambilan keputusan bisnis maupun dalam kebermanfaatannya dalam kinerja wirausaha yang dijalannya yang menghantarnya mencapai suatu kesuksesan

2. Kota Bekasi merupakan gambaran dari miniatur Indonesia yang terdiri dari beragam budaya, etnis, agama dan latar belakang lainnya namun mampu menjaga keharmonisan dan persatuan yang menjadi modal yang kuat dalam mencapai visi Kota Bekasi sebagai “Bekasi yang Cerdas, Kreatif, Maju, Sejahtera dan Ihsan. Adanya dukungan yang kuat dari Pemerintah Kota Bekasi dan situasi dan kondisi yang harmonis dan rukun melalui perwujudan kerukunan umat, rasa kebersamaan yang tinggi, persatuan dan kesatuan yang erat dari masyarakat Kota Bekasi memberikan kondisi usaha yang memadai bagi perkembangan UMKM di Kota Bekasi. Kondisi serta iklim usaha yang memadai tersebutlah yang menjadi salah satu faktor dari keberhasilan dan keberlangsungan usaha dari UKW Buddhis yang ada di kota Bekasi dalam menjalankan usahanya.
3. Pemerintah Kota Bekasi memiliki upaya-upaya yang strategis untuk perkembangan UMKM di Kota Bekasi. UMKM di Kota Bekasi memiliki peranan yang strategis dalam menopang dan berperan sebagai katalisator perekonomian Kota Bekasi. UKW Buddhis yang berada di Kota Bekasi telah menjalani bisnis dan menjadi pelaku usaha UMKM selama puluhan tahun dimana beberapa usaha tersebut merupakan usaha yang telah diwarisi oleh antar generasi. Kesuksesan UKW Buddhis di Kota Bekasi menunjukkan adanya keberlangsungan usaha yang dijalani oleh UKW Buddhis yang ada di Kota Bekasi yang tidak terlepas dari peranan

serta upaya pembinaan, pemberdayaan dan peningkatan kapasitas daya saing yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi.

Pemerintah Kota Bekasi memiliki fokus untuk meningkatkan produktifitas dan kemampuan sumber daya manusia para pelaku usaha mikro yang bertujuan pada kenaikan kelas usaha dari usaha mikro menjadi usaha kecil. Fokus tersebut diwujudkan melalui program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif serta program penciptaan iklim usaha yang kondusif. Upaya strategis tersebut selaras dengan fokus penelitian yaitu pelaku usaha kecil yang memegang peranan penting dalam katalisator perekonomian.

3.4 Informan dan Kehadiran Peneliti

3.4.1 Informan

Pertemuan dengan informan kunci dalam penelitian ini adalah bermula dari wawancara dengan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kota Bekasi. Wawancara ditujukan untuk menggali peran Pemerintah Kota Bekasi dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi para pelaku usaha di Kota Bekasi melalui program Pemerintah yang bertujuan untuk menjaga kerukunan umat beragama di Kota Bekasi. Kesbangpol Kota Bekasi memiliki garis koordinasi dengan forum bentukan Pemerintah Kota Bekasi yaitu Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Bekasi yang dibentuk dengan tujuan untuk menjaga stabilitas kerukunan umat beragama di Kota Bekasi.

Berdasarkan arahan dari Kesbangpol Kota Bekasi maka dilakukan wawancara dengan Ketua FKUB Kota Bekasi dan melaksanakan Focus Group Discussion (FGD) dengan para anggota pengurus FKUB Kota Bekasi yang merupakan perwakilan dari masing-masing agama di Kota Bekasi. Wawancara dan FGD dengan FKUB Kota Bekasi bertujuan untuk menggali program-program Pemerintah Kota Bekasi dalam menjaga dan mempertahankan stabilitas kerukunan umat beragama di Kota Bekasi. Perkenalan dengan informan kunci dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan FGD dengan FKUB Kota Bekasi.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah anggota FKUB Kota Bekasi yang merupakan perwakilan agama Buddha di Kota Bekasi selain juga merupakan pemuka agama Buddha di Kota Bekasi. Melalui informasi yang disampaikan oleh informan kunci tersebut, perkenalan dengan informan pertama dilakukan dengan sebelumnya terlebih dahulu menyampaikan kriteria dasar dari informan penelitian kepada informan kunci. Kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang mengalami fenomena yang diteliti. Informan yang diperlukan dalam penelitian ini adalah UKW Buddhis yang sukses dan memiliki pengalaman dan realitas yang secara sadar dalam memmanifestasikan orientasi kewirausahaan, pengambilan keputusan keuangan dan pengamalan nilai-nilai agama Buddha dalam konteks kinerja wirausaha yang mampu meraih kesuksesan usaha serta memiliki kemampuan untuk mengungkapkan gambaran yang menyeluruh dari pengalamannya tersebut.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah

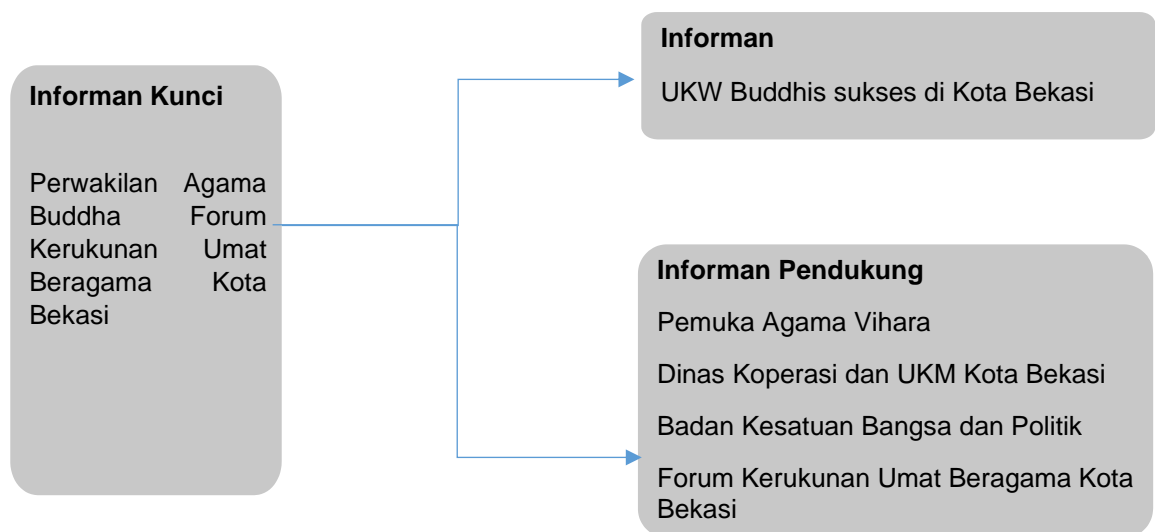
- a. UKW Buddhis dengan kriteria skala usaha merujuk kepada definisi UMKM sesuai dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008.
- b. UKW Buddhis yang memiliki kesuksesan usaha, yaitu wirausaha yang mampu menghadapi berbagai tantangan dan kendala dalam berbagai situasi usaha serta mampu bertahan, berkembang serta memiliki daya saing dengan usaha lain yang sejenis (Karimi et al, 2012; Widjajani dan Yudoko, 2010). Konsep wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mampu mempertahankan usahanya dibawah kepemilikan dan manajemen yang sama (Pretorius, 2009). Wirausaha yang gagal adalah wirausaha dari bisnis yang gagal atau wirausaha yang tidak mampu mempertahankan usahanya (López- Núñez et al., 2020).

Informan pendukung dalam penelitian ini adalah Kepala Seksi Pembiayaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Bekasi, Staf bidang Kerukunan Umat Beragama dan Kemasyarakatan (Kebermas) Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kota Bekasi, dan Ketua serta Anggota Forum Kerukunan Umat Beragama Kota Bekasi. Informan pendukung tersebut berperan dalam memberikan gambaran mengenai kondisi dari UK di Kota Bekasi, fokus dan program Pemerintah Kota Bekasi dalam pengembangan UK dan penciptaan kerukunan dan stabilitas kehidupan beragama di Kota Bekasi dalam memberikan iklim usaha yang kondusif bagi perkembangan UK. Pemuka agama Vihara memiliki peran sebagai informan pendukung dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran ikhtisar nilai-nilai agama Buddha serta makna nilai-nilai tersebut dalam konstruksi kewirausahaan.

Tahapan alur penentuan informan penelitian digambarkan sebagai berikut yaitu:

Gambar 3.1

Bagan Alur Penentuan Informan



Tahapan penentuan informan selanjutnya berdasarkan informasi yang didapatkan dari jaringan informan pertama dan meluas ke jaringan informan berikutnya dengan mengikuti teknik snowball sampling. Data ataupun informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara kepada informan mengenai dimensi orientasi kewirausahaan, perilaku pengambilan keputusan keuangan dan kinerja perusahaan dalam hal basis nilai yang personal menurut nilai-nilai agama Buddha. Panduan wawancara berupa panduan pertanyaan dipersiapkan dan digunakan dalam proses wawancara sebagai acuan sehingga informasi-informasi penting yang diinginkan diperoleh meskipun selama proses wawancara juga digunakan pendekatan intuitif yang

digunakan untuk memastikan bahwa keunikan pengalaman dari masing-masing informan dapat tergambar. Setiap wawancara dilakukan proses perekaman secara audio.

Proses wawancara yang mendalam dilakukan untuk menggali informasi yang bersifat intensional melalui proses informan menceritakan pengalamannya secara mendalam. Wawancara dilakukan di rumah kediaman wirausaha, Vihara maupun lokasi usaha. Jumlah informan yang dibutuhkan adalah berdasarkan kriteria sampel jenuh. Kriteria sampel jenuh adalah bilamana informasi yang diberikan oleh informan adalah informasi yang berulang atau sama (Nieswiadomy, 2002) dan bukan merupakan informasi yang baru. Sampel dalam penelitian ini dipastikan memiliki kecukupan informan yang dapat memberikan suatu gambaran atas fenomena penelitian melalui keragaman pengalaman maupun pada keragaman jenis usaha.

Tahapan penentuan informan dapat diuraikan sebagai berikut yaitu:

Tahap pertama : Informasi mengenai informan pertama yaitu UKW Buddhis di Kota Bekasi diperoleh melalui informasi dari informan kunci yaitu perwakilan agama Buddha Forum Kerukunan Umat Beragama Kota Bekasi. Informasi yang didapatkan dari tahapan ini adalah informasi mengenai informan pertama yang sesuai dengan kriteria informan.

Tahap kedua: Pelaksanaan tahapan ini diawali dengan melakukan kontak kepada informan pertama dan meminta persetujuan dari informan tersebut untuk dapat berperan sebagai informan dalam penelitian ini. Dalam tahapan ini juga dilakukan observasi awal dengan melakukan pengamatan terhadap keberhasilannya dalam

menjalankan usaha. Setelah dilakukan observasi yang memadai terkait pemenuhan kriteria maka dilanjutkan dengan melakukan wawancara dengan informan pertama dengan melakukan observasi ke lokasi usaha dan melakukan dokumentasi.

Tahap ketiga: Dalam tahapan ini, informan pertama diminta kesediaannya untuk memberikan informasi mengenai informan berikutnya berdasarkan kriteria dari informan yang diharapkan dari penelitian ini. Berdasarkan informasi yang diterima dari informan pertama maka dilakukan observasi pengamatan usaha untuk mengetahui keberlangsungan serta kesuksesan usaha. Setelah dianggap memenuhi maka dilakukan proses menghubungi informan berikutnya yang direkomendasikan oleh informan pertama. Proses penentuan informan selanjutnya bergulir berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya. Pada tahapan ini, dilakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi kepada informan-informan tersebut.

Tahap keempat: Pada tahap ini dilakukan telaah atas hasil wawancara secara mendalam untuk melihat apakah informasi yang diperoleh sudah terpenuhi. Penelaahan hasil wawancara juga dilakukan untuk mengamati kecenderungan hasil wawancara dengan memeriksa apakah hasil wawancara berupa informasi yang berulang serta sudah mencapai tingkat saturasi atau kejenuhan. Bilamana informasi tersebut sudah mencapai tingkat kejenuhan maka penggalian informasi akan dihentikan.

3.4.2 Kehadiran Peneliti

Keterlibatan peneliti memegang peranan yang penting dalam memastikan keberhasilan penelitian yang dilakukan yaitu peneliti sebagai perencana, pelaksana dalam pengumpulan data penelitian dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan, observasi maupun dokumentasi, melakukan analisis maupun menafsirkan data sampai dengan tahap penyusunan proposisi penelitian.

Pelaksanaan setiap tahapan penelitian melibatkan peneliti yang dilakukan dengan persetujuan informan atau subyek peneliti (Moleong, 2002) melalui pendekatan dan hubungan baik dengan informan sehingga informan dapat secara terbuka menggambarkan pengalamannya atas fenomena penelitian ini. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa proses pengambilan data dapat dilakukan secara baik dan data atau informasi didapatkan secara lengkap dan valid sesuai dengan tujuan penelitian.

Proses pendekatan dengan informan dilakukan sejak satu tahun sebelum penelitian ini dimulai yaitu pada pertengahan tahun 2019 melalui perkenalan yang diawali oleh informan kunci penelitian ini yakni Perwakilan Agama Buddha pada Forum Kerukunan Umat Beragama Kota Bekasi. Informan kunci berperan dalam menjembatani perkenalan dengan informan pertama dalam penelitian ini yang memiliki jaringan hubungan yang luas dengan UKW Buddhis yang ada di Kota Bekasi. Informan pertama tersebut juga aktif sebagai salah satu pengurus Yayasan Kusalacitta dari Vihara Wisma Vipassana Kusalacitta. Salah satu cara pendekatan kepada informan yang terlibat dalam penelitian ini adalah dengan turut berperan serta dalam kegiatan-kegiatan sosial yang rutin melibatkan partisipasi UKW Buddhis di Kota Bekasi. Contoh kegiatan sosial tersebut adalah

pemberian bantuan bagi korban banjir di kawasan Bekasi, kegiatan peduli Covid-19 maupun kegiatan-kegiatan sosial lainnya.

Usaha-usaha lainnya adalah dengan rutin mengunjungi lokasi usaha UKW Buddhis menjalani usaha yang dilakukan sebagai upaya pendekatan dan sekaligus melakukan tahapan pra-lapangan untuk menggambarkan fenomena penelitian secara teoritis. Usaha pendekatan lainnya adalah dengan melakukan kegiatan-kegiatan sharing atau diskusi pengetahuan dan pengalaman dengan informan maupun anggota keluarga informan yang bertujuan untuk mendekatkan diri dan membina hubungan baik.

Salah satu contoh pelaksanaan observasi ke lokasi usaha dari informan ditunjukkan pada Gambar 3.2 dan 3.3 yaitu:

Gambar 3.2

Observasi Lokasi Usaha Informan (Ibu Padma)



Gambar 3.3**Observasi Lokasi Usaha Informan (Bapak Joni)**

Pelaksanaan penelitian ini dilandasi oleh kesadaran bahwa kerangka rujukan, pengalaman yang dimiliki oleh peneliti sebelumnya serta asumsi personal dapat muncul dan berpengaruh selama tahapan proses penelitian baik dalam tahapan pengumpulan maupun analisis data. Adanya bias yang timbul dari rujukan yang digunakan peneliti maupun pengalaman dan asumsi peneliti disadari dapat mempengaruhi hasil penelitian. Oleh karenanya, penelitian ini menggunakan prinsip-prinsip bahwa pelaksanaan penelitian mengesampingkan atau menanggukkan pemahaman yang dimiliki peneliti sebelumnya agar mampu menggali fenomena penelitian secara lebih spesifik, murni tanpa adanya bias dan secara lebih mendalam (Moustakas, 1994).

Penelitian ini menggunakan prinsip bracketing (Moustakas, 1994) dalam melihat fenomena pengalaman dari masing-masing informan dan menghindari bias dari prevalensi dalam mempelajari pengalaman-pengalaman informan dalam suatu fenomena. Prinsip bracketing tersebut digunakan mencapai kondisi transenden dalam mengungkap pengalaman informan pada tempat dan waktu yang berbeda. Asumsi yang dibangun adalah terdapat pengalaman-pengalaman yang menghubungkan UKW Buddhis yang sukses dalam manifestasi nilai-nilai Buddhis dalam praktik dan aktivitas kewirausahaan sehingga dapat dibangun suatu pola yang serupa pada pengalaman-pengalaman tersebut. Strategi yang digunakan untuk melaksanakan prinsip bracketing adalah dengan menggunakan strategi audit atas seluruh tahapan penelitian, membuat jurnal reflektif atas seluruh tahapan penelitian, dan evaluasi peer-debriefing.

3.5 Tahapan Penelitian Fenomenologi

Penelitian fenomenologi memerlukan suatu langkah-langkah dalam merancang, melaksanakan dan melaporkan hasil penelitian. Langkah-langkah ini terbagi menjadi tahapan pra lapangan dan tahapan penelitian lapangan yaitu:

1. Tahap pra lapangan

Tahapan ini merupakan proses pengamatan awal, persiapan pedoman pengamatan, persiapan pedoman wawancara, pemilihan lokasi penelitian, pemilihan model pengamatan, dan pemilihan model wawancara. Dalam tahapan pra lapangan ini dilakukan kunjungan untuk mengamati lokasi penelitian dimana UKW Buddhis melakukan kegiatan usahanya. Pada tahapan ini dilakukan proses wawancara awal dengan informan-informan yang ditentukan melalui tahapan

penentuan informan untuk menangkap fenomena yang ada pada UKW Buddhis di Kota Bekasi serta melakukan pengamatan terhadap subyek dan lingkungan usaha guna memperoleh gambaran umum.

Pada tahapan pra lapangan ini ditemukan permasalahan penelitian yang menjadi rujukan dalam menentukan fokus penelitian. Penyusunan permasalahan dalam penelitian ini memperhatikan syarat-syarat yaitu fenomena yang hendak diteliti mengisyaratkan munculnya nilai temuan yang berarti dan bermanfaat bagi pengembangan teori maupun bagi kepentingan masyarakat, fenomena yang diamati merupakan suatu masalah yang nyata dan hidup dalam kehidupan masyarakat selain juga memperhatikan ketersediaan referensi teoritis yang dapat digunakan sebagai perspektif untuk memahami dan menjelaskan fenomena tersebut. Hal lainnya adalah kepastian waktu penyelesaian penelitian untuk menggambarkan dan menggali fenomena tersebut, nilai etis dari suatu fenomena tersebut dan aksesibilitas pencarian dan pengumpulan data penelitian.

2. Tahapan Penelitian Lapangan

Tahapan penelitian lapangan mencakup tahapan mulai dari tahapan persiapan, proses hingga akhir yaitu:

a. Tahap Persiapan

Pada tahapan persiapan ini dilakukan penetapan informan-informan yang dianggap memiliki kesadaran dan pengetahuan terkait realitas objek penelitian sehingga dapat menjadi subyek penelitian. Tahapan persiapan ini juga melibatkan persiapan atas pedoman pengamatan terkait dengan aspek-aspek yang akan diamati oleh peneliti terkait dengan subyek penelitian, serta pedoman wawancara

yang mencakup substansi pertanyaan-pertanyaan dalam lingkungan yang spesifik yaitu pada lingkungan usaha UKW Buddhis di Kota Bekasi.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut didesain bersifat informal serta merupakan proses yang interaktif dan menggunakan open-ended comments and questions. Pertanyaan-pertanyaan tambahan diluar dari desain pertanyaan-pertanyaan diberikan untuk menggali informasi lebih mendalam. Bilamana jawaban informan meragukan maka akan dilakukan klarifikasi melalui pertanyaan atau refleksi pernyataan kembali kepada informan untuk mengecek akurasi dari informasi yang disampaikan. Semua informan dalam penelitian ini akan diberikan pertanyaan yang sama pada tahap awal wawancara sehingga masing-masing informan dapat menggambarkan pengalaman yang dimilikinya atas fenomena penelitian ini.

Tahapan persiapan ini juga melibatkan persiapan dalam membuat catatan hasil wawancara dan pengamatan. Penentuan jumlah informan pada penelitian ini adalah menggunakan snowball sampling yang dilakukan secara berantai. Dalam pelaksanaannya pertama kali akan dilakukan wawancara terhadap informan pertama yaitu wirausaha yang relevan, dan untuk selanjutnya wirausaha tersebut diminta untuk menunjuk calon informan lainnya yang memiliki spesifikasi yang tepat untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini. Teknik sampling tersebut menitikberatkan kecukupan informan pada titik redudansi. Adapun titik redudansi adalah bilamana tidak ada informasi baru yang akan datang dari informan (Polkinghorne, 1989; Lincoln dan Guba, 1985, 2013).

Kualitas informasi lebih esensial daripada kuantitas informasi dan kejenuhan terjadi ketika informan cenderung memberikan informasi yang sama daripada informasi baru (Nieswiadomy, 2002). Dalam desain penelitian fenomenologi, kualitas informan terletak pada bagaimana informan tersebut memberikan

informasi yang seluas-luasnya, sedalam-dalamnya serta sedetail mungkin atas ragam informasi yang ingin digali dalam penelitian ini. Acuan kriteria informan dalam penelitian ini adalah informan tersebut memiliki intensitas keterlibatan dalam informasi yang diberikan, masih terlibat secara aktif dalam kegiatan yang diinformasikan, informan dianggap mampu untuk memberikan informasi yang sebenar-benarnya tanpa ada rekayasa, dan informan dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman sehingga mampu memberikan informasi dengan luas, dalam dan detail (Spradley, 1980).

Pelaksanaan setiap tahapan penelitian melibatkan kehadiran peneliti di lokasi penelitian yang bertindak sebagai instrumen, perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis data, penafsir data serta melaporkan hasil penelitian yang diketahui dan disepakati oleh subyek dalam penelitian ini (Moleong, 2002). Hubungan baik dengan subyek penelitian dipertahankan sehingga proses pengumpulan data dapat dilakukan secara lengkap dan valid sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Tahap Proses

Tahapan proses ini mencakup tahapan pengambilan data yang dilakukan melalui wawancara yang mendalam untuk menggali masalah penelitian dalam bentuk wacana wawancara yang terbuka dengan kondisi yang bebas, santai yang mengarah kepada suatu dialog, diskusi atau konfirmasi untuk menemukan hubungan kausalitas antar tema atau antar substansi. Pelaksanaan wawancara hanya mengarah kepada topik pembicaraan dan bukan mengendalikan jawaban dari informan atau subjek penelitian. Tahapan pengumpulan data selain melakukan proses wawancara juga melakukan kegiatan dokumentasi berupa foto

atau gambar yang berhubungan dengan penelitian sebagai bentuk penelusuran terhadap fakta dan fenomena dari obyek penelitian (Creswell, 2007).

Pelaksanaan wawancara mendalam dilakukan pada ruang kantor Dinas Koperasi dan UKM, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik, Forum Kerukunan Umat Beragama serta ruang kantor Yayasan Vihara dan Vihara. Wawancara dengan informan dilaksanakan di lokasi usaha masing-masing wirausaha. Informasi atau data hasil wawancara akan direkam menggunakan alat perekam yang dipastikan memiliki tingkat kualitas yang baik sehingga dapat meredam distorsi informasi. Pada tahapan proses ini, pertanyaan deskriptif diajukan dalam bentuk pertanyaan kepada informan dengan tujuan untuk menggambarkan esensi pengalaman informan untuk kemudian dilakukan analisis terhadap hasil wawancara deskriptif dan membuat analisis domain dengan kertas kerja sebagai berikut yaitu:

Tabel 3.1
Kertas Kerja

<u>Pertanyaan:</u>				
.....				
No	Informan	Pernyataan Penting	Hubungan Semantis	Makna

Proses selanjutnya yang dilakukan setelah tahapan analisis domain adalah analisis taksonomi yang bertujuan untuk menghubungkan diantara semua istilah bahasa asli dalam domain yang telah dilakukan. Langkah-langkah dalam analisis

taksonomi antara lain yaitu memilih domain untuk analisis taksonomi, mengidentifikasi kerangka substansial yang tepat untuk analisis, mencari subset yang memungkinkan diantara beberapa istilah tercakup, mencari domain yang lebih besar dan inklusif, membuat taksonomi sementara, memformulasikan pertanyaan struktural tambahan, melakukan wawancara struktural tambahan berupa wawancara kedua yang dilakukan setelah tahapan pembuatan transkrip hasil wawancara pertama dengan tujuan pengecekan ketepatan data dan memperjelas tema atau domain yang sesuai.

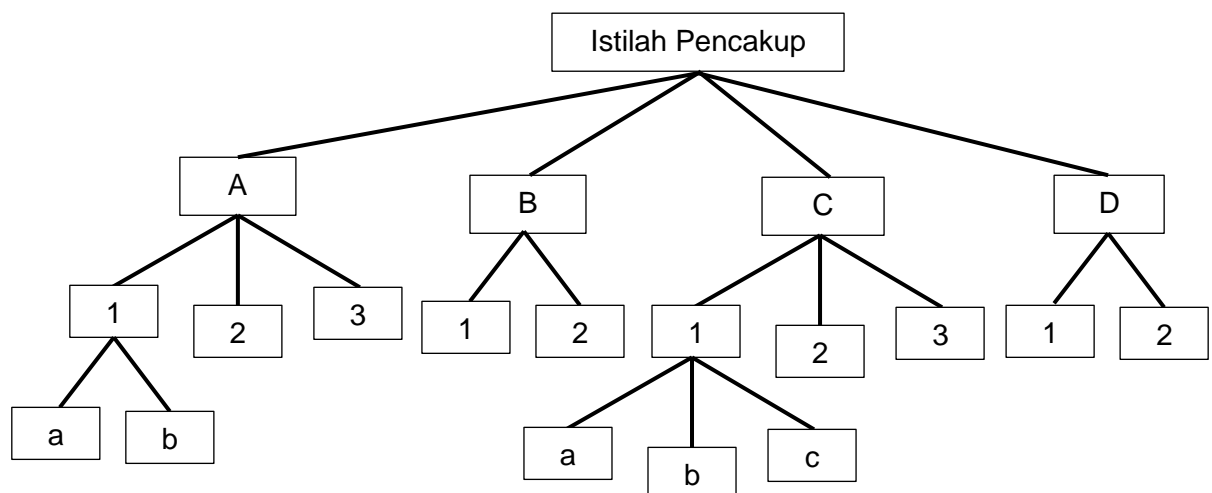
Wawancara kedua ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan dari masing-masing informan dan melakukan pengecekan terhadap hasil wawancara pertama (member checking). Substansi dari wawancara kedua ini adalah untuk menggali pemikiran atau pandangan informan mengenai hasil wawancara pertama, menggali refleksi atas jawaban yang diberikan oleh informan pada wawancara pertama dengan pengalaman yang dialami dalam fenomena penelitian serta menggali informasi tambahan mengenai pengalaman informan dalam manifestasi peranan agama Buddha dan nilai-nilainya dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha dalam basis nilai yang personal. Dalam prosedur pelaksanaannya, hasil wawancara pertama disampaikan kepada para informan dengan memberikan jeda kepada para informan untuk memberikan komentar maupun klarifikasi. Pada setiap jawaban yang disampaikan, informan diminta untuk merenungkan relevansi jawaban dengan pengalaman atas fenomena yang dialami oleh masing-masing informan dan kemungkinan adanya hal yang terabaikan atau tidak tertangkap dari pengalaman masing-masing informan atas fenomena tersebut. Wawancara kedua berlaku untuk semua informan sehingga memungkinkan untuk mendapatkan

kesempatan dalam mengeksplorasi tema spesifik untuk masing-masing informan, memberikan kesempatan bagi setiap informan untuk melakukan otentifikasi tema yang muncul dari wawancara pertama, mengklarifikasi konten, dan memberikan masing-masing informan kesempatan untuk mengungkapkan tambahan informasi.

Contoh diagram taksonomi yang akan dilakukan sebagai berikut:

Gambar 3.4

Diagram Taksonomi



Proses selanjutnya yang dilakukan setelah melakukan analisis taksonomi adalah mempersiapkan serta mengajukan pertanyaan kontras dan membuat analisis komponen dengan Tabel sebagai berikut:

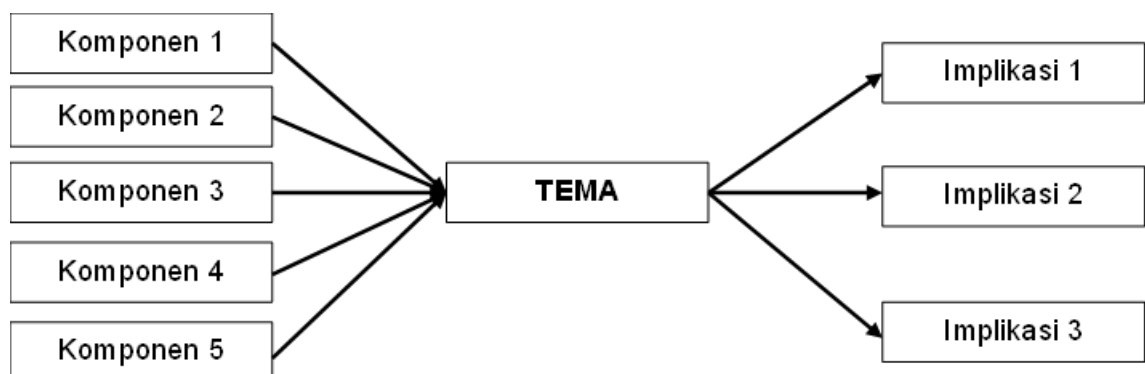
Tabel 3.2
Analisis Komponen

Rangkaian Kontras	Dimensi Kontras		
	(1)	(2)	(3)
Istilah Asli A	Atribut A-1	Atribut A-2	Atribut A-3
Istilah Asli B	Atribut B-1	Atribut B-2	Atribut B-3
Istilah Asli C	Atribut C-1	Atribut C-2	Atribut C-3

c. Tahap Akhir

Tahapan akhir dari tahapan penelitian lapangan adalah menentukan tema-tema yang bersifat tersirat dan tersurat yang berulang pada sejumlah domain dan berperan sebagai penghubung seperti yang terlihat pada Gambar berikut ini yaitu:

Gambar 3.5
Penentuan Tema



3. Tahapan Analisis Data

Tahapan analisis data merupakan suatu yang secara sistematis mencari dan menyusun data sedemikian rupa sehingga data tersebut dapat dipahami dan

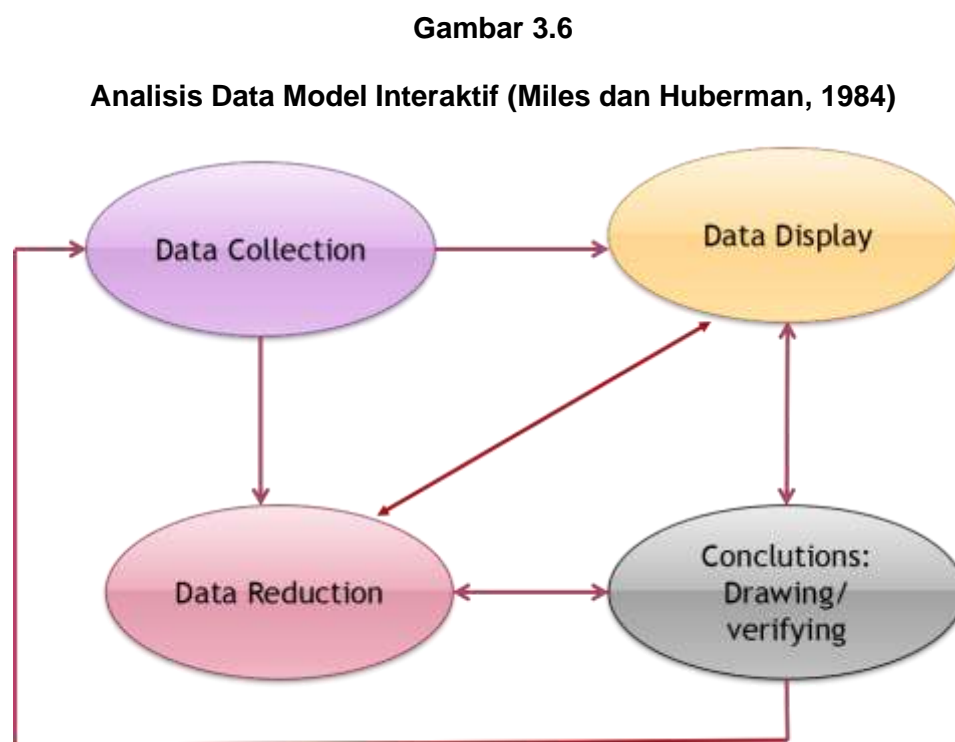
ditelusuri untuk kemudian dapat dijelaskan apa yang dipelajarinya tersebut kepada pihak lain. Penelitian ini menggunakan tahapan analisis data yaitu menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman (1984) yang tahapannya adalah dimulai dengan pengumpulan data yang dilanjutkan dengan reduksi data, display data, penarikan kesimpulan atau verifikasi data, dan penulisan hasil.

Proses analisis data dimulai setelah proses pengumpulan data dengan melakukan reduksi data dimana data atau informasi yang ada dikelompokkan sesuai dengan topik penelitian. Pada konteks penelitian ini, data dikelompokkan yang berkaitan dengan UKW Buddhis menjadi tiga kategori data yaitu data tentang peranan agama dan nilai-nilai dalam konsepsi Buddhist Economics yang mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan yang diambil oleh pelaku usaha tersebut serta kinerja wirausaha dalam basis nilai yang personal. Proses reduksi digunakan untuk mengidentifikasi unit makna dan pengelompokkan tema yang dimulai dengan proses transkripsi hasil wawancara yang ditransfer ke dalam bentuk data tertulis.

Proses penyajian data dilakukan setelah reduksi data tersusun secara sistematis dan dikelompokkan sesuai dengan jenis dan polanya untuk kemudian dibangun narasi atau bagan-bagan yang menggambarkan suatu rangkaian informasi yang mengandung makna sesuai dengan masalah penelitian. Setelah tahap penyajian data tersebut dilakukan maka dilanjutkan pada tahap berikutnya yaitu pengambilan kesimpulan berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data. Tahapan akhir adalah berupa tahap verifikasi dengan melakukan wawancara berikutnya untuk mencari data atau informasi yang mendalam sehingga dapat memperkuat kesimpulan yang sudah didapatkan. Tahapan verifikasi ini dilakukan

untuk menghindari adanya kesalahan dalam menafsirkan hasil wawancara dengan informan sehingga makna yang sesungguhnya tidak dapat diketahui.

Komponen atau tahapan dari analisis data berdasarkan model interaktif (Miles dan Huberman, 1984) terlihat pada Gambar sebagai berikut



Sumber : Miles dan Huberman (1984)

Penafsiran hasil penelitian dilakukan dengan menghubungkan hasil penelitian dengan teori dan penelitian lainnya serta dengan prosedur penelitiannya. Implikasi penelitian diarahkan sebagai suatu sumbangan hasil penyelidikan bagi pengetahuan yang lebih luas dalam bidang manajemen stratejik dalam perspektif kewirausahaan dan keuangan dengan menerangkan bagaimana hasil penelitian tersebut akan menguatkan atau sebagai penjelas dari teori-teori yang relevan

dengan penelitian ini yaitu theory of economic development, teori sosiologi kewirausahaan, teori nilai, teori institusional dan teori identitas serta menunjukkan arah pengembangan penelitian ke depan. Penelitian ini juga memberikan suatu implikasi praktis bagaimana penerapan hasil penelitian tersebut dapat diterapkan dalam praktek. Dalam melakukan penafsiran hasil maka penelitian ini membuat batasan-batasan agar interpretasi tidak melebihi informasi atau data yang ada serta tidak melupakan adanya suatu keterbatasan dalam penelitian dan melaporkan masalah validitas internal yang ada di dalam penelitian yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

4. Tahapan Analisis Substansial dan Pengujian Keabsahan Data

Penelitian kualitatif memusatkan peneliti sebagai instrumen penelitian sehingga validitas dan reliabilitas penelitian ditentukan oleh peran peneliti dalam menentukan hubungan antara dirinya sebagai peneliti dengan sasaran penelitian. Peneliti sebagai instrumen penelitian dalam studi kualitatif harus memiliki pemahaman konseptual dan teoritis yang relevan dengan fenomena dan masalah penelitian disamping juga harus memahami dengan baik informan sesuai dengan perannya dalam struktur sosial dan interaksi dalam kehidupan di masyarakat.

Dalam suatu penelitian tentunya diperlukan prosedur pengujian keabsahan data yang mencakup validitas dan reliabilitas. Validitas terkait dengan kesesuaian pendeskripsian suatu peristiwa atau pemaknaan suatu data atau informasi. Prosedur pengujian keabsahan data selain memperhatikan masalah validitas juga fokus kepada keandalan atau reliabilitas penelitian, namun reliabilitas dalam penelitian kualitatif bersifat majemuk dan dinamis sesuai dengan perilaku individu yang ada dalam penelitian ini. Tujuan pengecekan reliabilitas adalah bilamana

penelitian ini akan dilakukan kembali dengan prosedur pengumpulan data yang sama dan kemudian dilakukan interpretasi atas data atau informasi yang didapatkan akan memberikan hasil yang serupa. Reliabilitas atau keandalan suatu penelitian diperlukan untuk memastikan bahwa bias dan kesalahan dari penelitian dapat dihindari atau diminimalkan.

Dalam penelitian ini tahapan pengujian keabsahan data dilakukan dengan cara yaitu:

- a. Derajat kepercayaan (*credibility*) yang dimaksudkan untuk menjamin hasil penelitian dapat dipercaya atau kredibel. Strategi yang dilakukan melalui triangulasi (*data, teori, pakar, metode*). Menurut Creswell (2007) triangulasi adalah cara untuk menetralkan bias yang timbul secara inheren pada data atau informasi dan bahkan bias yang muncul dari peneliti sebagai instrumen penelitian dengan menggunakan sumber data atau metode lainnya. Triangulasi digunakan untuk menjamin derajat kepercayaan penelitian yang ditunjukkan oleh reliabilitas dan validitas data melalui perbandingan data atau informasi yang diperoleh dari penelitian ini dengan data yang diperoleh dari sumber atau metode lainnya. Cara-cara yang digunakan dalam triangulasi penelitian ini adalah dengan perbandingan data atau informasi hasil wawancara dengan berbagai pendapat lain yang paham dan relevan dengan masalah penelitian ini selain juga melakukan perbandingan antara hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

Triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan triangulasi data antar waktu dengan mencocokkan ungkapan verbal yang diperoleh dari hasil wawancara dengan masing-masing informan dari waktu ke waktu

sehingga dapat diperoleh konsistensi dalam informasi yang diberikan. Selain itu, triangulasi teori dilakukan dengan menyandingkan teori yang digunakan dalam penelitian ini dengan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan. Jenis triangulasi lainnya adalah triangulasi teknik dengan tidak hanya mengandalkan pada wawancara mendalam namun juga menggunakan dukungan observasi dan dokumentasi.

Cara lainnya selain menggunakan triangulasi, penelitian ini juga menggunakan Member checking dengan memberikan hasil interpretasi penelitian berupa lembar ringkasan atau transkrip wawancara kepada subyek untuk mendapatkan persetujuan dan memastikan derajat kepercayaan hasil penelitian serta memastikan perlunya penambahan informasi yang dianggap perlu. Member Checking juga digunakan untuk mendiskusikan hasil temuan penelitian sementara atau hasil akhir penelitian kepada tim promotor atau rekan peneliti kualitatif lainnya yang memiliki pemahaman dan pengetahuan yang luas dan memadai dalam penelitian kualitatif guna memeriksa kelayakan hasil wawancara dan interpretasi tema- tema yang diperoleh dalam kaitannya untuk membangun suatu proposisi.

Research reflexivity juga dilakukan dalam penelitian ini sebagai cara untuk mendapatkan derajat kepercayaan, dimana langkahnya adalah dengan melakukan diskusi dengan tim promotor maupun para ahli di bidang kualitatif untuk memberikan keyakinan terhadap teori atau metode yang digunakan dalam penelitian ini.

- b. Keteralihan (transferability), mengacu kepada tingkat kemampuan hasil penelitian untuk dapat ditransfer kepada konteks atau setting yang lain.

Strategi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membuat suatu deskripsi yang dilakukan secara rinci dengan harapan agar para pembaca penelitian ini dapat memahami secara baik hasil penelitian, sehingga kemungkinan transfer dan penerapan hasil penelitian ini dapat dilakukan atau diterapkan pada kajian penelitian yang lain.

- c. Kebergantungan (*dependability*), yang memiliki makna yang serupa dengan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif maka guna memenuhi asumsi replikasibilitas (*replicability*) atau keterulangan (*repeatability*). Untuk kepentingan kebergantungan maka dilakukan wawancara langsung ke tempat informan melakukan aktivitas usahanya dengan harapan pengambilan datanya lebih akurat dengan instrumen, yakni peneliti sendiri untuk melakukan pemotretan obyek, dan mencatat informasi.
- d. Konfirmabilitas (*Confirmability*), memiliki makna bahwa hasil penelitian harus dapat dikonfirmasi atau dikuatkan oleh pihak lain. Cara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan dokumentasi secara menyeluruh dan merinci setiap tahapan yang dilakukan selama penelitian untuk memeriksa kembali data atau informasi yang diperoleh dalam penelitian ini. Strategi audit seluruh rangkaian proses penelitian seperti pada prosedur pengambilan data, cara memperoleh data, cara pemilihan sampel dan penentuan informan, dan teknik analisis datanya dilakukan untuk menjamin tingkat konfirmabilitasnya. Strategi lainnya yang dilakukan untuk menjamin konfirmabilitasnya adalah dengan melakukan reflektivitas dengan membuat suatu catatan atau jurnal yang untuk merenungkan proses yang terjadi selama peneliti

5. Tahapan Menemukan Pemahaman Kelompok Subjek Penelitian

Pada tahapan ini akan disusun suatu daftar yang berisi makna yang diinterpretasikan dari data atau informasi yang dihasilkan dari wawancara yang dilakukan kepada UKW Buddhis di Kota Bekasi untuk kemudian dikelompokkan dalam bentuk tema-tema sehingga mendapatkan arti yang dalam terhadap bagaimana agama dan nilai-nilainya dalam konsepsi Buddhist Economics berperan atau mendasari pada orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan yang diambil oleh pelaku usaha tersebut serta mendasari kinerja wirausaha.

6. Tahapan Menyusun Proposisi

Pada tahapan ini akan disusun suatu deskripsi hasil yang berupa tema-tema yang bersifat tersirat dan tersurat yang berulang pada sejumlah domain yang digunakan untuk menemukan proposisi yang dapat berupa pernyataan hubungan keterkaitan atau pernyataan deskripsi atau hubungan kausalitas antar tema dalam bentuk pertanyaan hipotetik, interpretatif atau argumentative. Luaran akhir penelitian ini akan disusun sebuah ancangan model peranan agama dan nilai-nilainya dalam konsepsi Buddhist Economics dalam mendasari orientasi dan tindakan kewirausahaan, keputusan keuangan serta kinerja wirausaha dalam basis nilai yang personal.

3.6 Informasi Kuantitatif

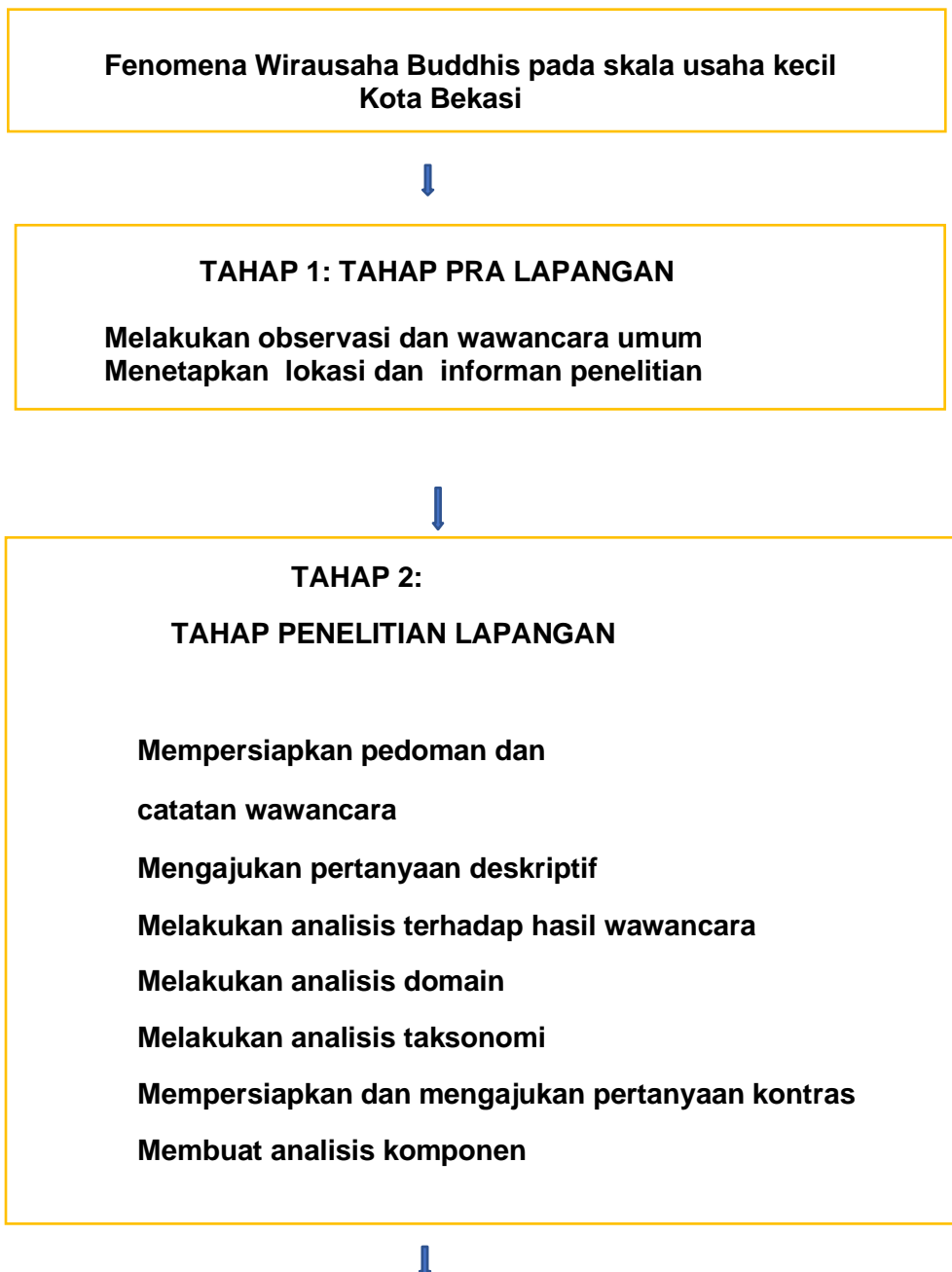
Penelitian ini menggunakan informasi kuantitatif berupa data omset dan aset guna mendukung dalam penelitian ini yang bersumber dari informasi yang disampaikan oleh informan. Kriteria pengukuran atas data omset dan aset digunakan untuk menentukan ukuran skala usaha dari informan-informan

penelitian yang merujuk kepada UU No. 20 Tahun 2008. Penelitian ini berfokus pada usaha kecil dengan kriteria pengukuran Nilai asset digunakan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan dan perkembangan usaha dan data omset digunakan sebagai dasar menentukan klasifikasi jenis usaha. Data-data seperti persentase penggunaan struktur modal yang disampaikan oleh masing-masing informan pada tahapan pengumpulan data digunakan untuk menggambarkan keputusan keuangan yang digunakan oleh UKW Buddhis di Kota Bekasi.

3.7 Alur Proses Analisis Data

Tahapan Alur proses analisis data mencakup yaitu tahapan pertama yang diharapkan dapat memberikan gambaran atas fenomena penelitian yaitu kesuksesan UKW Buddhis di Kota Bekasi. Tahapan pertama ini ditujukan untuk menghasilkan gambaran umum atas setting penelitian dan fokus penelitian yang menjadi dasar dalam penentuan rumusan masalah penelitian. Tahapan kedua yaitu tahap penelitian lapangan ditujukan untuk menghasilkan pedoman persiapan wawancara dan analisis terhadap hasil wawancara dengan menggunakan analisis data interaktif beserta dengan tahapan pengujian keabsahan data. Tahapan laporan penelitian ditujukan untuk menghasilkan proposisi dan model peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha . Alur proses analisis datanya ditunjukkan dalam Gambar 3.7 berikut yaitu:

Gambar 3.7
Alur Proses Data



Lanjutan Gambar 3.7:



Analisis Data Model Interaktif

(Miles dan Huberman, 1984)

Dan

**Pengujian Keabsahan Data
(Derajat Kepercayaan (credibility):
Keteralihan (transferability);
Kebergantungan (dependability);
Konfirmabilitas (confirmability))**



TAHAP LAPORAN PENELITIAN

**Menemukan Pemahaman Kelompok
Subjek Penelitian
Menyusun Proposisi**

BAB IV

TEMUAN DATA LAPANGAN

Dalam bab III telah diuraikan mengenai prosedur metodologis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini khususnya teknis pelaksanaan proses penelitian. Bab ini memberikan paparan hasil awal dari pelaksanaan penelitian yang terbagi menjadi tiga bagian utama. Bagian pertama memaparkan gambaran setting penelitian di Kota Bekasi. Bagian kedua memaparkan gambaran 14 informan termasuk informasi demografis, informasi jenis usaha, ikhtisar pengalaman akan asal muasal serta perjalanan usaha dan makna kesuksesan usaha. Bagian ketiga memberikan paparan temuan dari penelitian ini mencakup proses pengumpulan dan pengecekan keabsahan data.

4.1 Gambaran Setting Penelitian

Pemerintah Kota Bekasi (Pemkot Bekasi) memiliki visi pembangunan yaitu mencapai “Bekasi yang Cerdas, Kreatif, Maju, Sejahtera dan Ihsan” dimana pada salah satu misinya adalah meningkatkan perekonomian berbasis potensial jasa kreatif dan perdagangan yang berdaya saing. Usaha yang dilaksanakan guna mewujudkan visi tersebut antara lain pengembangan wirausaha industri kreatif berbasis komunitas; revitalisasi dan aktivasi 65% kelembagaan koperasi; peningkatan kompetensi dan sertifikasi bagi pencari kerja dan pelaku UMKM; pembukaan peluang 15.000 tenaga kerja baru, pengembangan usaha baru dan penyelenggaraan bursa tenaga kerja; pembentukan “Bekasi City Start-Up”. Misi Pemkot Bekasi lainnya adalah penyediaan ruang serta prasarana dan sarana

pendukung ekonomi kreatif melalui “Bekasi City Techno Park”; pengelolaan rantai pasok sembako melalui teknologi digital; pengembangan creative society melalui penyelenggaraan event “Bekasi Creative”; dan pemberdayaan minta dan kiat usaha bagi perempuan (<https://www.bekasikota.go.id/pages/visi-misi> diakses tanggal 14 Oktober 2020).

Peningkatan perekonomian berbasis potensial jasa kreatif dan perdagangan yang berdaya saing dilaksanakan melalui upaya yaitu peningkatan kapasitas, kemampuan serta upaya memperluas sektor usaha bagi pelaku UMKM di kota Bekasi. Di samping juga, upaya-upaya untuk mengembangkan dan memperluas wirausaha di bidang industri kreatif, menciptakan iklim dan lingkungan usaha yang kondusif yang mendorong masuknya investasi untuk peningkatan kapasitas saing dan pertumbuhan ekonomi Kota Bekasi. UMKM di Kota Bekasi memiliki peran yang strategis sebagai katalisator atau penggerak perekonomian Kota Bekasi .

Dalam rangka mencapai misi Kota Bekasi, Pemkot Bekasi melalui Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 02 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 07 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Bekasi membentuk Dinas Koperasi dan UKM untuk menyelenggarakan kegiatan pemerintahan di bidang Koperasi, Gambaran mengenai perkembangan UK di Kota Bekasi serta upaya dan program Pemkot Bekasi dalam membina UK didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi yaitu Kepala Seksi Pembiayaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi, Bapak Herawan. Selain juga, bersumber dari data pendukung sekunder seperti Rencana Strategis Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi dan program kegiatan.

Wawancara dilaksanakan di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi yang berlokasi di kompleks perkantoran Pemkot Bekasi. Target informasi wawancara yaitu tugas pokok dan fungsi (Tujuan, Sasaran, Strategi dan Kebijakan), segmentasi sektor usaha, porsi kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bekasi, pertumbuhan UKM selama 5 tahun terakhir, faktor-faktor yang mendorong perkembangan atau pertumbuhan wirausaha di Kota Bekasi secara umum dan khususnya UKW Buddhis di Kota Bekasi, kebijakan serta dukungan Pemkot Bekasi (fasilitas dan infrastruktur) untuk pengembangan UKM, anggaran pembinaan UKM, dan program kerja pembinaan UKM. Target informasi lainnya berupa target atau tolak ukur keberhasilan pembinaan wirausaha di daerah Kota Bekasi, isu-isu strategis yang menjadi fokus perhatian bagi keberlangsungan wirausaha di daerah Kota Bekasi, bentuk koordinasi lintas unit kerja dan kerjasama internal atau eksternal yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi untuk membina wirausaha di daerah Kota Bekasi, program dan fokus arahan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi, dan kunci keberhasilan bagi wirausaha yang telah belasan hingga puluhan tahun melakukan usaha di Kota Bekasi.

Gambar 4.1
Wawancara Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi



Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi dan Rencana Strategis Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi tahun 2013-2018, UKM merupakan jenis usaha yang paling berkembang di Kota Bekasi. Perkembangan tersebut ditunjukkan pada data jumlah UMKM Binaan dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi yang menunjukkan besarnya penambahan UMKM Binaan seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.1 yaitu:

Tabel 4.1
Jumlah UMKM Binaan 2012-2018

No.	Tahun	Jumlah UMKM Binaan	Keterangan
1	2012	259	
2	2013	581	Penambahan 322
3	2014	926	Penambahan 345
4	2015	1,281	Penambahan 355
5	2016	1,652	Penambahan 371
6	2017	2,032	Penambahan 380
7	2018	2,422	Penambahan 390

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi 2019

Berdasarkan sensus ekonomi tahun 2016, jumlah pelaku usaha di Kota Bekasi sebanyak 203,000 dimana 97.3% merupakan pelaku UKM. Mayoritas dari pelaku usaha UKM di Kota Bekasi merupakan pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa. Data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi menunjukkan bahwa jumlah UKM di Kota Bekasi pada tahun 2018 yang bergerak di bidang jasa adalah sebanyak 204,075 yang mengalami pertumbuhan sebesar 16.5% dari tahun sebelumnya. Beragam usaha dan program dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas dari para pelaku usaha yaitu program peningkatan SDM melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan secara gratis maupun kerjasama dengan pihak ketiga dalam memberdayakan pelaku usaha khususnya yang merupakan binaan dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi. Program kegiatan bagi pelaku UKM tahun 2018 antara lain program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM melalui pemberian sertifikat halal bagi UKM makanan dan minuman di Kecamatan Pondok Gede sebagai pemenuhan persyaratan untuk dapat memiliki akses pemasaran pada skala nasional maupun internasional.

Bentuk kegiatan lainnya adalah program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UKM melalui penyelenggaraan Bazar Ramadhan untuk mewadahi sarana promosi bagi produk-produk UKM di tingkat Kecamatan. Kegiatan lainnya adalah pameran produk unggulan dengan melakukan promosi kemasan untuk meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat serta meningkatkan produksi. Kegiatan lainnya adalah pelatihan serta bantuan promosi usaha kecil melalui kegiatan expo usaha kecil RW.04 (RT.RW. 01 s/d RW. 16 Kelurahan Bintara) yang bertujuan sebagai wadah sarana promosi produk usaha kecil binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi sebanyak 50 pelaku usaha di Kelurahan Bintara Kota Bekasi.

Program kegiatan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi yang dilaksanakan pada tahun 2019 yaitu program pemberdayaan UKM berupa penyelenggaraan bazar Ramadhan di tingkat Kecamatan serta pameran produk unggulan. Program pengembangan UKM yang dilaksanakan antara lain sosialisasi Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dan sertifikat halal, pemberian pelatihan desain dan mutu kemasan. Pelatihan keterampilan bagi UKM dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan produktifitas dan keunggulan produk serta kreatifitas pelaku UKM. Kegiatan pengembangan UKM lainnya adalah Kegiatan yang diwadahi oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Bekasi (Deskranasda) dengan tujuan mempromosikan produk UKM untuk menembus pasar yang besar dan kompetitif.

Program peningkatan kapasitas UKM hulu dan hilir juga dilaksanakan berupa peningkatan UKM yang dimulai dari tahapan perencanaan sampai terbentuk menjadi usaha mandiri. Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi membantu pelaku usaha dalam memperoleh bahan baku memanfaatkan jaringan dari 1000 Koperasi binaan. Koperasi binaan berperan dalam pemenuhan bahan baku kegiatan produksi termasuk pemasaran produk dan permodalan. Kerjasama dengan pihak ketiga dengan pelaku usaha besar dilaksanakan untuk mengembangkan produk-produk UKM dengan menggunakan sistem plasma (Pelaku UKM) dan inti plasma (Pelaku Usaha Besar).

Strategi-strategi pengembangan sumber daya manusia untuk pelaku usaha maupun aparat Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi dilaksanakan melalui kerjasama dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan di Kota Bekasi seperti perbankan, akademisi, pihak Pemerintahan maupun BUMN. Salah satu bentuk program yang dilaksanakan adalah pembentukan Rumah Kreatif Bank

(RKB) Bekasi dengan Perbankan yang bertujuan mengembangkan dan membina UKM dalam hal penguatan permodalan, pengembangan UK untuk menghasilkan nilai ekonomi produk yang tinggi.. Strategi lainnya adalah peningkatan jaringan pemasaran baik dengan pembentukan UKM Center maupun penyelenggaraan pameran atau bazaar.

Kemitraan yang sinergis juga dibangun dengan pihak Pemerintahan dan BUMN seperti Telkom dalam bentuk program dana kemitraan bergulir yang disalurkan dalam kurun waktu per triwulan sejak tahun 2012. Kerjasama lainnya dengan pihak Telkom adalah pembangunan Kampung Digital dengan melibatkan empat kelompok UKM yaitu industri rumahan boneka, batik, makanan dan minuman dan fashion. Salah satu bentuk fasilitas yang diberikan pemberian fasilitas gratis berupa sambungan jaringan selama tiga bulan pertama untuk pemasaran dari UKM tersebut. Kerjasama Pemerintah lainnya dengan kantor Pajak berupa pelatihan perpajakan, serta dengan Pegadaian melalui pembiayaan kemitraan berupa program pinjaman berbunga lunak. Kerjasama dengan akademisi juga dilaksanakan melalui program pengabdian kepada pelaku usaha UKM berupa pelatihan manajemen keuangan, manajemen usaha berbasis digital dan program pelatihan untuk kemasan berdaya saing.

Strategi lainnya berupa pengembangan sentra UKM melalui kemudahan maupun insentif dalam kepengurusan perijinan dan sertifikasi halal. Pemkot Bekasi memfasilitasi secara gratis kepengurusan perijinan seperti Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), ijin Pangan, Industri dan Rumah Tangga (PIRT) serta sertifikasi halal bagi UKM makanan dan minuman yang ditujukan bagi pelaku UKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi. Fasilitas bantuan tersebut disalurkan melalui anggaran yang disediakan oleh

Pemkot Bekasi maupun melalui kerjasama dengan pihak ketiga.. Dalam amanat Peraturan Daerah (Perda) Pemkot Bekasi, pelaku usaha besar seperti pusat perbelanjaan diharapkan memberikan 10% space ruang usaha yang dimilikinya untuk pelaku UKM. Kebijakan tersebut disusun sebagai komitmen untuk mendorong perkembangan dan daya saing UKM di Kota Bekasi. Upaya pembinaan lainnya adalah pembinaan klaster dan pemberdayaan komunitas seperti Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI), Wanita Pengusaha Muslimah Indonesia (WPMI) dan Ibu Cerdas Indonesia (KICI).

Program dana bergulir melalui Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Pemkot Kota Bekasi disusun untuk mendorong pertumbuhan Koperasi yang aktif dan sehat serta mendorong kapasitas UKM. Dukungan pembiayaan dana bergulir dialokasikan dari Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kota Bekasi sebesar Rp. 17,5 Milyar yang saat ini mencapai Rp. 23 Milyar. Tujuan program tersebut adalah mendorong UKM dan Koperasi untuk berkembang secara mandiri serta mendukung pembinaan UKM dari hulu dan hilir. Program pembiayaan tersebut ditujukan untuk memberikan kemudahan permodalan dengan insentif bunga yang rendah sebesar 4% per tahun. Faktor lainnya yang mendorong pertumbuhan UKM di Kota Bekasi adalah potensi masyarakat yang besar merujuk pada potensi jumlah penduduk. Berdasarkan situs <https://bekasikota.bps.go.id> (diakses tgl 14 Oktober 2020), Kota Bekasi memiliki proyeksi kependudukan pada tahun 2020 mencapai jumlah penduduk sebanyak 3,083,644 jiwa. Potensi tersebut mengindikasikan besarnya potensi kebutuhan masyarakat yang dapat dipenuhi melalui usaha UKM. Masyarakat Kota Bekasi merupakan masyarakat yang heterogen terdiri dari berbagai suku bangsa dan

etnis sehingga memberikan keragaman pada jenis usaha yang dijalani oleh pelaku UKM yang ada di Kota Bekasi.

Rencana Strategis Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi tahun 2013-2018 memuat lima indikator kinerja yaitu pertumbuhan koperasi, peningkatan koperasi aktif, peningkatan jumlah UKM, penyediaan regulasi yang mendukung UKM dan meningkatnya produk yang bersertifikasi. Kinerja tahun 2008 menunjukkan pertumbuhan Koperasi menjadi 1361 unit Koperasi, peningkatan Koperasi aktif sebanyak 572 Koperasi, peningkatan jumlah UKM menjadi 1725 unit, penyediaan regulasi yang mendukung UKM dan peningkatan produk yang bersertifikasi untuk 1058 pelaku usaha. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa Pemkot Bekasi memiliki upaya strategis untuk meningkatkan dan mengembangkan pelaku UKM dimana mereka memiliki peranan yang strategis sebagai katalisator perekonomian Kota Bekasi. Keberlangsungan usaha yang dijalani oleh UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi menunjukkan adanya keberlanjutan usaha yang dijalani oleh UKW Buddhis tersebut yang merupakan upaya pembinaan, pemberdayaan dan peningkatan kapasitas daya saing yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi.

Faktor lainnya yang dapat mendorong perkembangan UKM di Kota Bekasi adalah faktor stabilitas kerukunan umat beragama dan etnis. Kota Bekasi merupakan kota yang memiliki keragaman agama dan etnis dengan memiliki indeks toleransi yang baik. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Setara Institute, Kota Bekasi merupakan salah satu dari 10 Kota atau menduduki posisi ke enam dari indeks kota toleran (<http://setara-institute.org/indeks-kota-toleran-tahun-2018/> diakses tgl 14 Oktober 2020). Tingkat toleransi yang tinggi tersebut diyakini menjadi salah satu faktor yang mendukung dan mendorong peningkatan jumlah

pelaku usaha dan perkembangan usaha di Kota Bekasi. Pemkot Bekasi melakukan upaya struktural yang diwadahi oleh Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kota Bekasi untuk menciptakan sistem kehidupan bermasyarakat yang baik dalam memberikan kerhamonisan dan iklim yang kondusif bagi pelaku usaha.

Gambaran mengenai peranan Kesbangpol Kota Bekasi dalam membina kerukunan umat beragama diperoleh melalui wawancara yang dilakukan dengan Bapak Himawan staf bidang Kerukunan Umat Beragama dan Kemasyarakatan (Kebermas) di Kantor Kesbangpol Kota Bekasi. Target informasi wawancara adalah bentuk dan struktur Kesbangpol, tugas pokok dan fungsi, pola koordinasi dalam mewadahi kerukunan umat beragama, mitra kerjasama Kesbangpol dan bentuk-bentuk kerjasama. Selain wawancara, informasi peranan Kesbangpol juga didapatkan dari data-data pendukung seperti data program dan kegiatan dari Kesbangpol Kota Bekasi. Tugas dan fungsi pokok Kesbangpol Kota Bekasi antara lain menghimpun data lembaga keagamaan, memfasilitasi kegiatan forum komunikasi kerukunan beragama (FKUB), dan melaksanakan kerjasama, komunikasi informasi serta edukasi dalam dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait.

Salah satu program pembinaan kerukunan umat beragama di Kota Bekasi antara lain pengembangan wawasan kebangsaan berupa penyelenggaraan kerukunan umat beragama (KUB) yang bertujuan menjalin komunikasi dengan generasi muda di Kota Bekasi. Bentuk kegiatan tersebut bertujuan memberikan pemahaman untuk lebih selektif dalam menanggapi isu atau berita yang berpotensi menimbulkan perselisihan antar umat beragama, memelihara kerukunan internal dan antar umat beragama, meningkatkan kewaspadaan akan

paham radikal, menciptakan suasana yang damai dalam bermasyarakat, peningkatan toleransi antar umat beragama, meminimalisir konflik yang terjadi yang mengatasnamakan agama, menjaga ketentraman dan kondusifitas kerukunan umat beragama dan meningkatkan persatuan dan kesatuan bangsa di lingkungan masyarakat. Kegiatan KUB tersebut dilaksanakan dengan melibatkan 200 orang pengurus Rumah Ibadah di Kota Bekasi, 136 anggota Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dan Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) di Kota Bekasi, 280 pelajar SMA/SMK di Kota Bekasi dan berdasarkan 20 dokumen pertimbangan pendirian Rumah Ibadah.

Program lainnya adalah program pengembangan wawasan kebangsaan yaitu program persentase penanganan kasus perselisihan dan konflik masyarakat. Program bertujuan meningkatkan partisipasi tokoh masyarakat dalam pembangunan nasional dan daerah, mengembangkan rasa gotong-royong dan toleransi, menjaga serta memelihara persatuan dan kesatuan bangsa, dan tersosialisasinya Perpu Nomor 2 Tahun 2017, PP Nomor 58, 59 Tahun 2016 dan Permendagri Nomor 56, 57, 58 tahun 2017 tentang Organisasi Kemasyarakatan (Orkemas) dan Forum Bentukan Pemerintah. Kegiatan tersebut melibatkan 400 tokoh masyarakat, 200 orang Orkemas dan Forum Bentukan Pemerintah Kota Bekasi, dan mensosialisasikan 1000 buku Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu), Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) dan Kebijakan Pemerintah dalam Peraturan tentang Organisasi Masyarakat.

Forum bentukan Pemkot Bekasi disusun dengan tujuan mewujudkan sinergitas kerukunan dalam sistem kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Salah satunya melalui pembentukan forum bentukan Pemerintah Kota Bekasi yaitu FKUB Kota Bekasi . Tugas pokok FKUB Kota Bekasi yaitu melakukan

dialog dengan pemuka agama dan tokoh masyarakat, menampung aspirasi Ormas keagamaan dan masyarakat, menyalurkan aspirasi Ormas keagamaan dan masyarakat dalam bentuk rekomendasi, melakukan sosialisasi peraturan perundang-undangan dan kebijakan kerukunan umat beragama dan pemberdayaan masyarakat dan memberikan rekomendasi tertulis atas permohonan pendirian rumah ibadat. Gambaran akan peran strategis dari FKUB Kota Bekasi diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Ketua FKUB Kota Bekasi dan perwakilan anggota FKUB Kota Bekasi yang dilaksanakan di gedung FKUB Kota Bekasi. Paparan akan peran sentral FKUB Kota Bekasi juga diperoleh dari dukungan data program dan kegiatan.

Gambar 4.2

Wawancara dengan Ketua dan Perwakilan Anggota FKUB Kota Bekasi



Lanjutan Gambar 4.2:



FKUB Kota Bekasi memegang peran yang sentral dalam menjaga stabilitas kerukunan umat beragama di Kota Bekasi. Beragam kegiatan yang dilaksanakan oleh FKUB Kota Bekasi yaitu melakukan sosialisasi tentang Peraturan Bersama Menteri Agama dan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2006 dan Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Kepala Daerah atau Wakil Kepala Daerah dalam Pemeliharaan Kerukunan Umat Beragama, melakukan pemberdayaan Forum Kerukunan Umat Beragama, dan merekomendasikan perijinan mengenai pendirian rumah Ibadat. Bentuk program lainnya yang dilakukan untuk mensosialisasikan peraturan dan keberadaan FKUB kepada masyarakat Kota Bekasi melalui penyelenggaraan Deklarasi Akbar Kerukunan Umat Beragama yang dihadiri oleh semua tokoh lintas agama dan tokoh masyarakat. Deklarasi Kerukunan Umat Beragama diselenggarakan pertama kali sejak tahun 2010 yang dilanjutkan dengan program-program sosialisasi baik di

tingkat kelurahan dan kecamatan. FKUB Kota Bekasi secara rutin melaksanakan silaturahmi antar tokoh lintas agama yang ditujukan mencapai pemahaman yang baik mengenai keragaman masyarakat Kota Bekasi, mengayomi tokoh agama yang dan mewujudkan sinergitas kemitraan. Bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh FKUB Kota Bekasi mencakup sosialisasi pada tingkat RW, RT se-Kota Bekasi yang diadakan di kantor Kecamatan se-Kota Bekasi berupa dialog secara rutin dengan pengurus Majelis Umat Beragama (MUB) pada tingkat Kecamatan dan Kelurahan se-Kota Bekasi.

Salah satu keunggulan program FKUB Kota Bekasi adalah pembentukan Majelis Umat Beragama (MUB) yang ada pada tingkat Kecamatan dan Kelurahan dengan struktur kepengurusan sebanyak tujuh pengurus yang berasal dari lintas agama. MUB pada tingkat Kecamatan dan Kelurahan diharapkan dapat menjadi suatu wadah yang dapat menampung permasalahan dan isu menyangkut agama di tingkat Kecamatan dan Kelurahan. Bentuk kegiatan yang dilakukan oleh FKUB Kota Bekasi juga mencakup tingkatan nasional dalam bentuk kegiatan Apel Akbar FKUB dengan melibatkan tokoh lintas agama, Kementerian Agama, Kementerian Dalam Negeri serta Kementerian Politik hukum dan keamanan. Salah satu bentuk perwujudan keberhasilan Pemkot Bekasi dalam menjaga stabilitas kerukunan umat beragama yaitu penghargaan dari Setara Institute sebagai salah satu kota dari 10 kota yang memiliki indeks kota toleran yang baik dan penghargaan Kota Harmonis Tahun 2019 sebagai kota dengan struktur masyarakat yang heterogen yang mampu menunjukkan keberhasilan dalam menjaga keharmonisan, kedamaian, kerukunan serta toleransi yang baik antar umat beragama (<https://www.bekasikota.go.id> diakses tanggal 14 Oktober 2020)

Bentuk penghargaan lainnya adalah penghargaan sebagai Kota Peduli Hak Asasi Manusia Tahun 2017 dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) atas keberhasilannya dalam membangun kesadaran hukum dan memberikan kepastian hukum atas hak-hak yang dimiliki oleh masyarakat (<https://www.gatra.com> diakses tanggal 14 Oktober 2020). FKUB Kota Bekasi atas keberhasilannya dalam membangun kehidupan beragama dan membina kerukunan beragama di Kota Bekasi berhasil meraih penghargaan berupa Harmony Award sebagai FKUB berkinerja terbaik yang diberikan oleh Kementerian Agama pada tanggal 2 Januari 2019. Bentuk-bentuk penghargaan tersebut merupakan suatu bukti yang menunjukkan bahwa Kota Bekasi merupakan gambaran dari miniatur Indonesia yang terdiri dari beragam budaya, etnis, agama dan latar belakang lainnya yang mampu menjaga keharmonisan dan persatuan sehingga menjadi modal yang kuat dalam mencapai visi Kota Bekasi sebagai “Bekasi yang Cerdas, Kreatif, Maju, Sejahtera dan Ihsan”.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bekasi tahun 2015, jumlah penduduk Kota Bekasi yang menganut agama Buddha adalah sebanyak 22,492 ribu jiwa yang tersebar di 12 Kecamatan di Kota Bekasi. Mayoritas umat Buddha di Kota Bekasi bekerja sebagai pedagang dan merupakan distributor terhadap pelaku usaha lokal maupun regional. UKW Buddhis di Kota Bekasi merupakan salah satu kontributor dalam perekonomian Kota Bekasi melalui usaha yang dijalannya yang sebagian diantaranya merupakan usaha yang berkembang selama puluhan tahun dan merupakan usaha yang dijalani antar generasi.

Adanya fenomena keberhasilan bisnis UKW Buddhis serta komitmen Pemkot Bekasi yang kuat dalam membina UKM dan mewujudkan stabilitas kehidupan

bermasyarakat yang tercermin dalam kerukunan umat beragama, rasa kebersamaan yang tinggi, persatuan dan kesatuan yang berdampak pada iklim usaha yang memadai bagi UKM di Kota Bekasi menjadi dasar pemilihan setting penelitian ini. Kondisi serta iklim usaha yang memadai menjadi salah satu faktor dari kesuksesan usaha dari UKW Buddhis di kota Bekasi dalam menjalankan usahanya.

4.2 Informan Penelitian

Bagian ini memaparkan gambaran informan dalam penelitian ini yaitu UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi yang mencakup data mengenai informasi informan (nama, umur), jenis dan lama berdirinya usaha. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 14 UKW Buddhis pada skala usia antara 30 sampai dengan 75 tahun. Dari 14 UKW Buddhis tersebut, 13 UKW Buddhis merupakan keturunan etnis Tionghoa sedangkan satu UKW Buddhis berasal dari etnis Jawa. Pengumpulan data dalam penelitian ini berasal dari informasi yang didapatkan dari informan kunci dan informan pendukung. Penentuan informan berawal dari informasi yang diperoleh dari informan kunci yaitu anggota perwakilan agama Buddha FKUB Kota Bekasi yaitu Bapak Agus. Wawancara dengan informan kunci tersebut juga dilaksanakan dengan tujuan selain menggali informasi mengenai informan namun juga ditujukan untuk menggali informasi terkait konsepsi Buddhist Economics dan nilai-nilai agama Buddha dalam kaitannya dengan praktik ekonomi dan kewirausahaan. Pelaksanaan wawancara dengan informan kunci dilaksanakan di Yayasan Pancaran Tridharma Rumah Duka Dharma Agung yang terletak di daerah Marga Mulya Bekasi.

Gambar 4.3
Wawancara dengan Informan Kunci



Jumlah informan dalam penelitian ini adalah sebanyak 14 informan yang memenuhi kriteria informan yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu UKW Buddhis yang sukses. Tabel 4.2 menyajikan gambaran rincian data akan 14 informan yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.2

Rincian Informan Penelitian

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Lama Usaha	Etnis
1	Megalindo	Bapak Po Seng	Distributor atau Agen Pula, Voucher Hand Phone (HP)	22 tahun	Tionghoa
2	Toko Seragam Lily Ps Kecapi	Ibu Padma	Perdagangan seragam dan busana	20 tahun	Tionghoa

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Lama Usaha	Etnis
3	Sukses Jaya	Bapak Joni (Pak Acong)	Perdagangan gas dan air minum dalam kemasan, penjualan perlengkapan listrik dan elektronik, bangunan, teknik dan <i>safety</i> , alat tulis kantor dan rumah tangga	4 tahun	Tionghoa
4	Pempek 999	Ibu Ango	Perdagangan makanan (Pempek) dan <i>Freelance</i> pembuatan alumunium	3 tahun	Tioghoa
5	Ruko Usaha	Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot	Sewa kontrakan ruko usaha	23 tahun	Tionghoa
6	Rumah Makan Soto Betawi (Soto Anda)	Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	Rumah makan (Soto Betawi)	48 tahun	Tionghoa
7	Apotek Mekarsari dan Praktek Dokter	Bapak Untung	Apotek dan Praktek Dokter	24 tahun	Tionghoa
8	Satria Jaya Diesel	Bapak Susisno	Perdagangan <i>sparepart</i> truk	11 tahun	Jawa
9	Sinar Terang	Ibu Ernawati	Perdagangan busana dan seragam	40 tahun	Tionghoa
10	Jaya Abadi HPL	Bapak Salim	Perdagangan HPL	10 tahun	Tionghoa
11	Saudara Furniture	Ibu Florensia	Perdagangan furniture	14 tahun	Tionghoa
12	Toko Sheena	Bapak Cu Teng	Perdagangan kelontong dan sewa kios dan ruko usaha	17 tahun	Tionghoa
13	Gajah Mada Ban	Bapak Ferry Hartono	Perdagangan ban	30 tahun	Tionghoa
14	Setia Jaya	Bapak Didi	Toko bangunan	12 tahun	Tionghoa

Pengumpulan data penelitian berawal dari informan penelitian yaitu informan kunci yang mengikuti kriteria penetapan informan yang ditentukan dalam penelitian ini. Pengumpulan data penelitian menggunakan metode wawancara kepada informan tentang peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi

kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Wawancara dilaksanakan menggunakan panduan pertanyaan sebagai acuan dasar dalam melakukan wawancara mendalam kepada informan dan menghindari adanya informasi-informasi penting yang terlupakan. Proses wawancara dengan UKW Buddhis yang sukses sampai pada menceritakan pengalamannya secara mendalam pada dimensi-dimensi dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha serta nilai-nilai agamis yang melatarbelakanginya. Proses wawancara ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang bersifat intensional dalam menggali peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha pada UKW Buddhis di Kota Bekasi. Wawancara dilakukan di lokasi usaha, kediaman informan maupun di Vihara.

4.2.1 Informan: Bapak Po Seng

Bapak Po Seng adalah UKW Buddhis yang sukses yang melakukan usaha sebagai agen dan distributor pulsa dan voucher Hand Phone (HP) yang telah menjalani usahanya selama 22 tahun. Lokasi usaha (Megalindo) terletak di wilayah Perumahan Taman kota, Bekasi Jaya.

Informasi mengenai kesuksesan usaha yang dijalani oleh Bapak Po Seng berawal dari informasi yang disampaikan oleh Bapak Agus yang merupakan informan kunci dalam penelitian ini. Bapak Agus merupakan anggota perwakilan dari agama Buddha di FKUB Kota Bekasi. Pertemuan dengan informan kunci penelitian yaitu Bapak Agus dilakukan pada saat pelaksanaan wawancara dengan FKUB Kota Bekasi yang ditujukan untuk menggali peran strategis FKUB Kota Bekasi. Pertemuan dengan informan kunci juga dilaksanakan dalam rangka

mendapatkan wawasan mengenai nilai-nilai agama Buddha dalam praktik kewirausahaan dan ekonomi.

Bapak Agus menuturkan bahwa “ada UKW Buddhis yang usahanya bergerak dalam penjualan pulsa dan voucher HP yang telah lama menjalani usahanya dan aktif dalam kepengurusan Vihara di Vihara Vipassana Kusalacitta...dia memahami mengenai nilai-nilai agama Buddha serta praktiknya dalam usaha, namanya Bapak Po Seng .”

Perkenalan awal dengan Bapak Po Seng dilakukan di Rumah Duka Dharma Agung, Kota Bekasi melalui perkenalan yang dijembatani oleh Bapak Agus. Bapak Po Seng merupakan pribadi yang ramah dan terbuka dan ketika dijelaskan niat serta tujuan penelitian ini, beliau menyambut baik hal tersebut. Ungkapan awalnya adalah “silahkan saja...bilamana ada yang saya bisa bantu? Kebetulan saya juga pernah menerima beberapa mahasiswa yang melakukan penelitian...ada juga mahasiswa yang melakukan penelitian di Vihara Vipassana Kusalacitta...silahkan saja menghubungi no Hp saya untuk janji pertemuan.” Berdasarkan kontak yang diberikan oleh Bapak Po Seng maka dilakukan proses penelitian yang diawali dengan menghubungi Bapak Po Seng untuk mengadakan pertemuan yang disepakati dilakukan di Vihara Vipassana Kusalacitta. Lokasi Vihara terletak di daerah Bojong Menteng Kota Bekasi. Pada pukul 08.30 pagi sesuai dengan waktu pertemuan yang disepakati terlihat sedang dilaksanakan kegiatan Pindapatta di halaman Vihara Vipassana Kusalacitta. Kegiatan Pindapatta merupakan tradisi Buddhis berupa persembahan dana makan kepada Bhikkhu yang dilaksanakan semenjak kehidupan Sang Buddha. Pada saat itu, Bapak Po Seng terlihat sedang mendokumentasikan kegiatan Pindapatta tersebut. Bapak Po Seng menjelaskan makna kegiatan Pindapatta sembari melakukan

dokumentasi bahwa kegiatan Pindapatta tersebut dilakukan secara rutin sebagai bentuk perwujudan bakti kepada Bhikku Sangha dan merupakan suatu upaya untuk melatih diri dalam melepaskan dan berdana yang disesuaikan dengan kemampuan umat masing-masing.

Pada saat berakhirnya kegiatan Pindapatta tersebut, Bapak Po Seng menemui kembali untuk diperkenalkan kepada Bhante Dhammiko Tera selaku salah satu pemuka agama di Vihara tersebut. Bapak Po Seng juga menyarankan agar dilakukan wawancara terlebih dahulu kepada Bhante untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai konsepsi ekonomi Buddha dan nilai-nilai Buddhis dalam melandasi aktivitas usaha. Pelaksanaan wawancara dengan Bhante Dhammiko Tera didampingi oleh Romo Frengky yang dilaksanakan di ruang diskusi yang terletak di Vihara Vipassana Kusalacitta.

Gambar 4.4

Wawancara dengan Bhante



Wawancara dengan Bhante tersebut memberikan pemahaman mengenai perspektif Buddhis pada konsep ekonomi, peranan kekayaan dalam agama Buddha dan perspektif ekonomi dari kitab suci Buddhis. Setelah berakhirnya wawancara dengan Bhante, Bapak Po Seng juga memperkenalkan dengan UKW Buddhis lainnya yang sedang mengikuti kegiatan Puja Bhakti di Vihara tersebut. Bapak Po Seng meminta agar wawancara dengan beliau dilakukan pada keesokan harinya di lokasi usaha yang dijalaninya.

Wawancara dengan Bapak Po Seng diadakan pada keesokan harinya di lokasi usaha (Megalindo) yang terletak di daerah Taman Kota, Bekasi yang disepakati dilaksanakan pada pukul 11.00 siang. Pada keesokan siang harinya yaitu pukul 11.00 di lokasi usaha, terlihat dua orang karyawan yang tengah bekerja. Bapak Po Seng mempersilahkan untuk dilakukan proses wawancara yang diawali dengan menceritakan asal muasal wirausaha yang dijalaninya. Bapak Po Seng memulai berwirausaha pada tahun 1995 di Kota Bekasi yang diawali atas dasar kepercayaan yang diberikan oleh rekannya. Bapak Po Seng mengawali perjalanan usahanya dengan membantu rekannya yang berjualan handphone (HP) di daerah Glodok, Jakarta. Rekannya melihat kejujuran dari Bapak Po Seng dan menawarkan kepada Bapak Po Seng untuk memulai usaha berdagang HP. Penjualan HP pada masa tersebut masih menggunakan sistem indent dan atas kepercayaan dari rekannya, Pak Po Seng diminta agar membantu penjualan aksesoris HP yang merupakan milik rekannya seperti antenna, casing dan dummy HP. Awal usaha dilaksanakan oleh Bapak Po Seng di depan rumahnya dimana penjualan dilakukan dengan menawarkan langsung kepada pembeli sehingga ketika calon pembeli berminat untuk membeli HP maka Bapak Po Seng menghubungi rekannya. Usaha Pak Po Seng kian berkembang ketika penjualan

HP di Kota Bekasi mulai menggeliat, dengan tidak hanya berjualan HP namun juga berdagang aksesoris HP, pager maupun AMPS. Bapak Po Seng merupakan salah satu wirausaha yang memulai usaha penjualan HP dan aksesoris di Kota Bekasi.

Bapak Po Seng mempercayai akan peranan karma dalam usaha yang dijalannya. Karma agama Buddha mengandung makna yaitu perbuatan yang dilakukan oleh pikiran, ucapan, dan jasmani yang didorong oleh niat atau kehendak yang menyatakan bahwa setiap perbuatan akan membawa hasil atau akibat dimana perbuatan baik akan menghasilkan kebahagiaan dan perbuatan jahat akan mengakibatkan penderitaan (Singgih, 2017). Karma sebagai suatu kumulatif atas efek jasa dan kekurangan selama rentang individu yang akan menentukan nasib individu tersebut (Sacrborough, 1998). Setiap individu diyakini mewarisi dan memiliki karmanya sendiri, terlahir dari karmanya sendiri, serta terlindungi oleh karmanya sendiri. Perkembangan usaha yang ditandai dengan peningkatan order maupun ranah usaha yang berkembang dengan melayani servis diyakini oleh Bapak Po Seng sebagai karma baik yang berbuah. Usaha Bapak Po Seng kian mengalami perkembangan dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan-pelanggannya. Pada awal tahun 2000, Bapak Po Seng mulai merambah lini usahanya sebagai dealer voucher HP dimana pada tahun 2001, Bapak Po Seng mendapatkan penghargaan sebagai the best dealer dari beberapa provider seperti XL, Telkomsel. Usaha yang dijalani oleh Bapak Po Seng sampai dengan saat ini bertahan dengan prinsip usaha yang diyakini bahwa ulet, jujur sesuai dengan nilai-nilai Buddhis dan pentingnya meraih kepercayaan dari orang lain. Pemahaman akan Dhamma dan hukum kamma vipāka (sebab akibat) menurut nilai-nilai Buddhis diyakini oleh Bapak Po Seng membantu agar

kehidupan maupun usaha agar senantiasa diwarnai oleh kebahagiaan dan rasa syukur.

Bapak Po Seng menuturkan bahwa:

Kehidupan harus berada jalan penghidupan yang benar sesuai dengan nilai Buddhis. Saya menjalani usaha di bidang ini bukan hanya didasari oleh dorongan dari rekan saya untuk mengawali bisnis namun saya meyakini bahwa jenis usaha yang saya pilih merupakan mata pencaharian yang benar menurut agama Buddha dan berada pada Delapan Jalan Kebenaran.

Setiap pasang surut usaha yang dihadapi merupakan suatu karma yang berbuah. Karma itu untuk meredam gejolak emosi karena karma bisa datang cepat atau lambat dan ketika karma berbuah maka akan mengikis kekotoran batin.

Bapak Po Seng menuturkan mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Sukses itu bilamana dapat bermanfaat bagi orang lain. Saya tidak mau merugikan orang lain, lebih baik saya yang rugi daripada saya merugikan orang lain. Selama masih ada kesempatan untuk saya berbuat baik maka saya selalu berupaya untuk berbuat baik. Saya berupaya agar semoga semua makhluk hidup berbahagia.

Gambar 4.5

Wawancara dengan Bapak Po Seng



4.2.2 Informan: Ibu Padma

Ibu Padma merupakan UKW Buddhis yang telah menjalani usahanya selama hampir lebih dari 20 tahun. Usaha yang dijalani oleh Ibu Padma adalah usaha perdagangan busana dan khususnya adalah penjualan seragam dan perlengkapan seragam sekolah. Usaha tersebut berlokasi di Pasar Kecapi, Bekasi dan merupakan usaha yang telah dijalani antar generasi. Generasi sebelumnya yang menjalani usaha ini adalah orang tua (Ibu) dari Ibu Padma. Informasi mengenai Ibu Padma diperoleh dari informasi yang diberikan oleh Bapak Po Seng (informan sebelumnya) sesuai dengan kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini. Perkenalan pertama dengan Ibu Padma dilakukan di Vihara Vipassana Kusalachitta melalui perkenalan yang dijabatani oleh Bapak Po Seng .

Proses wawancara dengan Ibu Padma diawali dengan mengatur waktu pertemuan wawancara yang disepakati untuk dilakukan di lokasi usaha Ibu Padma pada pukul 14.00. Suasana yang tampak di lokasi usaha pada pukul 14.00 saat proses pelaksanaan wawancara terlihat karyawan Ibu Padma yang sedang melayani pembeli. Karyawan Ibu Padma mempersilahkan untuk menunggu karena Ibu Padma sedang pulang untuk mengurus keperluan makan siang orang tuanya. Dalam kios usaha Ibu Padma tersusun dengan lengkap seragam sekolah mulai dari tingkat Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang dilengkapi dengan perlengkapan kegiatan penunjang sekolah seperti Pramuka, busana olahraga sekolah dan beberapa keperluan busana wanita. Pengamatan pada aktivitas karyawan Ibu Padma yang sedang melayani pembeli dilakukan sembari menunggu kedatangan Ibu Padma untuk pelaksanaan wawancara. Karyawan Ibu Padma terlihat dengan sabar dan rinci menjelaskan

kepada pembeli mengenai perbedaan kualitas bahan dan perbandingan dari sisi harga dari masing-masing busana.

Wawancara dimulai ketika Ibu Padma tiba sekitar 10 menit kemudian di lokasi usaha dan dimulai dengan menceritakan asal muasal usaha yang dijalani saat ini. Usaha Toko Seragam dimulai oleh orang tua (Ibu) dari Ibu Padma yang sejak awal berjualan busana di Pasar Kecapi. Usaha dimulai sejak 20 tahun silam dengan kondisi awal kios usaha yang masih dalam bentuk bedeng. Usaha kian berkembang dengan bentuk kios usaha yang sudah mengalami renovasi dan peningkatan serta bertahan selama puluhan tahun di lokasi usaha yang sama dan ketika orang tua Ibu Padma memasuki usia lanjut, Ibu Padma memutuskan untuk meneruskan usaha tersebut. Keputusan Ibu Padma untuk melanjutkan usaha orang tuanya dikarenakan bakti kepada orang tua sesuai dengan nilai-nilai Buddhis yang diyakininya. Ibu Padma adalah empat bersaudara dengan dua kakak lelaki yang sudah memiliki usaha sendiri dan satu adik perempuan yang lokasi rumahnya jauh dengan lokasi usaha sehingga dengan motivasi berbakti kepada orang tua maka Ibu Padma meneruskan usaha yang dimiliki oleh orang tuanya. Motivasi lainnya adalah usaha toko seragam tersebut sesuai dengan nilai-nilai Buddhis yaitu mata pencaharian yang benar dengan menghindari menjual senjata, perdagangan makhluk hidup, menjual daging, menjual racun dan menjual barang-barang yang memabukkan atau tidak membuat ketagihan. Ibu Padma menceritakan besarnya peran ibunya baik semangat maupun nilai-nilai Buddhisme yang dipegang oleh ibunya dalam pelaksanaan usaha yang dijalaninya. Nilai-nilai semangat, ulet, kejujuran serta pandangan bahwa kesederhanaan dan tidak

berlebih-lebihan dalam Buddhisme mewarnai pilihan keputusan keuangan Ibu Padma dalam menjalani usaha.

Usaha yang dijalani saat ini lebih fokus kepada penjualan seragam dan perlengkapan seragam sekolah seperti perlengkapan pramuka, topi maupun dasi. Fokus usaha kepada penjualan seragam sekolah dikarenakan oleh pemilihan atribut risiko yang relatif rendah. Penjualan seragam sekolah cenderung tidak terkena dampak trend atau musiman dan kecenderungan konsumen untuk memilih merk tertentu sehingga risiko usaha relatif rendah dan cenderung terukur. Diversifikasi usaha juga dijalani dengan menjual busana-busana penunjang sekolah seperti kaos kaki, pakaian olahraga, celana training untuk olahraga maupun busana lainnya seperti kerudung, peci maupun pakaian khusus untuk wanita.

Ibu Padma menuturkan bahwa:

Seragam sekolah modelnya cenderung sama dan jarang mengalami perubahan, berbeda dengan baju atau busana pada umumnya yang mengikuti trend. Trend baju Lebaran ataupun Natal tiap tahunnya bisa berganti sehingga risikonya tinggi. Jadi saya memilih berjualan seragam sekolah saja.

Upaya-upaya inovatif maupun pengembangan peluang usaha dilakukan oleh Ibu Padma dengan masuk pada penjualan online sejak tahun 2018 dengan nama akun "Lily Seragam" untuk menjangkau penjualan ke pelanggan yang ada di luar kota seperti Kalimantan dan Surabaya. Usaha online tersebut dijalankan sendiri dengan bantuan saudara dari Ibu Padma.

Ibu Padma menuturkan arti kesuksesan usaha bahwa:

Sukses itu bilamana ada ketenangan dan keseimbangan batin, sehingga saya menjalani usaha tidak terlalu ambisi. Boleh saja melakukan inovasi, namun inovasi harus tersebut harus terukur karena inovasi pasti ada risiko. Sukses bilamana ada kenyamanan di hati agar tidak berat atau pusing memikirkan sesuatu yang belum kita raih. Target usaha boleh ada namun meraihnya bertahap langkah demi langkah. Dalam Buddhisme, ada annica yaitu semua tidak ada yang abadi atau ketidakekalan sehingga setia pasang surut usaha saya jalani dan hadapi saja.

Ibu Padma juga menuturkan mengenai kebermanfaatn usaha bahwa:

Usaha yang bermanfaat bila pada akhirnya dengan usaha yang dijalani bisa bermanfaat bagi orang lain dengan bisa berdana, menyokong orang tua dan membantu saudara.

Gambar 4.6

Wawancara dengan Ibu Padma



4.2.3 Informan : Bapak Joni (Pak Acong)

Bapak Joni atau yang dikenal dengan Bapak Acong merupakan UKW Buddhis yang menjalani usaha di bidang perdagangan gas dan air minum dalam kemasan, penjualan perlengkapan listrik dan elektronik, bangunan, teknik dan safety, alat tulis kantor dan rumah tangga yang telah menjalani usahanya selama 4 tahun. Informasi mengenai Bapak Joni didapatkan dari perkenalan awal yang dijembatani oleh Bapak Po Seng dan Ibu Padma yang dilakukan di Vihara Vipassana Kusalacitta.

Pelaksanaan wawancara dengan Bapak Joni diawali dengan meminta kesediaan dan waktu Bapak Joni untuk melakukan wawancara. Bapak Joni menyetujui untuk dilakukan wawancara pada pagi hari pukul 07.30 di ruang diskusi Vihara Vipassana Kusalacitta setelah Bapak Joni melakukan dana makan pagi bagi para Bhante. Bapak Joni sendiri merupakan sosok yang ulet dan pekerja keras dengan mulai menerima order pesanan mulai dari jam 04.00 sampai dengan jam 22.00 setiap harinya.

Bapak Joni menuturkan bahwa:

Jam kerja saya itu dari 4 subuh mulai kirim barang sampai jam 06.30 pagi lanjut ke pasar, ke warung, ke kantin, tukang bakso untuk antar pesanan. Jam 06.30 saya harus kembali ke rumah karena saya punya 1 anjing kecil yang saya harus bawa keliling tiap pagi sampai jam 07.00. Lalu jam 07.00 saya ke vihara untuk dana makan pagi ke Bhante sampai sekitar jam 08.00. Lalu jam 08.00 saya pulang, mandi dan bersiap kembali ke toko sampai nanti malam.

Suasana pagi hari di Vihara pada pukul 07.30 pagi pada saat pelaksanaan wawancara terlihat khidmat dimana beberapa umat Vihara termasuk Bapak Joni sedang melaksanakan kegiatan dana makan pagi kepada Bhante di Vihara. Pelaksanaan wawancara menunggu Bapak Joni selesai melaksanakan kegiatan

dana makan pagi. Pada saat kegiatan tersebut berakhir, Bapak Joni menemui dan mengajak untuk memulai pelaksanaan wawancara yang dilakukan di ruang diskusi Vihara. Bapak Joni menyampaikan bahwa *“saya memang setiap hari melakukan kegiatan dana makan pagi di Vihara dan setelah itu kembali ke toko untuk antar orderan. Saya rutin melaksanakan kegiatan dana makan karena melalui dana makan tersebut saya belajar untuk melepaskan kemelekatan terhadap materi di dunia dan kegiatan ini saya akan laksanakan sepanjang hidup saya”*.

Bapak Joni memulai usaha yang dijalannya sekarang selama empat tahun dimana sebelumnya selama 20 tahun menjadi pegawai di sebuah perusahaan. Bapak Joni menuturkan alasan dan motivasi beliau menjadi seorang wirausaha bahwa:

Saya selama kurun waktu 20 tahun hidup dan sekolah di kampung saya, lalu 20 tahun kemudian saya bekerja di perusahaan sebagai karyawan dan setelah itu saya bertekad untuk memiliki usaha sendiri. Meskipun berupa usaha kecil tapi merupakan usaha saya sendiri, saya mengusahakan agar hidup saya mandiri. Di dalam Buddhisme juga diajarkan untuk tidak bergantung kepada apapun juga sehingga saya selalu berusaha untuk berdiri di atas kaki saya sendiri dan sebisanya saya memiliki usaha. Sebenarnya kembali lagi kepada pilihan masing-masing kan setiap manusia memiliki pilihan ada yang bekerja dan ada yang berusaha dan semua pilihan bagus tergantung dengan keinginan masing-masing. Agama Buddha juga mengajarkan untuk hidup atas dasar kemampuan diri sendiri dan belajar untuk mandiri. Memang semuanya baik, mau bekerja dengan orang lain juga baik, mau membuat usaha sendiri juga baik. Kembali lagi bahwa hidup adalah pilihan.

Bapak Joni memulai usahanya dengan menyediakan air kemasan, gas, sampai dengan listrik tergantung dengan kebutuhan dari pelanggan. Dengan mengandalkan jaringan yang dimilikinya, Bapak Joni mengembangkan usahanya

sampai dengan memiliki pelanggan-pelanggan tetap seperti Kedai Go Chicken, beberapa warung kecil di pasar tradisional dan rumah-rumah. Usaha Bapak Joni berkembang karena pelayanan yang diberikannya meskipun pembelian dari pelanggan hanya dalam kuantitas sangat kecil, Bapak Joni tetap melayani dengan suka hati. Bapak Joni memandang usaha yang dijalannya sebagai suatu sarana untuk memperbanyak kebaikan seperti nilai Buddhisme yang diyakininya sehingga Bapak Joni berupaya selalu melayani kebutuhan pelanggan selain juga sebagai sarana promosi word of mouth. Nilai-nilai agama Buddha juga mendasari pilihan keputusan keuangan maupun dalam dimensi-dimensi yang melekat dalam orientasi kewirausahaan.

Pilihan Bapak Joni untuk memilih jenis usaha yang ditekuni saat ini juga berlandaskan dengan nilai-nilai agama Buddha yaitu Delapan Jalan Kebenaran dimana dalam salah satu Delapan Jalan Kebenaran adalah Mata Pencapaian Benar. Bapak Joni menuturkan bahwa:

Bisnis inti saya kan berhubungan dengan air dan kebutuhan sehari-hari untuk masyarakat dan jadi saya mencari usaha yang sesuai dengan nilai Buddhisme seperti listrik, air minum, makanan yang bermanfaat bagi orang lain. Dalam agama Buddha sendiri mengajarkan jangan berbuat jahat dan perbanyaklah berbuat baik sehingga bisnis seperti saya dengan berjualan gas dan air kemasan ditambah pula saya menyediakan layanan antar ke rumah kapanpun pelanggan membutuhkan dan segera dipenuhi saya bisa memperbanyak perbuatan baik. Bagi saya membuka usaha untuk tujuan manfaat bagi orang lain dan untuk berbuat baik.

Bapak Joni menuturkan prinsip usaha yang dijalannya bahwa:

Saya memaknai kehidupan ini sebagai kehidupan yang harus dijalani dengan baik dan benar, harus berbuat baik karena yang saya bawa adalah karma baik, bukan materi, jabatan, harta benda maupun kekayaan yang kita hasilkan saat ini. Hidup ini penuh perubahan. Dalam agama Buddha juga diajarkan mengenai penderitaan, hidup

adalah penderitaan namun kita jangan bersedih karena pasti ada jalan keluarnya. Agama Buddha juga mengajarkan untuk menghindari kemelekatan, sehingga saya terus belajar untuk merasa puas dengan apa yang saya miliki.

Hidup kita merupakan cerminan dari diri kita sehingga saya menghindari rasa iri terhadap orang lain yang lebih sukses karena sukses yang mereka raih adalah buah karma baik dari mereka yang berusaha dengan baik. Kehidupan lampau juga memiliki pengaruhnya, mungkin dahulu orang tersebut banyak berdana dan menanamkan kebaikan sehingga karmanya berbuah baik dengan menjadi sukses. Kita justru harus bergembira dalam menyikapi ketika teman, keluarga sukses dan jangan menjadi iri.

Bapak Joni juga menuturkan makna kesuksesan usaha bahwa:

Sukses bagi saya adalah ketika saya mampu memenuhi kebutuhan hidup bagi saya dan keluarga. Kalau sukses harus diartikan harus mempunyai ini atau itu, bagi saya hal tersebut terlalu jauh. Sukses bagi saya yang terdekat dulu, bisa memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan mendapatkan ketenangan batin dalam diri sendiri bukan yang didapat dari luar diri.

Sukses usaha juga bila saya bisa melayani kebutuhan pelanggan dan pelanggan tersebut merasa puas dengan pelayanan yang saya berikan. Mereka bisa minum ataupun masak dengan barang yang saya sediakan dan kirim, apalagi bila kebutuhan tersebut dibutuhkan saat itu juga maka ada kepuasan dan kesuksesan bagi saya bila dapat mengantarkan ke pelanggan yang membutuhkan.

Setelah wawancara berakhir, Bapak Joni menunjukkan lokasi usahanya yang terletak di daerah Bojong Menteng yang tidak jauh dari lokasi Vihara. Toko Bapak Joni tergolong lengkap dimana hampir seluruh kebutuhan rumah tangga tersedia dan tersusun dengan teratur namun persediaan barang yang paling banyak terdapat di toko adalah minuman air kemasan maupun galon dengan gas 3 kg dan 12 kg.

Gambar 4.7**Wawancara dengan Bapak Joni****4.2.4 Informan : Ibu Ango**

Ibu Ango merupakan UKW Buddhis yang memiliki usaha pempek dan freelance pembuatan alumunium. Ibu anggo merantau ke Bekasi dari Palembang pada tahun 1989 untuk belajar usaha alumunium kepada saudara ipar Ibu Ango. Pada awalnya, Ibu Ango memiliki niat untuk belajar mengenai usaha alumunium kepada saudara iparnya selama 6-7 bulan namun Ibu Ango kemudian bekerja kepada saudara iparnya lebih dari 3 tahun. Selepas bekerja dengan saudara iparnya, Ibu Ango membuka usaha alumunium yang diawali dengan jasa pembuatan kusen pintu sampai dengan pembuatan rak piring, jemuran dengan harga yang bervariasi. Usaha alumunium yang dijalani oleh Ibu Ango bertahan

sampai dengan kurun waktu 22 tahun yaitu mulai dari tahun 1994 sampai dengan tahun 2016 sampai dengan toko yang dimilikinya mengalami penggusuran jalan. Sejak penggusuran tersebut, Ibu Ango memutuskan untuk menutup toko yang dimilikinya namun tetap menjalani usaha pembuatan alumunium secara freelance khususnya bagi pelanggan-pelanggan lama.

Informasi mengenai Ibu Ango diperoleh dari referensi dan perkenalan yang dijembatani oleh Bapak Po Seng, Bapak Joni dan Ibu Padma yang dilakukan di Vihara Vipassana Kusalacitta. Wawancara dengan Ibu Ango dilaksanakan di ruang diskusi Vihara Vipassana Kusalacitta. Namun, karena adanya keterbatasan waktu Ibu Ango untuk melakukan wawancara pada saat itu maka disepakati bahwa pelaksanaan wawancara dilanjutkan di lokasi usaha Ibu Ango pada keesokan harinya. Adapun lokasi usaha Ibu Ango terletak di Grand Residence dan Superindo Setu. Keesokan harinya pada saat proses wawancara lanjutan di lokasi usaha Ibu Ango yang terletak di Superindo Setu, terlihat Ibu Ango sedang menyusun persediaan pempek yang dijualnya setelah selesai melayani pembeli. Pempek yang dijual oleh Ibu Ango bervariasi terdiri pempek kapal selam, lenjer, adaan dengan jenis ukuran kecil, sedang dan jumbo. Proses wawancara dilanjutkan dengan menceritakan lebih dalam mengenai asal muasal wirausaha yang dijalannya.

Motivasi yang mendasari Ibu Ango untuk memulai berwirausaha adalah mencari kemandirian secara ekonomi. Ibu Ango menuturkan dengan perasaan haru mengenai kehidupan keluarganya bahwa:

Awal saya berwirausaha adalah untuk mendapatkan kemandirian karena kalau bekerja dengan orang lain akan terikat. Saya memilih berwirausaha karena dapat dilakukan sambil mengurus anak-anak.

Saya sendiri lulusan SMEA dan diajarkan untuk menciptakan lapangan kerja sendiri dan setelah saya lulus Akademi Sekretari dan Manajemen Indonesia (ASMI) pada tahun 1983 saya hanya bekerja sebentar sebagai pegawai. Sejak kecil ibu saya mengajarkan saya untuk usaha, saya berjualan dengan membuat kue dan banyak orang yang datang ke rumah untuk mengambil kue untuk dijual kembali. Dahulu satu hari, saya bisa menghabiskan satu kg tepung terigu untuk membuat kue. Keluarg besar saya memang pedagang.

Tahun 1967 sampai dengan 1970, keluarga saya masih berdagang di Kalimantan dan pindah ke Jakarta ketika ada kerusuhan di Kalimantan. Saya dan keluarga ke Jakarta pada tahun 1970 dengan kapal laut dengan berbekal telur asin dan ikan sarden kaleng. Sesampainya di Jakarta di Pelabuhan Sunda Kelapa, kami di jemput oleh Papa dan Kakak saya yang sudah tiba dahulu di Jakarta.

Keluarga Ibu Ango memutuskan untuk pindah ke daerah Setu, Bekasi dengan fokus menjalankan usaha pempek. Usaha pempeknnya dijalani dengan menggunakan jasa pembuatan pempek kepada vendor menggunakan resep yang dimiliki oleh Ibu Ango dan sebagian lagi persediaan pempek dikirim dari Palembang melalui adik ipar Ibu Ango. Keputusan Ibu Ango untuk memfokuskan usahanya kepada usaha pempek saat ini didasari oleh motivasi untuk mendapatkan ketenangan batin serta kecenderungan untuk memilih jenis usaha dengan risiko yang rendah. Ibu Ango menuturkan bahwa:

Saat ini yang bertahan salah satunya adalah bisnis kuliner, saya menghindari usaha dengan risiko bisnis yang besar. Risiko berjualan pempek kan relatif kecil yang penting bisa mencukupi hidup...yah relatif. Bisnis pempek yang saya jalani kalau saya perhitungkan butuh waktu sekitar tiga tahun untuk stabil.

Usaha pempek yang saya jalani ini untuk mendapatkan ketenangan batin karena apabila berusaha memang materi dibutuhkan namun kepuasan dan ketenangan batin juga harus didapatkan. Agama Buddha juga mengajarkan bahwa kebahagiaan adalah kebahagiaan yang muncul dari batin yang tenang. Saya tidak mau berwirausaha dengan bekerja membabi buta dan penuh tekanan batin.

Ibu Ango menuturkan dengan suara penuh haru mengenai makna kesuksesan usaha bahwa:

Kesuksesan usaha bila target usaha yang saya tetapkan tercapai namun bukan hanya omset penjualan yang saya anggap sebagai suatu kesuksesan usaha. Kepuasan batin juga penting ketika pelanggan saya senang maka tercapailah kepuasan batin. Kepuasan konsumen itu segalanya kalau jadi pedagang namun saya juga perhatikan tipe konsumennya seperti apa. Kepuasan batin menjadi segalanya bagi saya bahkan ada pelanggan saya yang langganan aluminium dari papanya menurun ke anaknya bahkan sampai cucunya pesan ke saya. Adanya kepercayaan dari pelanggan maka munculah kepuasan batin saya.

Ibu Ango menekankan secara gamblang akan peran intuisi ketika berwirausaha. Dengan lugas, Ibu Ango menjelaskan bahwa:

Selama berdagang saya kerap kali mengikuti intuisi atau *feeling*, kalau *feeling* saya ragu maka saya gak akan ambil pekerjaan terutama pekerjaan aluminium. Untuk melatih naluri intuisi maka disitulah pentingnya peran agama dengan beragama maka saya mempunyai kekuatan kehidupan. Agama akan menambah kekuatan batin, saya rutin mengikuti puja bhakti di Vihara dan memiliki kebiasaan meditasi setiap bangun tidur. Saya selalu meditasi 30 menit setelah bangun tidur setelah itu saya merasa segar untuk melakukan aktivitas. Melalui meditasi dalam agama Buddha tersebutlah saya mendapatkan ketenangan dan kekuatan batin, Jadi naluri saya terbentuk melalui kekuatan batin sendiri.

Gambar 4.8**Wawancara dengan Ibu Ango****4.2.5 Informan : Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot**

Perkenalan dengan Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot diawali dengan informasi yang disampaikan oleh Bapak Po Seng dan Ibu Ango. Perkenalan awal dengan Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot dilakukan di Vihara Vipassana Kuslacitta yang didahului dengan menjelaskan tujuan penelitian dan meminta kesediaan untuk melaksanakan wawancara. Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot menyetujui untuk dilakukan wawancara di lokasi usahanya yang berlokasi di daerah Pondok Gede Permai, Bekasi.

Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot merupakan UKW Buddhis yang memiliki lima kios usaha yang disewakan selama 23 tahun. Pada pukul 08.30 pagi sesuai dengan

waktu yang disepakati untuk pelaksanaan wawancara, terlihat beberapa kios usaha yang disewakan di lokasi usaha Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot sedang bersiap-siap membuka usahanya. Salah satu kios yang sedang bersiap-siap tersebut adalah kios bakso rudal yang merupakan penyewa kios yang paling lama (sejak tahun 2006). Di lokasi usaha terlihat beberapa kios usaha yang menyewa selain bakso rudal terdapat juga kios martabak, toko kosmetik dan obat, aksesoris motor dan kios bubur ayam. Peneliti menyempatkan untuk berbincang-bincang dengan penyewa kios bakso rudal yang menuturkan bahwa *“saya sudah buka usaha disini sejak tahun 2006. Saya tidak pindah-pindah karena lokasi usahanya strategis di pingir jalan, langganan saya juga sudah banyak. Saya juga betah menyewa di sini karena pemiliknya baik dan pengertian sekali. Pemiliknya juga tidak perhitungan dengan tanggal awal sewa, saya diperbolehkan untuk masuk ke kios dan beres-beres dan tidak dihitung sebagai tanggal awal sewa. Ketika saya konfirmasi mulai berjualan disitulah baru tanggal sewa saya dihitung”*.

Pelaksanaan wawancara dimulai dengan menemui Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot di kediamannya yang terletak di belakang kios usaha mereka. Suasana di kediaman Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot terlihat begitu tenang dan di halaman rumah mereka terlihat patung ayam jago yang terletak di atas kios usahanya. Proses wawancara diawali dengan menanyakan kepada Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot mengenai patung ayam jago yang terletak di atas masing-masing kios usaha yang dimilikinya. Mereka menuturkan dengan penuh rasa haru bahwa:

Itu sebagai simbol perjalanan usaha kami Bu, dulu kami ini berjualan pakan ayam dan ketika kami membangun kios ini maka untuk selalu mengingat jatuh bangun usaha kami, patung ayam jago ini kami taruh di atas masing-masing kios.

Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot menceritakan asal muasal usaha yang dijalankannya dengan begitu bersemangat. Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot sebelum membangun kios usaha yang mereka miliki pada awalnya Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot berdagang kelontong atau sembako di depan rumah mereka. Usaha yang mereka jalani bervariasi mulai dari usaha sembako, fotokopi, peralatan dapur dan yang terakhir ini adalah pakan ternak seperti pakan burung, ikan dan ayam.

Pada awalnya, toko yang mereka miliki belum berbentuk lima kios tapi merupakan gabungan dari lima kios tersebut. Pembangunan lima kios tersebut dimulai pada tahun 2006 ketika mereka mendapatkan uang penggantian akibat pelebaran jalan. Ketika mendapatkan uang penggantian tersebut, Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot memutuskan untuk menggunakannya dalam bentuk investasi pembangunan kios karena dianggap sebagai investasi yang aman dan risiko usaha yang relatif rendah dengan mempertimbangkan perkembangan lokasi yang strategis yang memungkinkan banyak munculnya wirausaha. Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot mempercayai bahwa karma baik yang menjadikan pembangunan kios tersebut berjalan. Ibu Mei Hwa tampak menahan haru ketika menuturkan awal pembangunan kios usaha mereka bahwa:

Kami membangun kios ini semua dengan dana yang sangat terbatas dan benar-benar merintis dari awal. Tahun 2006 merupakan awal pembangunan kios ini, kami mendapatkan uang penggantian dari pelebaran jalan meskipun uangnya tidak besar tapi karena niat baik dan karma kami maka kami berhasil membangunnya. Satu persatu kios ini dibangun dengan diawali membangun tiga kios dari hasil uang penggantian tersebut. Kami membangun dan menutup kios ini pakai pagar ya... memakai ilmu rayap (sambil tertawa). Kalau dalam hitungan ekonomi sebenarnya tidak masuk akal karena membangun kios kan butuh biaya jadi kami pelan-pelan secara bertahap membangun kios ini. Kami masih berdagang pada waktu itu, ketika kios yang kami tempati disewa maka kami pindah ke kios sebelahnya.

Pembangunan kios kami upayakan satu persatu dibangun. Dahulu kios kami belum memakai rolling door dan masih memakai pagar bambu dan pada awalnya dahulu yang menyewa kios kami adalah usaha bengkel. Untuk mengeruk tanahnya saja, kami tidak memakai alat derek atau alat berat benar-benar kami menggunakan tenaga manusia saja termasuk suami turut ikut dalam prosesnya.

Awalnya kios kami belum layak untuk dikontrakkan sebagai tempat usaha karena kami kehabisan uang maka pembangunan kami tunda dahulu namun sewaktu itu ada seorang Bapak yang bernama Pak Bambang yang membuka jalan bagi kami untuk menyelesaikan kios ini. Beliau membayar lunas satu tahun untuk menyewa kios kami dan kami memakai uang sewa tersebut untuk menyelesaikan pembangunan kios kami. Kami selalu mengingat ajaran Buddhis bahwa tidak boleh menyerah dan terpaku dalam suatu keadaan saja serta kehidupan harus dilalui dengan semangat oleh karenanya kami tetap berupaya agar kios ini terbangun.

Pembangunan lima kios usaha Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot mengandalkan dari pembayaran uang muka dari setiap penyewa. Masing-masing kios dibangun dari uang muka hasil penyewaan satu kios dan bahkan penyelesaian satu kios tersebut didapatkan dari uang muka sewa kios tersebut. Nilai Buddhis memiliki peranan dalam mendasari keputusan Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot dalam memilih calon penyewa kiosnya. Ibu Mei Hwa dan Pak Oot menyakini bahwa calon penyewa tidak memiliki jenis usaha yang bertentangan dengan Pancasila Buddhis dan Mata Pencaharian yang Benar menurut nilai agama Buddha. Ibu Mei Hwa menuturkan bahwa agama menjadi fondasi dalam kehidupan usahanya dengan penuturan bahwa:

Saya selalu konsultasi kepada Bhante dan bercerita mengenai kesulitan kehidupan yang saya alami. Nasihat-nasihat dari Bhante membuat saya kembali menjadi tenang dalam menjalani kehidupan. Saya selalu berupaya menjalani nasihat-nasihat dari Bhante dengan selalu berupaya berbuat baik dan menanam kebaikan kapanpun dan meyakini bahwa hidup adalah penderitaan sebagaimana dalam ajaran

agama Buddha dimana manusia hidup tidak mungkin tidak mengalami masalah.

Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot menuturkan arti kesuksesan usaha dengan penuh rasa haru bahwa:

Ketika kami bisa membantu orang-orang yang berwirausaha dengan memberikan harga sewa yang terjangkau sehingga kami jadi turut berbahagia. Dengan semua keterbatasan yang kami alami selama ini, menurut kami sukses itu ketika kami bisa memasarkan kios ini ke orang yang tepat sesuai dengan nilai-nilai agama Buddha dengan harga terjangkau. Kami juga ingin agar anak-anak semuanya dapat memiliki pendidikan yang lebih baik agar kehidupan ekonominya lebih mapan daripada orang tuanya. Selama ini yang menyewa kios kami rata-rata semua penyewa yang baik karena pada dasarnya karma baik kami juga. Kami banyak menerima kebaikan dalam bentuk apapun dari orang lain termasuk penyewa kios kami karena karma yang ada di dalam keluarga kami. Penyewa kami sendiri bahkan ada yang memasang keramik ubin dan mengecat tembok kios kami, jadi kios kami jadi pelan-pelan bagus....(sambil tertawa haru).

Gambar 4.9

Wawancara dengan Ibu Mei Hwa dan Bapak Oot



4.2.6 Informan : Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata

Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata adalah UKW Buddhis yang memiliki usaha rumah makan soto Betawi di daerah GOR, Bekasi yaitu rumah makan Soto Anda. Usaha yang dijalani oleh Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata merupakan usaha antar generasi yang sebelumnya merupakan usaha yang dijalani oleh orang tua Ibu Wahyuni. Rumah makan Soto Anda berdiri sejak tahun 1972 yang awalnya berlokasi di daerah Perjuangan, Bekasi dan sejak tahun 2002 pindah ke lokasi daerah GOR, Bekasi.

Pelaksanaan wawancara dengan Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata diawali dengan perkenalan yang dijembatani oleh Bapak Po Seng dan Ibu Mei Hwa di Vihara Vipassana Kusalacitta. Perkenalan dengan Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata diawali dengan menjelaskan maksud dan tujuan penelitian kepada Ibu Wahyuni serta Bapak Inkata. Pelaksanaan wawancara disepakati dilakukan di lokasi usaha mereka pada pukul 09.00 pagi. Pada saat pelaksanaan wawancara pukul 09.00 pagi di lokasi rumah makan Soto Anda, terlihat Ibu Wahyuni beserta dua orang karyawannya sedang bersiap-siap mengatur bahan untuk soto. Ketika itu, Bapak Inkata baru saja kembali dari pasar untuk mengambil bahan dagangan.

Ibu Wahyuni meminta agar diberikan waktu sekitar 15 menit untuk merapihkan bahan dagangan yang dibawa oleh Bapak Inkata. Sembari merapihkan bahan dagangan, Ibu Wahyuni mempersilahkan untuk dilakukan proses dokumentasi maupun pengamatan terhadap situasi di sekitar lokasi usaha. Rumah makan Soto Anda dapat menampung pengunjung sekitar 60 orang dengan variasi menu soto yang beragam dengan tata letak bangku-bangku pengunjung yang disusun memanjang, Ibu Wahyuni memperhatikan bahwa peneliti mengamati susunan

bangku dalam rumah makannya dan menuturkan bahwa “*dulu tata letak rumah makan ini melingkar sehingga pengunjung yang makan ditempat hanya sedikit sekitar 20 pengunjung namun kami ubah sehingga mampu menampung 60 orang.*”

Tidak lama kemudian, tiba seorang pengunjung yang memesan soto untuk dibawa pulang yang dilayani oleh seorang karyawan. Ibu Wahyuni menuturkan sembari menyiapkan soto pesanan pengunjung bahwa :

Dahulu awalnya orang tua berdagang soto babat yang dimulai sejak tahun 1972 dan karena banyaknya permintaan pelanggan yang meminta agar dilengkapi variasi sotonya maka kami lengkapi dengan soto lainnya seperti soto daging, soto kaki dan akhir-akhir ini menunya kami tambahin dengan soto lidah dan soto kepala....yah inovasi menu sesuai permintaan pelanggan (sambil tersenyum)

Variasi menu soto ini terlihat pada menu yang terpampang di salah satu tembok dan lembaran menu yang ada seperti yang terlihat pada gambar 4.10 yaitu:

Gambar 4.10**Menu Rumah Makan Soto Anda**

Proses wawancara dimulai dengan Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata dengan menceritakan asal muasal nya usahanya sembari meminta kepada karyawannya untuk menyiapkan minuman es jeruk untuk dinikmati pada saat wawancara. Usaha rumah makan Soto Anda dimulai pada tahun 1972 oleh orang tua Ibu Wahyuni di daerah Perjuangan, Bekasi. Pada awalnya, orang tua Ibu Wahyuni menjalani usaha dengan menyewa kios di daerah Perjuangan yang saat ini menjadi *showroom* Suzuki. Orang tua Ibu Wahyuni menjalani usaha di daerah Perjuangan selama hampir 16 tahun dan setelahnya pindah ke lokasi di daerah GOR, Bekasi. Rumah makan Soto Anda merupakan salah satu rumah makan yang bertahan di Kota Bekasi selama puluhan tahun dan sudah memiliki pelanggan-pelanggan

tetap khususnya pelanggan dari Pemerintah Kota Bekasi bahkan sampai dengan luar kota seperti Karawang.

Ibu Wahyuni menuturkan dengan penuh semangat dan bangga bahwa:

Pelanggan loyal kami banyak dari Pegawai Pemerintah Bekasi yang sudah mengenal Soto Anda selama puluhan tahun, ada juga dari kelapa gading, ciawi, tambun dan karawang. Kalau ke Bekasi dan bertanya mengenai Soto Anda, pasti semuanya mengenal bahkan tukang becak saja tahu mengenai Soto Anda.

Ibu Wahyuni sebagai generasi kedua dari rumah makan Soto Anda menceritakan bahwa dirinya sudah mulai ikut membantu usaha orang tuanya sejak tahun 1989 dengan turut membantu persiapan bahan makanan sehingga citra rasa makanan sampai dengan saat ini dijamin otentik dengan resep aslinya. Rumah makan Soto Anda kian berkembang dan pernah memiliki tiga cabang yang terletak di daerah Perjuangan Bekasi, Bekasi Timur dan di daerah GOR, Bekasi sampai dengan tahun 2002. Pada akhirnya, Soto Anda hanya memiliki satu cabang saja yaitu yang terletak di daerah GOR, Bekasi yang merupakan lokasi usaha milik Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata.

Ibu Wahyuni menuturkan pertimbangan mengapa rumah makan Soto Anda hanya memiliki satu cabang bahwa:

Dahulu kami memiliki 3 cabang tetapi lama kelamaan merepotkan dan pada akhirnya tinggal cabang disini saja (cabang GOR, Bekasi). Cabang yang di daerah perjuangan tidak dilanjutkan karena daerah tersebut termasuk jalur macet dan perusahaan juga jarang di daerah tersebut, sedangkan cabang yang di Bekasi Timur juga sudah tidak kami lanjutkan kembali. Punya banyak cabang tidak kepegang karena lama kelamaan tidak ada yang mengurus belanja bahan makanan. Keluarga kami punya pengalaman membuka cabang tetapi karena tidak diurus sendiri dan mengandalkan karyawan sehingga ada

kejadian ditipu oleh karyawan sendiri, jadi kami tidak mau buka cabang kalau kami tidak mengurus sendiri, kecuali kalau anak kami sendiri yang mau membuka cabang.

Nilai-nilai agama Buddha seperti Pancasila Buddhis mewarnai praktik kewirausahaan yang dijalani oleh Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata. Salah satunya adalah pengamalan Pancasila Buddhis yaitu bertekad melatih diri untuk menghindari pembunuhan makhluk hidup. Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata menyadari bahwa usaha rumah makan soto yang dimilikinya berhubungan dengan makhluk hidup.

Untuk menyelaraskan dengan nilai-nilai agama Buddha dalam pelaksanaan usahanya, Ibu Wahyuni menuturkan bahwa:

Kami berupaya menjalankan Pancasila Buddhis dengan benar dalam usaha kami sehingga kami membeli bahan dagangan kami tidak mau memesan daging ke tukang daging karena kami berupaya mengamalkan Pancasila Buddhis yang pertama yaitu menghindari pembunuhan makhluk hidup jadi kami hanya membeli daging yang sudah tersedia di pasar. Usaha kami juga mengamalkan nilai Buddhis yaitu mata pencaharian benar dengan tidak menjual makanan atau minuman yang membuat ketagihan dan melemahkan kesadaran oleh karenanya saya menjual makanan dan minuman yang biasa saja.

Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata menuturkan mengenai arti kesuksesan usaha dengan penuh kesederhanaan bahwa:

Kesuksesan usaha bila kami bisa menyekolahkan anak sampai dengan sarjana, sudah lega bila sudah mencapai hal tersebut. Untuk kehidupan, kesuksesan usaha bagi kami bila bermanfaat bagi orang lain dan dengan kami membuka lapangan pekerjaan bagi 3 karyawan kami maka kami bisa menolong dan bermanfaat bagi orang lain selain itu karyawan kami juga selalu membawa makanan dari rumah makan ini untuk dibawa pulang ke rumah mereka. Susah dan senang dalam

kehidupan usaha, kami menjalani saja karena kami yakin bahwa kami tidak dapat menghindar dari karma kami sendiri dan bila sudah menjadi karma kami maka harus kami jalani.

Gambar 4.11

Wawancara dengan Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata



4.2.7 Informan : Bapak Untung

Bapak Untung merupakan UKW Buddhis yang berprofesi sebagai Dokter dan memiliki usaha Apotek Mekarsari serta Praktek Dokter di daerah Mekarsari, Bekasi. Usaha Apotek dan Praktek Dokter sudah dijalani oleh Bapak Untung sejak tahun 1996 yang diawali dengan membuka toko obat. Informasi mengenai Bapak Untung diperoleh dari informan kunci penelitian ini yang diawali dengan perkenalan awal di Rumah Duka Dharma Agung, Bekasi.

Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Bapak Untung untuk menjelaskan tujuan penelitian dan meminta kesediaan untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Bapak Untung menyatakan kesediaannya dan wawancara disepakati untuk dilaksanakan di lokasi usaha Bapak Untung. Pada pukul 14.00 siang sesuai dengan kesepakatan waktu wawancara, terlihat di lokasi usaha bahwa Bapak Untung dan istrinya sedang melayani seorang pembeli di Apotek miliknya. Bapak Untung nampak menjelaskan kepada pembeli tersebut dengan rinci serta penuh perhatian akan dosis obat yang harus diperhatikan pembeli tersebut. Lokasi usaha terletak di daerah yang strategis dan berada pada ruko yang terletak di pinggir jalan yang cukup sibuk. Suasana di lokasi usaha terlihat aktivitas kendaraan yang cukup padat. Apotek dan Praktek Dokter yang dimiliki oleh Bapak Untung terletak dalam bangunan yang merupakan gabungan dari tiga unit ruko dengan luas bangunan 12 meter x 15 meter, namun karena adanya proyek pembangunan jalan maka luas bangunan menjadi 3 meter X 12 meter. Meskipun, lokasi usaha yang dimilikinya dipersempit namun Bapak Untung tetap mempertahankan usahanya di lokasi tersebut sampai dengan saat ini dengan pertimbangan menjaga tanah leluhurnya dan banyaknya pelanggan Bapak Untung yang loyal.

Proses wawancara dilakukan dalam ruang praktek dokter Bapak Untung setelah Bapak Untung selesai melayani pembeli. Adapun Apoteknya saat ini dijaga oleh istri Bapak Untung dengan dibantu satu apoteker penanggung jawab serta satu asisten apoteker yang melayani. Ruang praktek Bapak Untung terlihat nyaman, bersih, steril dan disesuaikan mengikuti protokol Kesehatan pada era pandemi Covid-19. Bapak Untung memulai wawancara dengan menceritakan asal

muasal usaha yang dibentuknya. Sebelum memulai usahanya dengan membuka praktek dokter dan Apotek, Bapak Untung kuliah di fakultas kedokteran Atma Jaya Jakarta. Setelah Bapak Untung berkeluarga pada tahun 1994, Bapak Untung memutuskan untuk memulai usaha dengan membuka toko obat pada tahun 1996. Pada tahun 2000 setelah kelulusan Bapak Untung di fakultas kedokteran, Bapak Untung memulai membuka praktek dokter dan status usaha toko obat miliknya ditingkatkan menjadi Apotek yang ditunjukkan sebagai sarana bagi resep dokter yang diberikannya. Bapak Untung menuturkan mengenai ikhwal bangunan lokasi usaha kondisi usahanya terutama pada saat pandemi Covid-19 bahwa:

Bila bicara jumlah pasien dengan kondisi pandemi saat ini *Omitohud* masih berjalan dengan baik meskipun terdapat pengurangan jumlah pasien yang datang. Kebetulan saya juga terbantu dengan adanya ruko ini, pada awalnya ruko ini merupakan ruko tiga unit karena saya adalah tiga bersaudara. Dahulu, kami tiga bersaudara patungan untuk membangun tiga ruko pada tahun 1994 ini sehingga masing-masing mempunyai satu ruko. Pada tahun 2000, saya membeli ruko cici (kakak) saya dan tahun 2008 saya membeli ruko adik saya sehingga tiga ruko saat ini menjadi milik saya.

Motivasi Bapak Untung untuk memulai berwirausaha adalah salah satunya adalah otonomi dan kemandirian dari sisi pendapatan maupun keterikatan waktu selain juga menyelaraskan usaha yang dijalani dengan latar belakang pendidikan. Motivasi lainnya adalah faktor kedekatan dengan keluarga. Pada awal usahanya di tahun 1996, lokasi usahanya selain dijadikan ruang untuk usaha namun juga dijadikan tempat tinggal keluarga di bagian lantai atas lokasi usaha. Motivasi dari nilai-nilai agama Buddha juga mendasari keputusan Bapak Untung untuk berwirausaha di bidang Apotek dan pelayanan Praktek Dokter, Bapak Untung dengan lugas menuturkan bahwa:

Sedari kecil saya sudah mengenal ajaran Buddha Dharma karena saya berasal dari keluarga Tionghoa Buddhis tradisional, sejak saya sekolah di tingkat dasar saya selalu mengikuti sekolah minggu jadi saya cukup mengerti mengenai Dharma termasuk juga dengan jenis-jenis usaha yang harus dihindari dalam agama Buddha. Oleh karenanya, saya memilih jenis usaha dalam bidang obat dan pelayanan praktek dokter karena dapat memenuhi dari sisi kemanusiaan selain juga untuk mendapatkan materi dari usaha tersebut. Melalui usaha ini, saya mampu memberikan bantuan di saat ada yang sakit dan butuh pertolongan selain juga motivasinya adalah keselarasan dengan latar belakang profesi yang saya miliki.

Usaha Apotek yang dimiliki oleh Bapak Untung memiliki jam operasional mulai dari jam 08.30 sampai dengan jam 20.00. Jam operasional Praktek Dokter Bapak Untung terbagi menjadi dua *shift* yaitu *shift* pagi sejak jam 08.30 sampai dengan jam 13.00 dan *shift* sore sejak jam 17.00 sampai dengan jam 20.00. Bapak Untung menuturkan bahwa nilai-nilai agama Buddha mendasari prinsip usaha yang dijalannya bahwa:

Saya memiliki prinsip dalam menjalani usaha bahwa kalau saya bisa membantu kenapa harus mempersulit dan saya menyadari bahwa hidup ini tidak selalu mengejar materi kekayaan, namun bagi saya kepuasan dalam usaha adalah ketika dapat membantu orang lain, berguna bagi orang lain dan yang terpenting memiliki kesempatan untuk berbuat baik dan bermanfaat kepada orang lain. Saya mempercayai bahwa selama saya aktif di Vihara selama ini, berkah untuk keluarga saya selalu ada dan menanam kebaikan bisa dilakukan dalam bentuk apapun.

Bapak Untung selain menjalani wirausaha juga aktif menjabat sebagai Ketua Majelis Agama Buddha Tridharma (Magabutri) Jawa Barat selama enam tahun dan saat ini merupakan periode kepemimpinan yang kedua. Peran sebagai Ketua Magabutri ini dijalani oleh Bapak Untung sebagai salah satu bentuk kinerja

wirausaha berdasarkan nilai agama Buddha yang dijalannya. Bapak Untung menuturkan dengan bersemangat bahwa:

Saya berprinsip bahwa kalau saya dapat berbuat sosial di luar profesi saya mengapa tidak saya jalani. Pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2010, saya menjabat sebagai ketua Vihara di daerah Tambun, Bekasi kemudian tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 saya aktif sebagai Wakil Ketua Magabutri Jawa Barat dan terpilih secara aklamasi di tahun 2018 untuk kembali menjadi Ketua Magabutri Jawa Barat untuk periode ke-2. Pada tahun 2019 lalu saya diminta untuk maju ke tingkat Nasional karena dari sekian propinsi, Jawa Barat adalah propinsi yang terbesar dari segi jumlah wilayah dan jumlah viharanya. Meskipun peluang untuk terpilih besar namun saya mengurungkan diri untuk maju karena faktor ijin keluarga dan saya memiliki pekerjaan besar yang masih tersisa yaitu pembangunan Kantor Magabutri Jawa Barat.

Sebagai Ketua Magabutri Jawa Barat, Bapak Untung memiliki peranan dalam mengelola dan mengkoordinir vihara-vihara di beberapa level Kabupaten/Kota seperti Bekasi, Sukabumi, Cianjur dan Tasikmalaya dalam hal pengaturan jadwal penceramah atau duta Dharma, mengkoordinir Pandita dan duta Dharma se-Jawa Barat yang jumlahnya saat ini mencapai 89 orang, serta mengkoordinir urusan ke Pemerinta Pusat dan Kerjasama dengan Majelis Agama Buddha lainnya. Bapak Untung juga menjalani tradisi budaya Tionghoa sebagai keturunan Tionghoa tradisional dalam praktik kewirausahaan yang dijalannya. Bapak Untung menuturkan bahwa:

Secara pribadi, saya selalu melakukan sembahyang sebelum saya membuka toko dan saya memiliki altar Trinabi sebagai tempat sembahyang dan memasang Hio dan sudah saya lakukan sejak saya muda. Setiap pagi saya selalu berdoa meskipun tidak datang ke tempat usaha ataupun hari libur. Saya merasa ada yang kurang kalau tidak melaksanakan sembahyang. Saya juga percaya untuk urusan Fengshui arah rumah dan arah tempat usaha, saya selalu mengingkan

agar menghadap ke arah timur oleh karenanya empat properti saya semuanya menghadap ke arah Timur. Bahkan untuk urusan rumah tinggal, saya sangat mempercayai Fengshui untuk tata letak ruangan di rumah tinggal saya dan bahkan saya meminta Suhu Budiyono untuk datang ke rumah dan membantu untuk mengatur tata letak ruangan di rumah tinggal saya.

Bapak Untung menuturkan dengan antusias mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Bagi saya, kesuksesan usaha bila usaha saya semakin berkembang dan usaha tersebut lancar dalam hal legal dan formal semuanya lurus dan lancar serta tidak ada hambatan apapun dari sisi birokrasi. Dengan tidak melanggar aturan usaha juga saya anggap sebagai kesuksesan. Yang terpenting kesuksesan adalah ketika saya dapat memberi kepada orang lain dan bermanfaat terhadap orang lain. Saya meyakini bahwa usaha Apotek yang saya miliki harus melebihi dari sekedar Apotek yang lain dan harus memiliki nilai tambah oleh karenanya ketika pembeli belanja ke Apotek ini, saya tidak segan memberikan edukasi dan pengetahuan biasanya saya spontan menyampaikan apa yang harus di konsumsi dan apa yang harus dihindari selayaknya pasien konsultasi ke saya sehingga dapat menambah pengetahuan pembeli tersebut. Bagi saya, bila dapat membantu seperti itu sudah merupakan suatu kepuasan dan kesuksesan usaha dan ketika pasien datang serta membeli obat kemudian sembuh rasanya senang sekali. Hal tersebut juga selaras dengan penggunaan kekayaan menurut ajaran agama Budha. Itulah makna suatu kesuksesan dan kepuasan usaha bagi saya.

Gambar 4.12**Lokasi Ruang Praktek Bapak Untung****4.2.8 Informan : Bapak Susisno**

Bapak Susisno adalah UKW Buddhis yang memiliki usaha perdagangan *sparepart* truk yang telah berlangsung selama 11 tahun. Informasi mengenai Bapak Susisno diperoleh dari informan kunci penelitian ini. Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Bapak Susisno untuk meminta kesediaan menjadi informan dalam penelitian ini. Bapak Susisno menyatakan kesediaannya untuk menjadi informan dan disepakati bahwa wawancara dilaksanakan di kediamannya yang berlokasi di Prima Harapan Regency, Bekasi.

Pada pukul 10.30 pagi sesuai dengan kesepakatan waktu wawancara, terlihat suasana di kediaman Bapak Susisno dimana istri dan anaknya sedang menyimak

perayaan HUT ke-75 Kemerdekaan RI yang disiarkan di stasiun TV. Istri Bapak Susisno mempersilahkan untuk menunggu sejenak di teras depan rumahnya yang asri dan rindang. Di terasnya terlihat sebuah kalender tahunan yang gambarnya berisi kegiatan usaha yang dimiliki oleh Bapak Susisno yaitu “Satria Jaya Diesel”. Di setiap halaman kalender selain terdapat foto-foto yang menggambarkan aktivitas usaha Bapak Susisno juga terdapat moto usaha yang ditulis dengan cukup besar yaitu “*Kami ada untuk mensupport usaha anda*” dan “*Support dan komitmen dari anda menjadikan kami tetap ada*”.

Wawancara diawali dengan Bapak Susisno menceritakan asal muasal usaha yang dijalaninya sembari menawarkan untuk menikmati hidangan kecil yang dipersiapkan oleh istrinya . Bapak Susisno berasal dari Temanggung dan tiba di Jakarta pada tahun 1994 dengan niat untuk melanjutkan kuliah di Sekolah Tinggi Agama Buddha (STAB) Nalanda. Bapak Susisno mendapatkan beasiswa untuk biaya kuliah di STAB Nalanda. Namun untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-harinya, Bapak Susisno mencari pekerjaan sampingan dengan bekerja di Vihara Dhammacakha di bagian *layout* majalah selama dua tahun (tahun 1994-1996). Pada tahun 1996, Bapak Susisno bekerja di bagian administrasi perusahaan konsultan bangunan. Bapak Susisno merasa bahwa pekerjaan yang dijalaninya pada saat itu tidak memberikan perkembangan sehingga memutuskan untuk meninggalkan pekerjaan tersebut dengan bekerja sama salah satu umat Vihara.

Bapak Susino menuturkan dengan penuh semangat awal bergabung di usaha *sparepart* truk bahwa:

Saya mulai ikut bekerja dengan salah satu umat Vihara yang memiliki usaha *sparepart* truk dan disitulah pola pemikiran saya berubah dan berkembang. Awalnya saya ingin memiliki pekerjaan sebagai Pegawai

Negeri Sipil (PNS) namun setelah berkerja di bidang *sparepart*, keinginan saya menjadi PNS menjadi pudar. Nama pemilik usaha *sparepart* tempat saya awal bekerja adalah Pak Santo dan sampai saat ini saya masih berteman akrab dengan beliau karena beliau inilah yang menjadi pembimbing saya di bidang *sparepart*. Namun, setelah saya lulus pada tahun 2001, saya sempat terbesit niat untuk kembali menjadi PNS tetapi terkendala di tahapan administrasi. Pada akhirnya, usaha *sparepart* inilah yang saya jalani sampai dengan saat ini.

Motivasi Bapak Susisno untuk berwirausaha antara lain adalah faktor otonomi, kemandirian serta fleksibilitas dari sisi waktu dan finansial. Nilai agama Buddha juga berperan dalam mendasari keputusan Bapak Susisno berwirausaha. Adanya fleksibilitas finansial dalam berwirausaha dan pelayanan menjadi salah satu sarana pengamalan nilai Buddhis dalam keputusan berwirausaha. Bapak Susisno menuturkan bahwa:

Kalau di dalam Buddhisme, semakin banyak kita bisa mendapatkan lebih dari usaha kita sendiri maka semakin banyak kesempatan kita untuk berbuat kebaikan. Saya meyakini dalam Buddhisme bahwa harta adalah sebagai alat untuk berbuat kebajikan sehingga usaha yang saya jalani ini mempunyai motivasi untuk pelayanan. Apabila motivasi saya hanya terbatas di finansial maka saya akan lebih banyak menerima kekecewaan. Tetapi bila motivasinya ditambah dengan pelayanan dan mampu membantu orang lain yang membutuhkan bantuan maka tercapailah nilai hidupnya. Melalui usaha *sparepart* truk yang saya jalani, saya juga secara tidak langsung juga dapat mendukung dan bermanfaat bagi usaha orang lain.

Peneliti menanyakan kepada Bapak Susisno mengenai moto usaha yang tertera di kalender tahunan yang dijelaskan oleh Bapak Susisno bahwa moto tersebut berkaitan dengan nilai-nilai agama Buddha yang diyakininya. Perspektif agama Buddha mengenai prinsip ekonomi yaitu Ekonomi Jalan Tengah dengan tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lainnya menjadi dasar dalam prinsip

atau moto usaha yang dijalaninya. Bapak Susisno menjelaskan lebih lanjut bahwa *“saya terbantu oleh pemikiran Buddhisme ketika saya menghadapi pelanggan yang tidak mendukung saya terutama dalam hal kelancaran pembayaran, saya belajar untuk melepas kemelekatan dan tidak kecewa secara berlebihan karena usaha saya bangun ini memiliki motivasi untuk pelayanan dan terutama tidak merugikan orang lain.”* Pandangan akan karma juga mewarnai pelaksanaan kewirausahaan dari Bapak Susino yang menjelaskan bahwa *“kalau saya sudah berusaha dan memang bukan menjadi milik saya maka itu menjadi karma saya sendiri dan belajar untuk melepaskan karena itulah kunci kedamaian diri.”*

Usaha perdagangan *sparepart* truk yang dimiliki oleh Bapak Susisno dimulai pada tahun 2002 yang merupakan usaha bersama dengan rekannya dimana pada awalnya dibentuk dengan modal kepercayaan. Lokasi awal usaha Bapak Susisno terletak di Asam Reges yang saat ini dijadikan lokasi penyimpanan dan transit barang-barang impor *sparepart*. Pada tahun 2009, Bapak Susisno memutuskan untuk berwirausaha sendiri dan pecah kongsi dengan rekannya. Dalam tiga tahun terakhir, Bapak Susisno melebarkan usahanya dengan membuka cabang di daerah Bekasi Utara dengan faktor pertimbangan bahwa beberapa pelanggan utama di daerah Asam Reges juga memiliki usaha di daerah tersebut sehingga pembukaan cabang tersebut memudahkan untuk menjangkau pelanggan. Pada awal usahanya, Bapak Susisno menggunakan modal kepercayaan dalam membangun usahanya salah satunya melalui bantuan dari beberapa pelanggannya yang memberikan pembayaran dimuka. Dasar kepercayaan itulah yang menjadi salah satu kunci keberlangsungan usaha yang dijalani oleh Bapak

Susisno yang menekankan pentingnya kejujuran dalam menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan.

Bapak Susisno menuturkan bahwa kondisi pandemi Covid-19 saat ini berdampak pada penurunan penjualan usahanya namun Bapak Susisno tetap memiliki keyakinan yang positif ke depannya akan perkembangan usaha. Bapak Susisno menuturkan dengan penuh keyakinan bahwa:

Saya sendiri masih *positive thinking* dan karyawan saya yang berjumlah 4 orang masih tetap saya pertahankan tidak ada yang saya kurangi atau PHK. Ketika awal pandemi pun, kami semua rembukan apakah masih mau masuk toko atau tidak, dan mereka semua menyatakan bahwa masih mau masuk toko namun tetap dengan protokoler kesehatan yang kita jalankan. Saya pun tidak ketat sekali terhadap karyawan, intinya tetap harus ada karyawan yang masuk, jadi tidak bisa dua karyawan libur dalam satu hari yah diatur secara bergantian saja

Keluarga besar Bapak Susisno merupakan keluarga besar yang meyakini pemahaman nilai-nilai Buddhis dan berasal dari etnis Jawa. Filosofi budaya jawa melekat dalam aktivitas usaha yang dijalani oleh Bapak Susisno. Salah satu filosofi budaya Jawa yang melekat adalah *Yen Ora Gelem Dijiwit, Ojo Njiwit* yang berarti kalau tidak mau dicubit ya jangan mencubit. Bapak Susisno menggambarkan bahwa filosofi tersebut beliau yakini dari nilai-nilai kehidupan dari orang tuanya (bapak). Bapak Susisno menuturkan dengan penuh haru akan nilai kehidupan yang beliau kagumi dari orang tuanya (bapak) bahwa:

Saya mengingat sekali pandangan nilai budaya jawa bahwa *Yen Ora Gelem Dijiwit, Ojo Njiwit* ..ya kalau tidak mau dicubit yah jangan mencubit, perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan oleh orang lain. Saya salut dengan bapak saya...beliau ini petani kampung biasa namun baik dengan orang lain. Pada waktu kondisi ekonomi orang tua saya susah dan untuk menyekolahkan anak-

anaknya sendiri saja susah, Bapak saya bisa memberikan sesuatu kepada orang lain disaat keadaan susah, Hal itu yang saya ingat mengenai Bapak saya...kerap kali orang yang sedang dalam keadaan susah datang ke rumah kami dan diajak makan oleh Bapak meskipun pada waktu itu kondisi keluarga juga susah.

Bapak Susisno menuturkan dengan lugas mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Sukses usaha bagi saya adalah jangan besar pasak daripada tiang artinya pengeluaran harus lebih kecil dibandingkan pendapatan. Namun bagi saya sukses usaha yang utama adalah apabila saya dapat memaksimalkan kesejahteraan karyawan saya sendiri. Saya bahkan menyusun target untuk karyawan saya misalnya dalam sekian tahun ke depan harus mempunyai rumah, jangan sampai setiap bulannya yang terjadi adalah saldo minus. Untuk mendukung hal tersebut, inventaris motor saya berikan termasuk bensin dan servis. Itu semua harapannya adalah di akhir bulan karyawan saya masih memiliki sisa uang untuk ditabung kalau bisa 50% dari sisa gajinya bisa ditabung.

Gambar 4.13

Wawancara dengan Bapak Susisno



4.2.9 Informan : Ibu Ernawati

Ibu Ernawati adalah UKW Buddhis yang memiliki usaha “Toko Sinar Terang” yang berlokasi di Pasar Proyek, Bekasi. Toko Sinar Terang yang dimiliki oleh Ibu Ernawati bergerak di bidang perdagangan busana dan seragam yang sudah berdiri sejak tahun 1980 atau selama 40 tahun. Ibu Ernawati merupakan salah satu wirausaha pertama yang memulai usaha di lokasi Pasar Proyek, Bekasi. Informasi awal mengenai Ibu Ernawati diperoleh melalui informasi yang disampaikan oleh informan kunci penelitian. Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Ibu Ernawati untuk menjelaskan tujuan penelitian dan meminta kesediaan untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Ibu Ernawati menyatakan kesediaannya dan disepakati bahwa wawancara dilakukan pada pukul 14.30 di lokasi usahanya.

Pada saat pelaksanaan wawancara pukul 14.30 sore di lokasi usaha, terlihat Ibu Ernawati sedang duduk di kasir ditemani oleh menantu perempuannya dan tampak dua orang karyawannya yang sedang duduk di depan pintu masuk usaha. Di dalam tokonya terlihat ragam jenis busana yang di jual antara lain pakaian olahraga, seragam sekolah, pakaian jadi pria/wanita/anak-anak, perlengkapan *security*, perlengkapan muslim dan perlengkapan prajab. Di dalam toko tersebut terlihat busana-busana yang diperdagangkan tertata dengan rapih dan bersih.

Wawancara diawali dengan Ibu Ernawati menceritakan asal muasal menjalani usahanya saat ini. Sebelum usaha Toko Sinar Terang dimulai, Ibu Ernawati bekerja di Apotek sebagai asisten apoteker sesuai dengan latar belakang pendidikannya yaitu Sekolah Asisten Apoteker. Ketika Ibu Ernawati menikah pada tahun 1977, beliau memutuskan untuk keluar dari pekerjaannya sebagai asisten

apoteker dan bekerja dengan suami di usaha penggilingan padi milik mertuanya.

Ibu Ernawati menuturkan dengan perasaan haru mengenai awal usahanya bahwa:

Pada awal menikah, suami saya menjadi salah satu pekerja di tempat penggilingan padi milik orang tuanya di daerah Babelan, Bekasi. Usaha keluarga suami saya adalah penggilingan padi jadi memang keliling mencari padi sampai ke Karawang untuk kemudian digiling menjadi beras dan di jual. Ketika menikah, saya dan suami memulai dari nol dan tidak ada tabungan sama sekali. Dahulu ketika menjalani usaha ini (penggilingan padi) sempat mengalami musim paceklik kalau tidak salah sekitar tahun 1980an. Sekitar tiga tahun, saya membantu di usaha penggilingan padi dan ketika pembangunan awal pasar proyek, mertua saya mendapatkan jatah toko disana. Saya berbicara kepada mertua saya untuk memulai wirausaha di pasar proyek tersebut dan saya mencicil kepada mertua untuk membayar tokonya. Berjalannya waktu, suami saya tetap menjalani usaha penggilingan padi dan saya memulai usaha di pasar proyek ini.

Jenis usaha yang ditekuni oleh Ibu Ernawati ketika awal membuka usaha adalah usaha perdagangan busana atau pakaian dan kelontong namun seiring waktu usaha perdagangan pakaian yang mengalami perkembangan. Oleh karenanya, Ibu Ernawati memutuskan untuk memfokuskan usahanya pada penjualan pakaian. Pada awalnya, jenis pakaian yang dijual adalah baju bayi dan sejalan waktu dilengkapi dengan penjualan seragam sekolah, pakaian untuk pria dan wanita dewasa. Hingga saat ini kontribusi penjualan yang paling besar adalah berasal dari penjualan pakaian dewasa dan seragam sekolah. Ibu Ernawati menuturkan dengan penuh semangat mengenai perjuangannya dalam membangun usaha tersebut bahwa:

Dulu awalnya saya belanja sendiri naik angkot ke pasar Jatinegara untuk membeli baju anak-anak dan bayi. Pada waktu itu, sangat laku dan laris toko ini. Saya sempat merasakan kejayaan pasar Proyek Bekasi dan bahkan sekitar tahun 1985 pembeli bahkan sudah antri di luar sebelum toko saya dibuka. Entah darimana asal pembeli tersebut

datangnya dan ramai sekali. Dulu itu, pembelinya beragam ada yang dari Cikarang, Babelan, Tambun dan Kranji. Masa kejayaannya tersebut saya rasakan sampai dengan tahun 1990.

Selama 40 tahun usahanya berjalan, Ibu Ernawati sudah mengalami pasang surut usaha dan mampu mempertahankan usahanya sampai dengan saat ini. Sejak tahun 1997, aktivitas penjualan mengalami sedikit penurunan karena banyaknya pasar yang sudah dibuka di lokasi lain sehingga pembeli yang datang dari Tambun, Cikarang, Kranji, Babelan bahkan Cakung perlahan mulai sepi karena masing-masing di daerahnya sudah memiliki pasar sendiri. Namun Ibu Ernawati menuturkan bahwa salah satu alasan usahanya mampu bertahan hingga kini adalah karena memiliki pelanggan tetap dan bahkan banyak dari pembeli yang datang ke usaha miliknya menyampaikan bahwa orang tuanya dahulu selalu membeli pakaian termasuk seragam di toko Sinar Terang sehingga sudah menjadi pelanggan yang turun menurun. Ibu Ernawati dengan bangga menuturkan bahwa *“ada juga pembeli yang dipesan oleh orang tuanya jika mau membeli sarung atau kemeja agar membeli di toko Sinar Terang saja yang ada di pasar Proyek”*.

Ibu Ernawati menuturkan bahwa nilai agama Buddha juga berperan dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Pancasila Buddhis yaitu tekad akan melatih diri untuk menghindari ucapan yang tidak benar atau berbohong mendasari prinsip usaha yang dijalani oleh ibu Ernawati. Salah satu bentuk pengamalan Pancasila Buddhis adalah dalam bentuk mempertahankan kepercayaan khususnya dari pemasok. Ibu Ernawati menuturkan bahwa:

Kejujuran harus didapatkan dari kepercayaan orang yang bekerjasama dengan kita. Untuk barang-barang yang ada di toko, saya dapatkan dari pemasok dan banyak yang memberikan tempo atau

jangka waktu pembayaran 2-3 bulan dan itu saya jaga sekali agar tidak meleset waktu pembayaran kepada pemasok tersebut. Salah satunya karena saya memegang teguh Pancasila Buddhis yaitu untuk tidak berbohong.

Ibu Ernawati juga menuturkan dengan penuh haru mengenai bagaimana pemasok-pemasoknya membantu usahanya ketika usahanya pernah mengalami masa surut bahwa:

Saya pernah mengalami surutnya usaha pada tahun 2006 karena ada suatu permasalahan. Ketika itu, usaha saya benar-benar terpengaruh namun karena selama ini saya jujur, saya selalu berusaha membayar kepada pemasok tepat waktu dengan apapun saya usahakan bahkan menjual milik pribadi untuk memenuhi komitmen ke pemasok. Ketika saya berusaha bangkit dalam usaha, para pemasok tersebut mendukung saya penuh dengan tetap memasok barang. Mereka tidak takut karena mereka percaya kepada saya dan selama ini terbukti bahkan ketika usaha saya surut, saya selalu berusaha agar seluruh komitmen terpenuhi. Itulah modal utama usaha saya yaitu saya menjaga kepercayaan dari orang lain. Modal lainnya adalah keyakinan dalam menjalankan ajaran agama yang saya yakini pada akhirnya akan berdampak pada lancarnya usaha saya.

Toko Sinar Terang memiliki cabang yang berlokasi di Bekasi Junction sejak tahun 2012 yang saat ini dikelola oleh anak kedua dari Ibu Ernawati. Cabang tersebut juga menjual barang dagangan yang sama dengan Toko Sinar Terang tersebut. Pandemi Covid-19 dirasakan berdampak kepada penurunan penjualan namun Ibu Ernawati menyampaikan bahwa meskipun terdapat penurunan namun salah satu fokus usaha saat ini adalah mempertahankan karyawan. Ibu Ernawati menuturkan bahwa:

Pada kondisi pandemi saat ini, saya fokus mempertahankan karyawan karena tanpa bantuan mereka, usaha ini tidak dapat berdiri sekian tahun lamanya dan bantuan mereka juga berarti bagi saya. Usaha ini

bertahan karena ada sumbangsih dari mereka. Karyawan saya ada 4 orang dan rata-rata merupakan karyawan lama serta bahkan ada yang ikut kerja dengan saya sejak tahun 1990. Saya menganggap bahwa hal tersebut adalah berdana yang sesuai dengan nilai Buddhis karena mereka masing-masing memiliki keluarga. Ibaratnya makan tidak makan yang penting kumpul (sambil tersenyum)

Ibu Ernawati menuturkan mengenai arti kesuksesan usaha dengan rendah hati bahwa:

Sukses itu kalau saya bisa memberi dan bisa berdana setiap saat. Walau kecil tapi ikhlas dan bisa bermanfaat bagi orang lain. Saya juga rutin berdana tiap bulan ke vihara, lalu ada juga berdana ke rekening bersama keluarga, dimana uang itu digunakan untuk membantu keluarga yang sedang membutuhkan bantuan keuangan. Intinya saya menyisihkan untuk orang lain, dan bermanfaat untuk sesama.

Gambar 4.14

Wawancara dengan Ibu Ernawati



Gambar 4.15**Tampak Depan Lokasi Usaha Ibu Ernawati****4.2.10 Informan : Bapak Salim**

Bapak Salim adalah UKW Buddhis yang memiliki usaha perdagangan HPL yaitu Jaya Abadi HPL. Usaha HPL tersebut sudah berdiri sejak tahun 2010 dan mampu mempertahankan usahanya sampai dengan saat ini. Informasi mengenai Bapak Salim diperoleh melalui informasi yang disampaikan oleh informan kunci penelitian. Bapak Salim saat ini berusia 73 tahun dan semasa mudanya aktif menjadi anggota Majelis Buddha Dharma. Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Bapak Salim untuk menjelaskan tujuan penelitian dan meminta kesediaannya untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Bapak Salim menyatakan kesediaannya untuk dilakukan wawancara di lokasi usahanya yang terletak di daerah Perjuangan, Bekasi.

Pada saat pelaksanaan wawancara, suasana di dalam toko Bapak Salim terlihat sibuk dengan beberapa karyawan yang sedang melayani pembeli. Anak Bapak Salim juga terlihat sedang memberikan arahan kepada supir pengantar barang. Peneliti kemudian dipersilahkan untuk menemui Bapak Salim di ruangan atas lokasi usaha. Lokasi usaha terdiri dari gabungan beberapa ruko yang di atasnya digunakan sebagai tempat tinggal. Pada ruangan atas ruko tersebut terlihat ruangan yang disusun seperti rumah tinggal. Bapak Salim mempersilahkan untuk memulai wawancara sembari meminta istrinya untuk mempersiapkan hidangan untuk dinikmati selama wawancara. Istri Bapak Salim datang dengan membawa kue dan minuman dan kemudian duduk untuk menemani selama wawancara berlangsung.

Bapak Salim memulai wawancaranya dengan menceritakan awal beliau memulai berwirausaha. Bapak Salim memulai berwirausaha pada tahun 1971 setelah menikah dan memulai usaha di Muara Gembong Bekasi. Orang tua Bapak Salim memiliki lahan empang seluas satu hektar dan pada saat itu Bapak Salim dipercaya untuk mengelola empang tersebut dengan sistem pembagian hasil kepada orang tuanya . Namun, Bapak Salim merasa bahwa pembagian hasil tersebut belum memadai untuk mencukupi kebutuhan hidup keluarganya. Bapak Salim mengusulkan kepada orang tuanya untuk berdagang ikan dan udang yang dibantu oleh dua saudara Bapak Salim. Meskipun, usaha sudah ditambah dengan penjualan ikan dan udang, Bapak Salim masih merasakan hasil yang kurang mencukupi untuk keluarganya serta persaingan menjadi lebih ketat karena saudara Bapak Salim yang juga berdagang hal yang serupa.

Bapak Salim mengenang masa tersebut dengan menuturkan penuh haru bahwa:

Saya dan istri mengalami masa-masa tersebut sampai kelahiran anak pertama kami pada tahun 1972. Saat kelahiran anak pertama kami, saya enggan meminjam uang ke orang tua atau mertua saya sehingga untuk membayara rumah sakit dahulu kami sampai menjual perhiasan istri.

Perlahan-lahan usaha Bapak Salim mengalami perubahan ketika adik ipar Bapak Salim memutuskan untuk tidak meneruskan usaha tambak miliknya dan menyerahkan kepengurusan tambaknya kepada Bapak Salim. Usaha tersebut mengalami peningkatan sehingga pada saat itu Bapak Salim mampu membeli mobil pertamanya yaitu mobil *Colt-Pick Up*. Ketika usia anak Bapak Salim mendekati usai sekolah pada tahun 1977, Bapak Salim dan istri memutuskan untuk pindah dari Muara Gembong karena akses pendidikan yang masih terbatas.

Bapak Salim kemudian membeli bekas gudang makanan bebek di daerah perjuangan Bekasi yang perlahan dibangun. Adapun usaha tambak yang dijalani oleh Bapak Salim ditinggalkan seiring dengan keputusan Bapak Salim untuk pindah selain juga karena alasan ingin memiliki kemandirian usaha. Meskipun, usaha tambak tersebut memberikan pendapatan yang cukup memadai namun Bapak Salim memutuskan pindah karena alasan pendidikan anak-anaknya. Bapak Salim kemudian memiliki rencana awal untuk membuka usaha bengkel motor dan mengikuti pelatihan *service* motor di daerah Kemayoran, Jakarta. Namun, rencana tersebut terbentuk oleh kondisi di daerah Teluk Buyung, Bekasi yang sudah memiliki banyak usaha bengkel motor dan Bapak Salim memutuskan untuk memulai usaha dagang material bangunan.

Bapak Salim menuturkan dengan penuh semangat bahwa:

Saya dan istri membuka toko material bangunan dengan modal seadanya saja karena memang modal kami terbatas. Saya mengisi persediaan toko dengan mencicil, saya membeli kunci tiga lusin lalu paku satu peti..semua itu dicicil satu-persatu persediaannya dan barang itu pun lakunya setelah sekian lama. Barang yang laku ketika itu misalnya spiritus dan silac, saya membelinya pun secara eceran tidak bisa langsung banyal. Kondisi ketika itu masih memungkinkan saya untuk berdagang material bangunan secara eceran karena prinsip saya berdagang jangan ambil untung yang terlalu besar asalkan barang dan keuntungan bisa diputar kembali saja sudah lebih dari cukup.

Nilai agama Buddha mewarnai praktik kewirausahaan yang dijalani oleh Bapak Salim, beliau menuturkan salah satu peran agama Buddha dalam usahanya yaitu *“agama membuat saya tidak terlalu serakah dalam hidup serta tidak terlalu banyak mengeluh dan lebih kuat”*. Selain itu, Bapak Salim juga mengungkapkan bahwa *“Nilai agama Buddha membuat saya bisa hidup apa adanya sehingga bila ada orang yang berhutang dan tidak dibayar saya menganggap bahwa artinya saya sebenarnya memiliki hutang kepada orang lain, agama Buddha membuat saya mampu menerima semua kondisi apa adanya karena tidak selamanya kita tidak mengalami kejadian seperti itu.”*

Bapak Salim memperluas usahanya dengan masuk ke usaha penjualan kaca pada tahun 1982 dengan belajar cara memotong kaca di daerah Senen, Jakarta. Pada akhirnya, usaha Bapak Salim yang paling berkembang adalah usaha penjualan kaca, spiritus, serta politur untuk *furniture* dan pelanggan-pelanggan utama saya waktu itu adalah penjual *furniture* dengan harga yang bersaing. Seiring

perkembangan waktu, usaha penjualan spiritus dan silac mulai mengalami pergeseran menjadi melamic dan terakhir adalah HPL. Bapak Salim berupaya agar usahanya tidak lekang dengan perkembangan zaman sehingga fokus penjualan selalu mengikuti dengan permintaan dan kebutuhan pasar. Semenjak tahun 2010, usaha Bapak Salim fokus kepada penjualan HPL dengan dibantu anak keduanya yang berperan dalam pengelolaan usaha tersebut, sedangkan usaha kaca diteruskan oleh anak pertama dan ketiga Bapak Salim.

Bapak Salim merupakan UKW Buddhis keturunan Tionghoa yang memegang falsafah budaya Tionghoa yaitu Cengli. Bapak Salim menuturkan bahwa:

Selama menjalani usaha, saya selalu memegang nilai budaya Cengli yang berarti kepatutan. Saya mengambil untung, memperlakukan pelanggan dan karyawan dengan sepatutnya. Saya juga berupaya selalu jujur, tidak curang dan dapat dipercaya. Karyawan saya anggap seperti keluarga sendiri karena tanpa mereka usaha saya tidak dapat berjalan. Bahkan ada karyawan yaitu Pak Sam yang sudah bekerja dengan saya selama 30 tahun lebih

Bapak Salim menuturkan dengan lugas mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Saya merasa sukses bila saya bahagia dan kebahagiaan saya adalah ketika saya mampu menjalani usaha yang menyenangkan bagi saya dan keluarga saya. Saya tidak merugikan orang lain dan tidak menyakiti keluarga saya. Usaha sukses bagi saya ketika saya mampu mengambil barang sesuai dengan sewajarnya dan sesuai kemampuan dan kemudian menjualnya dengan keuntungan yang sewajarnya.

Gambar 4.16**Wawancara dengan Bapak Salim****4.2.11 Informan : Ibu Florensia**

Ibu Florensia adalah UKW Buddhis yang memiliki usaha perdagangan *furniture* yaitu “Saudara Furniture” yang terletak di daerah Jatiasih, Bekasi. Usaha “Saudara Furniture” sudah berlangsung selama 14 tahun dan merupakan bisnis keluarga. Informasi mengenai Ibu Florensia diperoleh dari informan kunci penelitian dan pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Ibu Florensia untuk menjelaskan tujuan penelitian dan meminta kesediannya menjadi informan penelitian ini. Wawancara disepakati dilaksanakan di lokasi usaha “Saudara Furniture” pada hari minggu jam 14.00 siang.

Pada saat pertemuan yang disepakati, terlihat di lokasi usaha Ibu Florensia sedang mengecek tagihan serta jadwal pengiriman barang kepada pelanggan. Ibu Florensia kemudian meminta waktu sejenak untuk berkoordinasi dengan salah satu karyawannya yang sedang bersiap-siap mengirimkan barang kepada salah satu pembeli. Wawancara dimulai dengan Ibu Florensia menuturkan mengenai asal muasal usaha “Saudara Furniture” yang merupakan salah satu usaha penjualan *furniture* yang pertama berdiri di lokasi daerah Jatiasih, Bekasi. Lokasi usaha “Saudara Furniture” terletak di gabungan empat ruko yang merupakan milik pribadi. Awal membuka usaha penjualan *furniture* di daerah Jatiasih, Bekasi diawali oleh keinginan keluarga Ibu Florensia untuk menangkap peluang usaha yang masih relatif terbatas untuk usaha penjualan *furniture* di daerah Jatiasih, Bekasi. Keluarga Ibu Florensia berwirausaha di bidang penjualan *furniture* dengan tidak hanya membuka usaha di daerah Jatiasih, Bekasi namun usaha penjualan *furniture* tersebut juga dibuka di daerah Jatibening, Bekasi.

Pada awalnya usaha “Saudara Furniture” berfokus pada penjualan-penjualan barang-barang besar seperti ranjang *springbed*, lemari dan sofa. Namun, keluarga Ibu Florensia menyadari perlunya pengembangan usaha untuk menarik minat pelanggan. Ibu Florensia menuturkan bahwa:

14 tahun lalu, dulu barang kami tidak terlalu lengkap lebih spesifik ke *springbed*, sofa, dan ke arah barang yang besar. Sekarang kami mengembangkan bisnisnya ke arah barang yang kecil, contohnya sekarang kamu menjual juga kursi plastik padahal bisa dibilang keuntungan penjualan kursi plastik ini kecil sekali lho. Tapi itu tetap kami lakukan supaya ada pemikat bagi konsumen untuk masuk datang ke toko kami ini. Selain pemikat konsumen, kelengkapan barang juga memudahkan konsumen yang membutuhkan beragam jenis *furniture* sehingga konsumen tidak perlu jauh-jauh pergi beli *furniture*. Contoh lagi, misalkan kami jual *springbed* tetapi kami juga menjual bantalnya,

sehingga konsumen tidak perlu lagi ke mall mencari untuk bantal dan *bed cover*nya. Bahkan kami pernah mengirim sampai ke Jawa..(sambil tersenyum bangga)

Kisaran harga yang ditawarkan oleh “Saudara Furniture” bervariasi mulai dari harga yang termurah yaitu Rp. 75 ribu sampai dengan yang termahal yaitu puluhan juta. Selain karena adanya motivasi untuk pengejaran peluang usaha, nilai agama Buddha juga menjadi pertimbangan bagi keluarga Ibu Florensia dalam membuka usaha *furniture* di daerah Jatiasih, Bekasi. Salah satu pertimbangan keluarga Ibu Florensia adalah dengan membuka usaha *furniture* di daerah Jatiasih, Bekasi maka usaha tersebut dapat menjadi usaha yang bermanfaat bagi orang lain yang sesuai dengan nilai agama Buddha yaitu mata pencaharian yang benar. Ibu Florensia menuturkan dengan lugas bahwa:

Ketika kami memulai dulu usaha di daerah ini, jumlah toko *furniture* di daerah Jatiasih, Bekasi masih sedikit sehingga konsumen harus ke Jakarta bila mau membeli *furniture*. Kami membuka usaha ini juga dengan dasar kesesuaian dengan nilai agama Buddha bahwa usaha dapat bermanfaat bagi kehidupan dan jenis usaha ini juga sesuai dengan mata pencaharian benar dalam Buddhisme sehingga nilainya disitu bahwa kami memberikan manfaat dengan menyediakan kebutuhan konsumen secara lengkap mulai dari kebutuhan teras rumah sampai dapur. Semuanya kami penuhi dari sofa, *kitchen set*, lemari, kursi taman, plastik mulai dari harga yang ekonomis sampai dengan harga yang tinggi.

Gambar 4.17

Lokasi usaha “Saudara Furniture”



Ibu Florensia menggambarkan bahwa usaha yang dijalani selama ini mampu bertahan karena harga dan pelayanan yang diberikan. Bahkan Ibu Florensia menuturkan dengan rasa semangat bahwa:

Kami fokus kepada pelayanan ke konsumen sebagai contoh kalau membeli lemari di toko kami bila kunci lemarnya rusak, kami bersedia membantu memperbaiki datang ke rumah konsumen langsung. Bahkan kami tidak pernah menambahkan biaya kirim ke konsumen dan semua barang bebas ongkos kirim meskipun di luar Bekasi. Kemarin kami mengirimkan barang ke apartemen di daerah Jakarta Timur, mereka membeli ke kami pcs yaitu *sofa bed*, meja rias, kasur, *kitchen set* dan sampai penuh apartemennya. Barang kami mulai angkut dan *packing* serta kirim jam 8 pagi dan sampai disana sekitar jam 11.00 siang, lalu ternyata ada meja rias nya yang pecah di dalam dus nya, bukan karena salah di pengiriman atau salah di tempat kami. Saat itu pun kami tanggungjawab pada hari itu juga dengan mengirimkan penggantinya walau letak apartemennya jauh di Jakarta.

Dampak pandemi Covid-19 dirasakan oleh Ibu Florensia dimana penjualan relatif mengalami penurunan sekitar 20%. Beberapa upaya dilakukan untuk mempertahankan usaha di masa pandemic Covid-19 antara lain memberikan promosi berupa *sale*, cuci gudang dan diskon besar untuk beberapa item. Upaya-upaya tersebut juga dilakukan sebagai upaya untuk tetap mempertahankan jumlah karyawan sehingga tidak terjadi pengurangan. Ibu Florensia menuturkan bahwa nilai agama Buddha juga menjadi salah satu pegangan dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19 bahwa:

Semua itu kan kembali ke karma masing-masing yang pada akhirnya balik ke rejeki masing-masing. Kalau tidak ada pandemi pun bila sudah tidak menjadi karma maka tidak akan menjadi rejeki kita. Tetapi kalau karma kita baik, pandemi besar dan lama pun tetap rejeki akan lancar.

Ibu Florensia menuturkan sembari tersenyum mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Kalau gambaran besar sukses itu kalau sudah ada angkanya, bagi saya pribadi sukses usaha bisa dibilang kalau kita bertahan selama tiga sampai empat tahun dalam usaha saja sudah bisa dibilang sukses. Saya menjalani usaha dan tidak mati di satu tempat pun sudah sukses menurut saya. Balik lagi ke filosofi orang masing-masing karena perspektif orang juga *kan* berbeda-beda *yah*, kalau yang dikejar hanya angka *yah* tidak akan ada habisnya, maka angka tidak akan pernah selesai. Ada yang merasa kalau dari bisnisnya dia sudah mampu beli rumah, mampu beli mobil sudah sukses. Ada juga yang merasa tidak, masih ada pencapaian yang mau melebihi rumah dan mobil. Secara garis besarnya sukses itu kalau bagi saya kalau sudah bisa menjalani bisnis sendiri dan bertahan tiga sampai 4 tahun dan berdiri di atas kaki sendiri, itu sudah sukses.

Saya meyakini bahwa sukses bila diri sendiri berupaya positif dan percaya akan karma dan rejeki sudah ada porosnya sehingga tidak menjadi suatu kekhawatiran dan berikan saja yang terbaik.

Gambar 4.18**Wawancara dengan Ibu Florensia****4.2.12 Informan: Bapak Cu Teng**

Bapak Cu Teng merupakan UKW Buddhis menetap di daerah Jatiasih, Bekasi. Keluarga besar Bapak Cu Teng merupakan generasi awal dari keluarga Buddhis yang menetap di daerah Jatiasih, Bekasi. Bapak Cu Teng saat ini berusia 68 tahun dan merupakan salah satu warga senior di daerah Jatiasih, Bekasi. Beliau menuturkan bahwa *“keluarga saya merupakan generasi awal yang menetap di Jatiasih bahkan kakek saya sudah puluhan tahun di sini. Bapak saya pendatang dari luar dan menetap di Jatiasih sejak lama, sedangkan mama saya asli dari daerah Bojong Menteng, Bekasi. Keluarga besar kami berada di sekitaran daerah Jatiasih dan masih merupakan satu keturunan dari keluarga Buddhis.”*

Informasi mengenai Bapak Cu Teng diperoleh dari informasi yang diperoleh dari informan kunci penelitian dan Ibu Mei Hwa yang juga merupakan salah satu informan dalam penelitian ini. Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Bapak Cu Teng untuk meminta kesediaannya menjadi informan dalam penelitian ini dan menjelaskan tujuan penelitian ini. Bapak Cu Teng memberikan persetujuannya untuk dilakukan wawancara di kediamannya yang terletak di belakang lokasi usaha miliknya.

Usaha Bapak Cu Teng adalah usaha penjualan sembako dan pemilik dari beberapa ruko serta kios usaha yang disewakan dan terletak strategis di pinggir jalan raya Jatiasih sebelum pintu tol jatiasih. Pada pukul 14.00 siang di hari minggu sesuai dengan waktu yang disepakati untuk wawancara, terlihat kesibukan dari penyewa kios usaha Bapak Cu Teng. Kios usaha Bapak Cu Teng terletak strategis di pinggir jalan raya Jatiasih yang merupakan jalur utama penghubung Kota Bekasi sehingga memiliki daya pikat yang besar bagi para penyewa. Salah satu penyewa kios usaha Bapak Cu Teng tersebut adalah Bakso Balungan yang merupakan salah satu penyewa paling lama. Rumah Bapak Cu Teng yang terletak di belakang kios usahanya terlihat asri dan luas dengan beberapa ternak ayam yang dipelihara di taman samping rumahnya. Dengan penuh keramahan, istri Bapak Cu Teng menyapa dan mempersilahkan untuk dilakukan wawancara di ruang tamu kediaman Bapak Cu Teng sambil mempersiapkan kue buatannya "*silahkan di coba ya...Bapak lagi siap-siap, kue talas ungu ini saya buat sendiri dan saya jual di usaha sembako saya*".

Dengan didampingi oleh putra bungsunya yang berprofesi sebagai Dokter, Bapak Cu Teng memulai proses wawancaranya dengan menceritakan asal

muasal berwirausaha, dengan penuh rasa haru Bapak Cu Teng menuturkan bahwa:

Saya terbiasa mencari uang sendiri sejak usia sepuluh tahun sekitar tahun 1963...saya menjual asongan kacang di pasar rebo yang sekarang menjadi Naga Swalayan. (Sambil tertawa) nama pasarnya memang pasar rebo karena dibukanya hanya 1 hari dalam seminggu yaitu hari rabu.

Dari hasil berdagang di pasar, Bapak Cu Teng mulai mengumpulkan modal perlahan-lama sehingga mampu membuka bengkel sepeda. Usaha bengkel sepeda tersebut dibangun ketika Bapak Cu Teng berusia 25 tahun dan baru berkeluarga. Berjalannya waktu dan perubahan zaman, usaha Bapak Cu Teng beralih usaha bengkel sepeda motor sampai dengan tahun 1997. Bapak Cu Teng dengan penuh semangat menuturkan bahwa:

Berjalannya waktu dan perubahan zaman, sejak 1983 lalu saya mulai memberanikan diri membuka bengkel sepeda motor yah sampai dengan sekitar tahun 1997 lalu. Awalnya motor umum, lalu saya fokus ke motor vespa saja. Dulu sebelum saya buka bengkel sepeda motor, saya kursus dulu lho padahal ketika itu sudah punya anak 2, tapi saya masih kursus montir motor di Pulogadung sekitar tahun 1980an. Oleh karenanya saya bisa memperbaiki jari-jari sepeda motor, karena dulu dasarnya saya bisa servis jari-jari sepeda biasa, bahkan saya bisa merakit sepeda sendiri dari besi batangan yang terpisah, karena saya juga bisa las dan cat. Body motor vespa juga saya bisa las dan cat total. Lalu sekitar tahun 1997, tempat usaha saya kena penggusuran dari pemerintah, dan sebelumnya disini juga saya pernah coba buka usaha cucian mobil namun tidak bertahan lama. Ketika itu pun karena kondisi kesehatan saya yang tidak memungkinkan dan memang sering sakit-sakitan, saya vakum sekitar 5-6 tahun dirumah saja, lalu baru mulai usaha lagi dengan membuka toko kelontong dan ruko untuk disewakan. Ketika sakit dulu itu, usaha saya stop dulu karena saya fokus kepada pengobatan sakit saya.

Bapak Cu Teng memulai kembali berwirausaha dengan membuka ruko usaha di tanah milik pribadinya serta toko kelontong pada tahun 2003 menggunakan hasil usaha bengkel sepeda motor. Perkembangan usaha Bapak Cu Teng dibantu oleh adanya pembukaan Tol JORR Jatiasih meskipun pada awal pembangunan Bapak Cu Teng tidak memperkirakan akan adanya pembangunan tol. Saat ini Bapak Cu Teng memiliki enam ruko usaha dan toko kelontong. Motivasi Bapak Cu Teng untuk berwirausaha adalah untuk meningkatkan taraf hidup keluarga serta menyokong pendidikan anak-anaknya. Bapak Cu Teng menuturkan dengan menahan rasa haru bagaimana perjuangannya membangun usaha dari nol bahwa:

Kondisi saya pada waktu dulu tidak memungkinkan untuk dapat sekolah tinggi karena terbentur kondisi keluarga. Saya berusaha untuk anak-anak saya agar mendapat pendidikan yang tinggi. Dulu zaman saya, mana bisa sekolah tinggi-tinggi karena untuk makan saja susah. Saya sendiri sepuluh bersaudara tetapi tiga meninggal jadi sisa tujuh orang. Ibu saya pun sudah menjanda lama sehingga ibu berfungsi sebagai bapak juga, dengan tujuh anak ketika itu. Zaman saya dulu, makan biasa hanya dengan jagung saja, beda dengan anak zaman sekarang kalau sudah disediakan aneka macam lauk pun masih dibilang tidak ada lauknya (sambal tertawa). Dulu tuh ketemu nasi saja, hanya 1 kali sehari dan ketika malam saja. Dulu lauknya pun hanya nangka, kadang ubi gadung, apalagi kalau makan ubi gadung tidak bisa sembarangan, karena dua hari di rendam juga masih pahit dan belum bisa dimakan. Dulu makan ubi gadung ini dikukus dengan kelapa, namun kalau makan ubi ini bisa kuat tahan lama laparnya, seperti halnya makan singkong.

Motivasi Bapak Cu Teng untuk berwirausaha dengan membuka ruko usaha juga dilandasi oleh nilai-nilai agama Buddha yaitu Usaha Benar. Bapak Cu Teng menegaskan bahwa usaha yang dijalaniya harus mengikuti ajaran agama yaitu Usaha Benar dengan tidak merugikan orang lain dan menggunakan tanah milik

pribadi. Dalam menjalani praktik usahanya, Bapak Cu Teng menuturkan mengenai peranan nilai agama Buddha bahwa:

Saya menjalani usaha sesuai ajaran Buddhis jika berbuat baik maka kebaikan juga akan datang menghampiri, karma baik. Usaha saya bisa berjalan lancar selama ini juga karena kami selalu baik sama orang lain supaya bisa sama-sama maju.

Bapak Cu Teng berupaya agar usaha yang dijalannya dapat memberikan manfaat bagi orang lain sesuai dengan prinsip ekonomi dalam agama Buddha. Bapak Cu Teng menuturkan upaya beliau dalam memberikan usaha yang bermanfaat bagi orang lain bahwa:

Salah satu penyewa disini adalah tukang bubur yang sudah menyewa hampir dua puluh tahun. Dari yang awalnya hanya berdagang depan rumah dan lama kelamaan menyewa ruko kami dan sekarang mampu merekrut empat sampai dengan enam karyawan. Hal itu juga bermanfaat dengan anak-anak yang putus sekolah di rekrut menjadi karyawan tukang bubur tersebut jadi mengurangi pengangguran. Saya juga memberi nasihat sebelumnya kepada anak-anak tersebut untuk mencoba bekerja dengan tukang bubur tersebut sehingga bisa mendapat penghasilan tetap. Hal tersebut juga sesuai dengan nilai Buddhis bahwa berdana tidak semata-mata uang saja tetapi berdana melalui tindakan baik maka usaha juga akan baik.

Anak Bapak Cu Teng (Bapak Handriyanto) yang duduk mendampingi Bapak Cu Teng selama proses wawancara juga menambahkan bagaimana sosok bapaknya yang berperan dalam kebermanfaatannya bagi keluarga maupun lingkungan. Bapak Handriyanto dengan rasa bangga menuturkan bahwa:

Papa bisa dikatakan sebagai sesepuh di daerah sekitar Jatiasih, jadi papa rutin memberi dukungan kepada yang anak-anak muda untuk mencoba berwirausaha termasuk ke saudara-saudara Papa agar berwirausaha misalnya dengan membuka ruko usaha sehingga

mampu menciptakan lapangan kerja dan akhirnya saudara-saudara Papa banyak yang mengikuti saran Papa. Papa juga selalu menyampaikan agar memanfaatkan semaksimal mungkin peluang usaha jadi jangan hanya mengandalkan warisan leluhur. Papa juga seringkali memotivasi umat Vihara agar bersama-sama memugar Vihara (Vihara Satya Dharma) supaya dapat lebih baik.

Keluarga besar Bapak Cu Teng memiliki peran yang besar dalam membangun Vihara Satya Dharma yang menjadi tempat ibadah umat Buddha di daerah Jatiasih dan Jatirasa, Bekasi. Vihara Satya Dharma telah berdiri sejak tahun 1993 dimana keluarga besar Bapak Cu Teng yang membantu dalam penyediaan lahan dan kepengurusan ijin legalitas. Bapak Cu Teng juga aktif menjadi anggota Majelis Umat Beragama (MUB) di tingkat Kelurahan yang dirasakan oleh Bapak Cu Teng sebagai salah satu kebermanfaatannya sebagai seorang wirausaha

Dengan rendah hati, Bapak Cu Teng menuturkan mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Sukses usaha bila saya mampu menyekolahkan anak-anaknya sampai dengan sekolah tinggi. Usaha saya sukses kalau bila usaha saya dapat berguna bagi orang lain, bisa mengurangi pengangguran dan mereka pun yang menyewa ruko usaha saya dapat memiliki usaha yang benar serta menghindari perbuatan kriminal. Seperti tadi yang saya contohkan melalui tukang bubur yang menyewa ruko usaha ini maka saya secara tidak langsung bermanfaat bagi orang lain dalam menciptakan lapangan kerja dan saya bahagia bila bisa melihat kesuksesan usaha dari yang menyewa ruko usaha saya.

Gambar 4.19

Wawancara dengan Bapak Cu Teng



4.2.13 Informan: Bapak Ferry Hartono

Bapak Ferry merupakan UKW Buddhis yang juga menetap di daerah Jatiasih, Bekasi. Informasi mengenai Bapak Ferry Hartono diperoleh dari Bapak Cu Teng yang masih merupakan keluarga Bapak Cu Teng. Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Bapak Cu Teng untuk meminta kesediaannya menjadi informan dalam penelitian ini dan menjelaskan tujuan penelitian ini. Bapak Cu Teng memberikan persetujuannya untuk dilakukan wawancara di lokasi usahanya yang terletak di sebelah lokasi usaha Bapak Cu Teng.

Bapak Ferry memiliki usaha toko ban “Gajah Mada Ban” yang sudah berdiri di daerah Jatiasih, Bekasi semenjak tahun 1990. Pada hari Minggu pukul 16.00 sore sesuai dengan kesepakatan waktu wawancara, terlihat di lokasi usaha Bapak Ferry terdapat dua mobil pelanggan yang sedang dilayani oleh karyawan Bapak Ferry. Bapak Ferry pun terlihat sedang berbincang dengan pelanggannya sembari mengontrol pekerjaan yang dilakukan oleh karyawannya. Toko ban Bapak Ferry terletak strategis di jalan raya jatiasih dimana daerah tersebut merupakan daerah lalu lintas utama yang menghubungkan daerah Bekasi ke Jakarta. Bapak Ferry memperkenalkan peneliti kepada istrinya yang juga aktif membantu wirausaha Bapak Ferry. Pada malam hari teras depan usaha Bapak Ferry disewakan sebagai lapak usaha Sop Kaki Kambing yang sudah lama ada di lokasi usaha tersebut.

Pelaksanaan wawancara dilakukan di teras depan lokasi usahanya sambil menikmati hidangan kecil yang dipersiapkan istrinya. Bapak Ferry dan istri merupakan sosok yang humoris sehingga suasana wawancara penuh dengan canda dan tawa. Bapak Ferry memulai wawancara dengan menceritakan asal

muasal mendirikan usaha toko ban di daerah Jatiasih, Bekasi. Bapak Ferry menuturkan dengan penuh canda sambil melirik ke istrinya bahwa:

Dahulu saya berdagang keliling *sparepart* mobil dari *showroom* ke *showroom* dan suatu ketika saya melewati daerah Jatiasih ini dan saya mampir ke warung kelontong karena haus. Kebetulan keluarga istri saya yang memiliki warung kelontong ini, jadilah saya minum di warung keluarga istri saya....(sambil tertawa).

Bapak Ferry memulai berwirausaha pada tahun 1990 yang diawali dengan berdagang keliling menjual *sparepart* mobil. Sebelum menikah, Bapak Ferry tinggal di daerah Tambun, Bekasi dimana mayoritas pelanggan Bapak Ferry berada di daerah Pondok Gede, Bekasi. Awal Bapak Ferry merintis adalah dengan bekerja pada salah satu pelanggan di tempat usaha orang tua Bapak Ferry yang merupakan teman orang tua Bapak Ferry. Pada pelanggan tersebut, Bapak Ferry bekerja menjual barang-barang onderdil dan *sparepart* atau karoseri mobil. Melalui pelanggan tersebut, Bapak Ferry mulai mempelajari cara untuk mencari barang-barang onderdil dan *sparepart* atau karoseri mobil. Orang tua Bapak Ferry sendiri memiliki usaha vulkanisir ban truk sehingga usaha ban sudah merupakan usaha yang secara turun menurun dijalani oleh keluarga Bapak Ferry.

Bapak Ferry menuturkan dengan penuh semangat bagaimana orang tua serta pelanggan tempat beliau bekerja berperan dalam awal mulainya Bapak Ferry berwirausaha bahwa:

Dahulu papa saya memiliki usaha ban yang serupa dengan usaha yang saya jalani saat ini, jadi ketika saya berdagang keliling dan mendapatkan ban maka papa menjadi orang yang saya tawarkan ban tersebut pertama kali. Papa selalu menekankan walaupun berbisnis dengan orang tua sendiri tetap saya diminta untuk mengambil keuntungan jangan menjadi tidak enak karena papa sendiri. Sedari

kecil saya sudah diajarkan untuk mandiri jadi saya berdagang dari pintu ke pintu bahkan ikut bekerja dengan orang lain. Saya belajar bidang onderdil dan *sparepart* atau karoseri mobil awalnya di daerah Sawah Besar, Jakarta dimasukkan kerja oleh papa saya kepada salah satu teman yang juga pelanggan papa dan papa saya meminta temannya tersebut untuk tidak menggaji saya. Ketika itu saya tidak mendapatkan gaji namun uang secukupnya untuk makan selama hampir 2,5 tahun namun saya tidak marah karena ilmunya yang saya ambil. Bahkan saya selalu mengingat jasa baiknya karena merupakan orang pertama yang memperkenalkan saya ke bisnis tersebut.

Setelah 2,5 tahun bekerja dengan teman orang tuanya, Bapak Ferry kemudian memutuskan untuk memulai berwirausaha mandiri dengan berdagang menawarkan onderdil dan *sparepart* atau karoseri mobil dari *showroom* ke *showroom*. Bapak Ferry mulai berwirausaha secara permanen di daerah Jatiasih, Bekasi ketika menikah dengan istrinya yang keluarganya memiliki tanah di lokasi tersebut. Istri Bapak Ferry yang duduk mendampingi wawancara juga menuturkan bahwa:

Pada awalnya, mama saya berjualan sembako mulai dari tahun 1975 di lokasi ini setelah papa saya meninggal. Ketika saya menikah dengan Bapak Ferry, mama saya meminta agar mulai membuka usaha menetap di sini dibandingkan dengan berjualan keliling.

Bapak Ferry menambahkan dengan menuturkan bahwa:

Dulu saya berjualan keliling dan hanya sedikit yang bisa saya hasilkan untuk dibawa pulang ke keluarga. Saya berpikir untuk membuka usaha secara permanen disini dan saya menyampaikan ke istri saya untuk meminta izin kepada mertua untuk membuka usaha di tempat ini. Pada awal saya berdagang, saya tidak memiliki modal besar maka saya hanya berjualan ban contoh saja dan ketika ada orang yang mau memasang ban barulah saya pergi mencari. Pada zaman itu, pelanggan masih mau menunggu karena penjual ban di daerah ini masih sedikit hanya ada saya dan satu penjual lagi di daerah Kalimalang, Bekasi berbeda dengan sekarang ya..(sambil tertawa).

Usaha Bapak Ferry berkembang dan bertahan selama puluhan tahun karena salah satu kiat usaha yang disampaikannya yaitu untuk tidak pernah menyia-nyiaikan kesempatan yang datang dan hemat. Nilai-nilai agama Buddha yakni Pancasila Buddhis diyakini Bapak Ferry sebagai landasan dalam usahanya. Bapak Ferry menuturkan bahwa:

Dalam berwirausaha, saya meyakini Pancasila Buddhis dan itu yang saya pegang dan jalani setiap saat. Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Mata Pencaharian Benar juga menjadi landasan saya dalam memulai usaha. Prinsip saya adalah menjalani usaha yang benar dan tidak menjalankan sesuatu yang tidak baik. Papa saya juga berpesan sebelum meninggal agar hidup tidak serakah dan berlebih-lebihan.

Bapak Ferry selain memiliki usaha toko ban juga memiliki ruko dan kios usaha yang disewakan yang terletak di daerah Jatiasih, Bekasi dan di daerah Pekayon, Bekasi. Beberapa penyewa kios usaha tersebut adalah usaha warteg, usaha rumah makan bebek, *pet shop*, dan usaha lain yang digunakan oleh ipar Bapak Ferry. Dalam pembelian investasi, Bapak Ferry lebih memilih kepada investasi dengan risiko yang rendah seperti tanah yang kemudian dibangunnya menjadi ruko usaha untuk disewakan. Kondisi pandemic Covid-19 disikapi oleh Bapak Ferry dengan tidak berlebihan dan memandang sebagai sesuatu yang wajar dalam berwirausaha. Bahkan penurunan omset dianggap sebagai sesuatu hal yang lumrah terjadi layaknya pasang surut kehidupan berwirausaha. Sebagai UKW Buddhis keturunan etnis Tionghoa, Bapak Ferry rutin menjalani budaya warisan leluhur Tionghoa yaitu berdoa dengan memasang Hio di depan lokasi usaha yang dimilikinya setiap pagi sebelum membuka usahanya.

Bapak Ferry menuturkan dengan penuh kesederhanaan mengenai arti kesuksesan usaha bahwa:

Sukses usaha bagi saya kalau mampu memenuhi kebutuhan hidup saja dan tidak berhutang. Bagi saya, sukses bilamana kalau mau pergi ada kendaraan yang siap pakai dan memiliki rumah meskipun seadanya. Jangan saya sampai memiliki rumah bagus dan mewah tetapi hutang ke bank milyaran. Bagi saya mampu membayar sekolah anak pun sudah suatu kesuksesan.

Gambar 4.20

Wawancara dengan Bapak Ferry



4.2.14 Informan: Bapak Didi

Bapak Didi merupakan UKW Buddhis yang juga memiliki usaha toko bangunan “Setia Jaya” di daerah Jatiasih, Bekasi. Informasi mengenai Bapak Didi diperoleh dari Bapak Cu Teng dan Bapak Ferry yang masih merupakan keluarga

besar. Pelaksanaan wawancara diawali dengan menghubungi Bapak Didi untuk meminta kesediaanya menjadi informan dalam penelitian ini dan menjelaskan tujuan penelitian ini. Bapak Didi memberikan persetujuannya untuk dilakukan wawancara di lokasi usahanya yang terletak di Jl Raya Jatiasih.

Pelaksanaan wawancara disepakati untuk diadakan di lokasi usaha Bapak Didi pada hari Minggu pagi jam 09.00 pagi. Usaha toko bangunan Bapak Didi menyediakan semen, pasir, besi, cat, besi dan perlengkapan bangunan seperti asbes, batako dll. Usaha Bapak Didi terletak dibangunan dua ruko yang bagian bawahnya digunakan sebagai tempat usaha dan bagian atas sebagai tempat tinggal. Suasana lokasi usaha berada pada jalan utama yang cukup padat dan terletak strategis di pinggir jalan utama Jatiasih. Bapak Didi memulai proses wawancara menceritakan motivasi awal berwirausaha yang telah dijalannya selama 12 tahun. Bapak Didi menjalani usaha toko bangunan karena keinginan untuk meneruskan usaha orang tua dan menjaga asset milik orang tuanya. Orang tua Bapak Didi menjalani usaha toko bangunan sejak tahun 1960 yang diawali oleh kakek dari Bapak Didi yang sudah berdagang bangunan atau material. Keluarga besar Bapak Didi merupakan salah satu warga Buddhis senior yang berada di daerah Jatiasih, Bekasi. Kakek dari Bapak Didi merupakan cikal awal pembentukan usaha toko bangunan yang dijalani oleh Bapak Didi saat ini. Toko bangunan "Setia Jaya" didirikan oleh Kakek dari Bapak Didi pada tahun 1940.

Nilai agama Buddha dalam hal ini memiliki peranan dalam mendasari Bapak Didi menjalani usaha toko bangunan yang telah berdiri antar generasi. Bapak Didi menuturkan bahwa:

Dalam agama Buddha terdapat ajaran bahwa kita harus dapat menjaga aset orang tua dan saling menjaga antar saudara. Apabila kami bersaudara hidup akur maka leluhur yang ada di alam sana akan bahagia dan terlahir di alam bahagia. Di dalam agama Buddha meskipun ada keluarga kita yang sudah meninggal namun kita tetap wajib mengingat jasa mereka ketika masih hidup. Saya meneruskan usaha ini selain menjaga aset dan warisan orang tua tetapi juga karena ingin berbakti kepada orang tua. Saya berupaya untuk terus mendoakan orang tua atau keluarga yang sudah meninggal agar mereka terlahir di alam yang berbahagia. Hal tersebut sesuai dengan nilai Buddhis dengan tindakan berdana, pattedana dan berdoa kepada leluhur maka mereka dapat terlahir di alam yang berbahagia.

Bapak Didi merupakan UKW Buddhis keturunan etnis Tionghoa yang secara rutin menjaga tradisi budaya tionghoa dengan melakukan sembahyang Ce It dan Cap Go yang rutin dilakukan setiap bulannya. Sembahyang Ce It dan Cap Go yang dilakukan dalam budaya Tionghoa salah satu tujuannya adalah untuk memberikan penghormatan kepada leluhuratay keluarga yang telah mendahului. Bapak Didi lebih lanjut menuturkan bahwa:

Kami pun masih melakukan persembahyangan dua kali dalam sebulan, saat Ce It dan Cap Go, didalam agama Buddha walau keluarga kita ada yang sudah meninggal, tapi kita wajib mengingat jasa mereka ketika masih ada, seperti makanan kesukaannya dahulu juga kita siapkan. Kami melakukan sebulan dua kali sembahyang kecil sedangkan sembahyang besar kami lakukan setahun tiga kali.

Pasang surut usaha toko bangunan tersebut telah dilalui oleh Bapak Didi khususnya selama sepuluh tahun terakhir. Masa kejayaan toko material tersebut dialami khususnya pada tahun 1997 ketika pelaku usaha di bidang usaha tersebut masih terbilang jarang dan maraknya pembangunan di daerah Jatiasih, Bekasi. Bapak Didi menuturkan bahwa:

Usaha ini mengalami naik turun selama sepuluh tahun terakhir. Bisnis ini berbeda dengan usaha sembako kalau usaha sembako meskipun keuntungan kecil dan tipis namun lebihannya ada pada kuantitas dan pembelian rutin. Pada sekitar tahun 1997, bisnis material bangunan ini sempat mengalami masa keemasan karena ketika itu daerah ini masih banyak tanah kosong dan pembangunan masih banyak dilakukan sedangkan pemain di usaha bangunan atau material masih terbilang sedikit. Saya ingat bahwa Papa saya dahulu dengan usaha ini mampu menghidupi kami sekeluarga dan menyekolahkan kami sampai dengan perguruan tinggi.

Usaha toko bangunan milik Bapak Didi menyediakan bahan bangunan sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pasar seperti hebel disbanding batu bata, lpenyediaan atap *poly carbonat*. Bahkan sebelumnya Keluarga Bapak Didi memiliki usaha pabrik batako yang terletak berdekatan dengan lokasi usaha Bapak Didi yang digunakan untuk menunjang usaha toko bangunan tersebut namun seiring perkembangan zaman kebutuhan batako mulai mengalami penurunan dan digantikan oleh hebel.

Bapak Didi juga menuturkan peranan budaya Tionghoa dalam mendasari motivasinya meneruskan usaha toko bangunan yang diwariskan secara turun menurun bahwa:

Kami terlahir di keluarga yang berwirausaha di bidang material bangunan oleh karenanya kami menjalani usaha bangunan ini. Kebanyakan wirausaha keturunan etnis Tionghoa memulai usaha karena ada unsur keturunan atau usaha turun menurun atau ada saudara yang berbisnis di bidang tersebut. Kalau memulai jenis usaha baru akan terlalu berisiko .

Pandangan Bapak Didi mengenai risiko juga dilandasi oleh nilai agama Buddha khususnya dalam pandangan karma sebab akibat. Bapak Didi menuturkan nilai-nilai agama Buddha yang mewarnai praktik kewirausahaan yang dijalannya bahwa:

Nilai agama Buddha yang mengajarkan untuk hidup apa adanya dan menghindari risiko serta hidup memiliki kaitan sebab akibat. Nilai itulah yang saya pegang dalam pelaksanaan usaha karena kebaikan itu kan ajaran agama jadi nilai Buddhis yang saya jalankan untuk hidup apa adanya, sederhana, jangan memaksakan kekuatan sendiri, hidup penuh syukur dan hidup berbahagia.

Bapak Didi menuturkan mengenai kesuksesan usaha bahwa:

Sukses usaha bagi saya bila usaha makin maju dari sisi finansial namun yang paling utama adalah kepuasan batin. Ketika memiliki pelanggan yang sudah lama dan tidak berpaling karena barang yang saya jual bagus, pengiriman cepat itu juga sudah kepuasan bagi saya. Sukses bagi saya Ketika berusaha dengan senang, mencari untung dengan hati *enjoy*, dan tidak jauh dari anak istri. Sukses juga berarti mengetahui batas serta jangan sampai tersiksa dalam mencari uang dan menjalani bisnis.

Gambar 4.21**Wawancara dengan Bapak Didi****4.3 Kesimpulan Informan Penelitian**

Setiap informan dalam penelitian ini mengartikulasikan pengalaman akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha . Keunikan pengalaman masing-masing informan juga ditandai dengan adanya kesamaan dengan informan lainnya, yang mengarah munculnya tema yang mirip daripada tema yang berbeda. Analisis data menggunakan kata demi kata dari pernyataan wawancara informan untuk menghasilkan tema umum pada keseluruhan informan. Bagian selanjutnya akan merinci proses analisis data yang menghasilkan tema-tema yang muncul dan memberikan contoh-contoh dari analisis data.

4.4 Analisis Data

Peneliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pasca Sarjana (S3) pada Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta di Universitas Brawijaya serta merupakan pengajar dalam bidang ilmu manajemen pada salah satu Sekolah Tinggi Manajemen yang berlokasi di Jakarta. Peneliti memiliki ketertarikan secara professional maupun personal mengenai bagaimana agama dan nilai-nilainya berperan dalam suatu proses maupun aktivitas wirausaha yang dijalani oleh seorang wirausaha sehingga dapat memberikan implikasi manifestasi nilai-nilai religi tersebut dalam dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan yang dipilih oleh wirausaha dalam aktivitas kewirausahaan serta makna kebermanfaatan kinerja wirausaha berdasarkan nilai-nilai religi tersebut.

Bagian analisis data menguraikan prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup bagaimana analisis data dilakukan dan prosedur yang dilakukan dalam menghasilkan tema. Tema-tema yang muncul menggambarkan pengalaman penting yang serupa dari masing-masing informan akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha.

Tahapan proses analisis data menggunakan empat tahapan sesuai Creswell (2007) dan analisis interaktif Miles dan Huberman (1984) yaitu menganalisis pernyataan penting, merumuskan makna pernyataan penting serta mengkategorikannya dalam bentuk tema, menghasilkan deskripsi yang lengkap mengenai fenomena tersebut, dan mereduksi deskripsi menjadi suatu narasi mengenai esensi fundamental peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Esensi

fundamental merupakan kutipan dari verbatim wawancara informan penelitian yang mewakili tema utama. Analisis data juga dilakukan dengan melakukan analisis terhadap hasil wawancara deskriptif dan membuat analisis domain dengan kertas kerja untuk selanjutnya dilakukan analisis taksonomi yang menghubungkan diantara semua istilah bahasa asli dalam domain yang telah dilakukan, mempersiapkan serta mengajukan pertanyaan kontras dengan membuat analisis komponen, dan menyusun analisis tema dari esensi fundamental serta yang berasal dari tema-tema yang bersifat tersirat dan tersurat yang berulang pada sejumlah domain dan berperan sebagai penghubung.

Dalam setiap wawancara dilakukan proses transkripsi verbatim wawancara segera setelah tahapan wawancara selesai. Penyelesaian transkripsi wawancara dilakukan dalam kurun waktu satu minggu setelah proses wawancara dengan meneliti keakuratan hasil transkripsi. Pemeriksaan atas keakuratan transkripsi wawancara dilakukan dengan membaca transkrip wawancara beberapa kali dan merefleksikannya melalui jurnal reflektif sehingga mendapatkan internalisasi pemahaman yang menyeluruh dari hasil wawancara tersebut. Tahapan analisis data diawali dengan mengamati transkripsi dari masing-masing informan dan memisahkan pernyataan penting yang terdapat di masing-masing transkripsi wawancara.

Terdapat dua kriteria dalam menentukan pernyataan penting yaitu pernyataan atau jawaban yang langsung diberikan atas pertanyaan wawancara yang diajukan dan jawaban langsung yang melengkapi pengalaman informan akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Peneliti menandai setiap pernyataan penting dalam

transkrip wawancara untuk kemudian dimasukkan dalam bentuk tabel pernyataan penting. Dalam proses analisis data digunakan pemetaan horizontal sesuai Creswell (2007) untuk memastikan bahwa tidak terjadinya keterulangan dan adanya tumpukan redundansi pernyataan penting. Berdasarkan pernyataan penting tersebut maka akan dibuat intisari makna yang didasari atas kutipan wawancara masing-masing informan. Pilihan pernyataan dari masing-masing informan akan dikonversi ke dalam makna yang memberikan arti.

Wawancara kedua akan dilakukan kepada masing-masing informan dengan target informasi yaitu pemikiran atau pandangan informan terhadap hasil wawancara pertama, refleksi jawaban informan atas pengalaman informan dari fenomena yang diteliti, dan Informasi tambahan mengenai pengalaman informan dalam manifestasi peranan agama Buddha dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha. Hasil wawancara digunakan untuk membuat suatu narasi pemaparan yang menggambarkan pengalaman dari masing-masing informan. Hasil narasi pemaparan akan dianalisis untuk direduksi menjadi tema. Kesamaan dari tema-tema tersebut akan memberikan suatu tema utama yang mewakili keseluruhan informan. Penelitian ini menggunakan strategi audit untuk meninjau keseluruhan proses penelitian serta meninjau instrumen, pernyataan signifikan, transkrip dan makna yang dirumuskan. Strategi audit ini dilakukan dengan berdiskusi dengan tim promotor untuk memberikan keyakinan akan proses dan hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti memiliki peran sebagai instrumen utama dari suatu penelitian (Bogdan dan Biklen, 2003).

4.5 Data lapangan: Peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan

Data lapangan berupa pernyataan informan diperoleh dari hasil proses wawancara yang mendalam dengan masing-masing informan mengenai peranan agama Buddha dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha dalam basis nilai yang personal.

Tabel 4.3 menyajikan data lapangan berupa pernyataan informan mengenai peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan yang terbagi akan pernyataan informan akan proses dan kegiatan kewirausahaan yang membentuk suatu entri baru yang di dalamnya terdapat dimensi akan otonomi (motivasi wirausaha dan pemilihan jenis usaha); inovasi; pengambilan risiko; agresivitas kompetitif dan proaktif (Lumpkin dan Dess, 1996).

**Tabel 4.3 Pernyataan Penting dan Rumusan Tabel Makna :
Orientasi Kewirausahaan**

a. Otonomi (Motivasi Wirausaha dan Pemilihan Jenis Usaha)

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	Saya membangun usaha dulu berawal dari adanya kepercayaan. Di dalam Buddhis membangun kepercayaan ada kaitannya dengan karma. Usaha saya berkembang karena karma baik saya lagi berbuah dan itu terbayar <i>lagi</i> . Orderan malah bertambah banyak kalau dulu misalnya servis ringan Rp. 90 ribu, beberapa kali saya diberikan Rp. 100 ribu <i>lho</i> , padahal yang saya kerjakan servis sederhana	Karma sebagai dasar dalam membangun kepercayaan dan perkembangan usaha

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Dulu itu biaya <i>servis</i> saya <i>ngak</i> menentu, saya sering kasih <i>free</i> kok padahal seharusnya dulu itu satu lagu Rp 25 ribu. Dari situ kan kepercayaan orang mulai muncul.</p>	
	<p>Saya memilih jenis usaha yang saya jalani bukan hanya dorongan dari teman saja tetapi juga dari nilai agama Buddha bahwa kita harus pada jalan penghidupan yang benar. Sejak saya mengenal Dhamma saya menghindari jualan barang-barang yang dihindari dalam agama Buddha.</p>	<p>Nilai agama Buddha yaitu Dhamma dan Mata Pencaharian Benar sebagai dasar dalam pemilihan jenis wirausaha</p>
Ibu Padma	<p>Saya melanjutkan usaha mama saya karena bakti kepada orang tua, selain itu usaha ini sesuai dengan Mata Pencaharian Benar dalam Buddhisme.</p>	<p>Nilai agama Buddha yaitu Mata Pencaharian Benar sebagai dasar dalam motivasi berwirausaha. Motivasi internal diri yaitu bakti kepada orang tua menjadi dasar dalam berwirausaha.</p>
Bapak Joni	<p>Dari awal saya sudah memiliki komitmen bahwa bekerja di perusahaan itu maksimum 20 tahun kemudian setelah itu saya harus keluar dan mandiri usaha sendiri. Di dalam Buddhis juga kan mengajarkan untuk hidup atas dasar kemampuan diri sendiri, jadi kita harus belajar untuk independen. Memang semuanya baik, mau bekerja dengan orang lain juga baik silakan, mau usaha sendiri juga baik silakan, Cuma kembali lagi bahwa hidup adalah pilihan. Mana yang paling baik untuk diri sendiri.</p>	<p>Motivasi internal diri dan nilai Buddhisme dalam motivasi pembentukan wirausaha</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Di dalam agama Buddha ada mengenal Delapan Jalan Kebenaran, salah satunya mata pencaharian benar. Jadi bisnis inti saya kan berhubungan dengan air, kebutuhan sehari hari untuk masyarakat, jadi di dalam Buddhis tidak boleh menjual senjata, mahluk hidup, hal beracun itu <i>ngak</i> boleh.</p> <p>Kalau agama buddha sendiri kan mengajarkan jangan berbuat jahat, perbanyaklah berbuat baik. Kalau bisnis saya, jualan gas dan air kemasan ditambah pula saya menyediakan layanan <i>home service</i>, kapanpun <i>customer</i> membutuhkan dan saya segera memenuhi kebutuhan itu otomatis saya bisa berbuat baik <i>dong</i>.</p>	<p>Nilai agama Buddha yaitu Delapan Jalan Kebenaran (Mata Pencaharian Benar) dan sikap mental terhadap kekayaan menurut nilai Buddhis yaitu berbagi dengan orang lain dan banyak berbuat kebajikan menjadi motivasi dalam berwirausaha dan pemilihan jenis usaha</p>
Ibu Ango	<p>Saya berwirausaha karena ingin mendapatkan kemandirian kalau kerja sama orang <i>kan</i> terikat, kalau ini bisa sambil mengurus anak. Dulu saya <i>kan</i> lulusan SMEA dan diajarkan untuk menciptakan lapangan kerja sendiri,. Dulu itu ke Jakarta nya naik kapal laut dan bekalnya hanya telur asin dan ikan sarden. Sampai di pelabuhan sunda kelapa Jakarta dijemput sama papa saya, kakak saya, yang sudah duluan ke Jakarta.</p> <p>Dengan berwirausaha juga saya lebih bebas dan bagi saya lebih baik saya diam di suatu tempat, pagi sampai malam <i>ngak</i> apa <i>ngurusin</i>. Saya dalam berwirausaha sewajarnya saja karena ada Pancasila Buddhis yang saya pegang dalam berwirausaha</p>	<p>Motivasi kemandirian ekonomi sebagai motivasi berwirausaha.</p> <p>Nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis menjadi pegangan dalam berwirausaha Prinsip ekonomi Buddhis yaitu Ekonomi Jalan Tengah: Realisasi dari kebahagiaan</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
		<p>sejati bahwa keseimbangan dan memahami serta melaksanakan hidup sewajarnya (tidak berlebihan) atau <i>Mattanuta</i> menjadi karakteristik dalam berwirausaha</p>
<p>Ibu Mei Hwa</p>	<p>Kami membangun kios ini semua dengan dana yang sangat terbatas dan benar-benar merintis dari awal. Tahun 2006 merupakan awal pembangunan kios ini, kami mendapatkan uang penggantian dari pelebaran jalan meskipun uangnya tidak besar tapi karena niat baik dan karma kami maka kami berhasil membangunnya.</p> <p>Kami memulai membangun kios ini karena ada peluang dan sebenarnya nekat karena saya bilang sama suami saya, kalau yang namanya dagang kadang sepi kadang ramai, sedangkan kebutuhan menuntut <i>kan</i>. Kalau kontrakan ruko begini, minimal dananya siap selalu untuk saya pakai kalau ada yang menyewa. Saya mencari yang aman dan juga kan saya lihat perkembangan suatu daerah makin lama makin banyak orang yang mau berusaha di daerah ini.</p> <p>Usaha ini juga dibentuk karena di dalam Buddhisme <i>kan</i> diajarkan agar boleh menyerah terpaku kedalam suatu keadaan saja, kehidupan <i>kan</i> harus dilalui dengan semangat. Satu hal yang saya pegang yaitu mengalah terhadap satu perkara kecil untuk memenangkan perkara besar. Dalam bisnis kios usaha gini kita gak boleh</p>	<p>Pengejaran peluang usaha dan Investasi sebagai motivasi memulai usaha</p> <p>Nilai agama Buddha <i>Utthanasampada</i> yaitu rajin dan bersemangat dalam bekerja untuk mendapatkan penghidupan yang baik menjadi motivasi</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	kaku juga, harus fleksibel apalagi kita juga memiliki niat membantu orang lain yang mungkin kesusahan bayar uang sewa langsung <i>full</i> dimuka.	dalam memulai berwirausaha.
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	<p>Usaha ini meneruskan usaha orang tua yang dimulai pada tahun 1972 dengan berdagang soto coba-coba dulu, ada yang makan, lalu mulai tambahkan menunya, tambahkan lagi begitu terus akhirnya sampai sekarang jadi lengkap. Tadinya kan hanya dagang satu macam saja, tapi atas permintaan pelanggan ditambahkan ada menu lain.</p> <p>Kami berupaya menjalankan Pancasila Buddhis dengan benar dalam usaha kami sehingga kami membeli bahan dagangan idak mau memesan daging ke tukang daging karena kami berupaya mengamalkan Pancasila Buddhis yang pertama yaitu menghindari pembunuhan makhluk hidup jadi kami hanya membeli daging yang sudah tersedia di pasar. Usaha kami juga mengamalkan nilai Buddhis yaitu mata pencaharian benar dengan tidak menjual makanan atau minuman yang membuat ketagihan dan melemahkan kesadaran. Papa berpesan kalau jual makanan atau minuman <i>ngak</i> boleh yang dapat menimbulkan ketagihan oleh karenanya saya menjual makanan dan minuman yang biasa saja.</p>	<p>Nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis dan Mata Pencaharian Benar menjadi dasar dalam pembentukan usaha. Motivasi internal diri yaitu meneruskan usaha orang tua juga menjadi motivasi berwirausaha</p>
Bapak Untung	Jadi dulu sih sebenarnya motivasi saya untuk bekerja sendiri itu, pertama dari segi pendapatan lebih besar apabila kerja sendiri. Yang kedua, dengan kerja sendiri saya tidak terikat waktu, kalau dirumah sakit kan saya harus ikuti aturan rumah sakit tsb, harus	Kemandirian ekonomi, fleksibilitas waktu menjadi motivasi berwirausaha

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>masuk shift malam dll atau ketika ingin libur tapi harus masuk kerja. Yang ketiga yah lebih dekat dengan keluarga lah. Dulu <i>kan</i> ini ruko usaha pada tahun 1996 dulu, saya usaha di bawah dan tinggalnya diatas, jadi memang <i>full</i> <i>ngak</i> kemana mana. Waktu untuk keluarga pun jadi lebih banyak.</p> <p>Sedari kecil saya sudah mengenal ajaran Buddha Dharma karena saya berasal dari keluarga Tionghoa Buddhis tradisional, sejak saya sekolah di tingkat dasar saya selalu mengikuti sekolah minggu jadi saya cukup mengerti mengenai Dharma termasuk juga dengan jenis-jenis usaha yang harus dihindari dalam agama Buddha. Oleh karenanya, saya memilih jenis usaha dalam bidang obat dan pelayanan praktek dokter karena dapat memenuhi dari sisi kemanusiaan selain juga untuk mendapatkan materi dari usaha tersebut. Melalui usaha ini, saya mampu memberikan bantuan di saat ada yang sakit dan butuh pertolongan selain juga motivasinya adalah keselarasan dengan latar belakang profesi yang saya miliki.</p>	<p>Nilai agama Buddha Mata Pencaharian Benar dan Dhamma sebagai motivasi pembentukan dan pemilihan jenis usaha.</p>
Bapak Susisno	<p>Pertama saya bekerja Vihara Dhammacakha, itu sekitar tahun 1994 dan ketika itu saya dibagian <i>layout</i> majalah. Lalu sekitar dua tahun kemudian saya barulah pindah ke perusahaan <i>consulting</i> bangunan, di bagian administrasi. Setelah beberapa waktu saya melihat tidak ada perkembangan, saya lalu ikut kerja sama orang Vihara juga dan barulah kerja di usaha sparepart.</p>	<p>Otonomi dan kemandirian ekonomi menjadi motivasi berwirausaha</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Kalau di dalam Buddhisme, semakin banyak kita bisa mendapatkan lebih dari usaha kita sendiri maka semakin banyak kesempatan kita untuk berbuat kebaikan. Saya meyakini dalam Buddhisme bahwa harta adalah sebagai alat untuk berbuat kebajikan sehingga usaha yang saya jalani ini mempunyai motivasi untuk pelayanan. Apabila motivasi saya hanya terbatas di finansial maka saya akan lebih banyak menerima kekecewaan. Tetapi bila motivasinya ditambah dengan pelayanan dan mampu membantu orang lain yang membutuhkan bantuan maka tercapailah nilai hidupnya.</p>	<p>Nilai agama Buddha dalam sikap mental terhadap kekayaan bahwa kekayaan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri (finansial) namun berbagi dengan orang lain dan banyak berbuat kebajikan menjadi motivasi berwirausaha,</p>
Ibu Ernawati	<p>Saya menyukai berwirausaha, awalnya memang coba-coba namun lama-kelamaan <i>enjoy</i> karena dengan wirausaha saya bisa memberi dan berdana. Dulu saya lulusan Sekolah Asisten Apoteker kalau sekarang namanya Sekolah Menengah Farmasi yah, dan saya sempat bekerja jadi apoteker di apotik. Awalnya saya coba-coba <i>jualan</i> obat, jadi dulu saya <i>jualan</i> campur, ada obat, kelontongan, dan baju juga. Ternyata baju yang lebih laku <i>makanya</i> saya <i>jualan</i> baju sampai sekarang.</p>	<p>Kemandirian ekonomi dan pelaksanaan Dasa Paramita yaitu berdana dalam Buddhisme melalui usaha menjadi motivasi berwirausaha</p>
Bapak Salim	<p>Saya memutuskan berwirausaha sendiri karena usaha sebelumnya yang saya jalani bukan usaha milik saya pribadi tetapi milik orang tua dan akhirnya diteruskan oleh adik kandung saya sendiri walaupun keuntungannya saat itu dirasa sangat besar.</p>	<p>Otonomi usaha menjadi motivasi berwirausaha</p>
Ibu Florensia	<p>Usaha ini berawal dari adanya <i>passion</i> dan terutama dari adanya peluang. Ketika kami memulai dulu usaha di daerah ini, jumlah toko <i>furniture</i> di</p>	<p>Pemanfaatan peluang usaha dan nilai agama Buddha dalam prinsip ekonomi</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>daerah Jatiasih, Bekasi masih sedikit sehingga konsumen harus ke Jakarta bila mau membeli <i>furniture</i>. Kami membuka usaha ini juga dengan dasar kesesuaian dengan nilai agama Buddha bahwa usaha dapat bermanfaat bagi kehidupan dan jenis usaha ini juga sesuai dengan mata pencaharian benar dalam Buddhis sehingga nilainya disitu bahwa kami memberikan manfaat dengan menyediakan kebutuhan konsumen secara lengkap mulai dari kebutuhan teras rumah sampai dapur. Semuanya kami penuhi dari sofa, <i>kitchen set</i>, lemari, kursi taman, plastik mulai dari harga yang ekonomis sampai dengan harga yang tinggi.</p>	<p>Buddhis yaitu usaha yang bermanfaat menjadi motivasi berwirausaha</p>
<p>Bapak Cu Teng</p>	<p>Motivasi saya berwirausaha adalah untuk meningkatkan taraf hidup keluarga dan pendidikan anak-anak, kalau bisa sampai kuliah semua. Pertimbangan saya membuka ruko usaha karena merupakan investasi yang lama terus menerus dan pemasukan akan terus ada setiap tahunnya sehingga tidak pusing juga. Apalagi tempat saya ini strategis di pinggir jalan raya dan dekat tol JORR Jatiasih, sehingga ruko sepertinya akan tetap ada yang mau menyewa.</p> <p>Yang jelas kalau secara agama, usaha saya mengikuti aturan yang tadi yaitu usaha benar, selama itu di tanah kita, di tempat kita sendiri, tidak merugikan orang lain. .</p>	<p>Pemanfaatan peluang usaha dan kemandirian ekonomi menjadi motivasi berwirausaha.</p> <p>Nilai agama Buddha yaitu Usaha Benar dan perspektif ekonomi Buddhis (Ekonomi Jalan Tengah) tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lain</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Ferry	<p>Dulu saya berjualan keliling dan hanya sedikit yang bisa saya hasilkan untuk dibawa pulang ke keluarga. Saya berpikir untuk membuka usaha secara permanen disini . Pada zaman itu, pelanggan masih mau menunggu karena penjual ban di daerah ini masih sedikit hanya ada saya dan satu penjual lagi di daerah Kalimalang, Bekasi berbeda dengan sekarang ya.</p> <p>Saya meyakini Pancasila Buddhis dan itu yang saya pegang dan jalani setiap saat. Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Mata Pencaharian Benar juga menjadi landasan saya dalam memulai usaha. Prinsip saya adalah menjalani usaha yang benar dan tidak menjalankan sesuatu yang tidak baik. Papa saya juga berpesan sebelum meninggal agar hidup tidak serakah dan berlebih-lebihan.</p>	<p>Motivasi pemanfaatan peluang usaha dan nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis dan Mata Pencaharian Benar sebagai landasan dalam pembentukan usaha.</p>
Bapak Didi	<p>Motivasi saya berwirausaha karena meneruskan usaha orang tua ya wajib menjaga aset orang tua. Kalau toko bangunan ini kan asalnya dari usaha orang tua yaitu Bapak saya yang dimulai sejak tahun 1960 atau 1970an sudah ada.</p> <p>Dalam agama Buddha terdapat ajaran bahwa kita harus dapat menjaga aset orang tua dan saling menjaga antar saudara. Apabila kami bersaudara hidup akur maka leluhur yang ada di alam sana akan bahagia dan terlahir di alam bahagia. Di dalam agama Buddha, meskipun ada keluarga kita yang sudah meninggal namun kita tetap wajib mengingat jasa mereka ketika masih hidup. Saya meneruskan</p>	<p>Nilai agama Buddha yaitu arah timur : hubungan orang tua dan anak (menjaga baik harta warisan) dan Pattidana menjadi motivasi berwirausaha</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	usaha ini selain menjaga aset dan warisan orang tua tetapi juga karena ingin berbakti kepada orang tua. Saya berupaya untuk terus mendoakan orang tua atau keluarga yang sudah meninggal agar mereka terlahir di alam yang berbahagia.	

b. Inovasi

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	<p>Awalnya modal saya itu hanya modal dengkul, tapi lama kelamaan berkembang, tidak menyangka. Saya sudah beberapa kali mendapatkan piagam penghargaan the best dealer, ada dari XL, Telkomsel.</p> <p>Mumpung saya masih diberikan kesehatan, materi ada, kesempatan, maka usaha saya kembangkan untuk membantu orang lain yang mungkin masih dibawah.</p>	Inovasi usaha didasari oleh adanya kepercayaan dan inovasi untuk mendukung pembuatan bajik sesuai dengan perspektif penggunaan kekayaan menurut nilai agama Buddha.
Ibu Padma	<p>Dari awal mama saya berjualan seragam sekolah, mungkin karena seragam tidak ada model <i>kan</i> modelnya itu saja tidak ganti-ganti. Kalau baju Lebaran <i>kan</i> tiap tahun ganti model, baju Natal tiap tahun sudah ganti, <i>ya</i> sudah jadinya jual baju seragam sekolah saja.</p> <p>Saya sekarang jual kerudung, serbet, pakaian <i>baby</i>, pakaian dalam tadinya saya <i>ngak</i>. Saya saya juga jual celana training dan sabuk sekolah karena ada hubungannya dengan sekolah juga. Kalau <i>ngak</i> begitu saya repot. Yang belum saya jual itu peci, karena peci ternyata ada banyak model dan ada</p>	<p>Inovasi merupakan suatu tuntutan yang harus dipenuhi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha namun inovasi yang dilakukan mempertimbangkan faktor risiko dengan kecenderungan pemilihan risiko yang rendah.</p> <p>Inovasi juga didasari oleh pandangan nilai Buddhisme yaitu Anicca bahwa segala</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	ukurannya, Bagi saya inovasi yah tuntutan, kalau tidak akan <i>kelindes</i> namun sewajarnya saja karena semua <i>kan ngak</i> ada yang abadi <i>kan</i> Anicca.	sesuatu tidaklah kekal yang muncul dan berlangsung lenyap.
Bapak Joni	<p>Inovasi seperti yang saya lakukan, bisnis saya ini sistemnya harus jemput bola, Saat ini <i>customer</i> butuh dilayani, sehingga kalau saya bisa melayani mereka dengan cepat tentu mereka akan lebih senang. Itulah, jadi bagaimana membuat <i>customer</i> saya puas.</p> <p>Saya harus <i>maintain spirit</i> dalam usaha jangan sampai <i>kendor</i>. Jadi kondisi apapun juga kalau saya sudah bertekad melayani orang, harus semangat. Landasan melayani orang itu <i>kan</i> berbuat baik dulu, walau suatu saat mungkin saya akan dimarahi <i>customer ngak</i> masalah karena tujuan saya berbuat baik, melayani mereka. Saya ingin melayani kebutuhan mereka, walau untung kita kecil yah <i>gak</i> apa karena landasan saya berbuat baik. Setiap orang itu saya anggap <i>customer</i> yang harus saya layani. Kalau dalam Buddhisme itu <i>kan</i> ada Metta, Karuna, Mudita dan Upekkha, salah satunya yah ini pengembangan cinta kasih, Metta. Jadi saya dalam usaha <i>tuh</i> dilandasi itu juga. Tujuan menjadi murni.</p>	Inovasi memanfaatkan pengejaran peluang usaha yang ada dan dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Metta sebagai pengembangan cinta kasih.
Ibu Ango	Dulu ketika dagang aluminium awalnya saya hanya buat kusen pintu saja, lalu saya kembangkan ke rak piring, jemuran handuk, saya bikin dari yang murah sampai yang mahal. Sedangkan untuk pempek ini, awalnya saya dagang hanya yang ukuran jumbo dan kecil. Sekarang saya bikin	Inovasi mempertimbangkan faktor risiko dan perspektif ekonomi Buddhis akan keseimbangan atau harmonisasi dengan

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>juga yang ukuran menengah, jadi awalnya 2 macam harga sekarang jadi 3 macam harga.</p> <p>Bagi saya harus <i>balance</i> antara agama dan mata pencaharian dengan rajin beribadah, usaha yang keras dan sebab-akibat yang kita pegang. Kita harus berpikir risiko dari setiap inovasi atau tindakan yang kita lakukan</p>	<p>keseluruhan proses sebab akibat.</p>
Ibu Mei Hwa	<p>Semua kios usaha saya sudah saya buat dapur, itu semua inovasi saya untuk meningkatkan nilai kontrak kios-kios. Siapa tahu nanti saya bisa tingkat dua lantai jadi makin mahal sewanya. Tapi kebetulan terkadang karma baik saya juga, mereka <i>benerin</i> sendiri. Contohnya <i>nih</i> yang kios bakso rudal, dulu dapurnya saya belum keramik sekarang di keramik sendiri pakai uang penyewa padahal saya nggak minta. Kalau di sini, saya selalu menjaga hubungan baik dengan orang lain, dengan sesama. Saya suka berbuat baik, siapa tahu nanti keluarga saya dapat karma baik dan dibantu juga sama orang lain.</p>	<p>Inovasi diperlukan untuk peningkatan nilai usaha dan dilandasi oleh pandangan nilai agama Buddha yaitu Karma.</p>
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	<p>Untuk inovasi kami memakai online, penjualan melalui Gojek maupun Grab dengan Gopay dan Ovo kalau dahulu <i>kan</i> belum pakai online.</p> <p>Variasi soto juga kami tambah sejak tahun 2010 sudah ada soto lidah</p> <p>Inovasi diperlukan juga kalau kita <i>ngak</i> ikutin zaman nanti ketinggalan zaman nantinya. Kami dulu pernah mencoba <i>jualan</i> nasi rames dan sop iga namun hanya jalan beberapa bulan saja karena orang <i>tahunya</i> kalau kesini itu makan soto. Jadi inovasi yang kami lakukan yang ada hubungan dengan usaha kami.</p>	<p>Inovasi mempertimbangkan pilihan usaha yang sudah ditekuni dengan pertimbangan risiko</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Untung	<p>Kalau dalam bisnis apotik ini, salah satu inovasi adalah memakai tenaga kerja yang bagus <i>yah</i>, saya punya apoteker lalu ada juga asisten apoteker. Lalu dulu, saya juga ada dua <i>shift</i> yaitu pagi dan sore. Jumlah karyawan saya dulu ada dua, kalau sekarang satu apoteker penanggungjawab saja. Jadi dahulu saya ada 3 karyawan, yaitu 1 apoteker penanggungjawab dan 2 asisten apoteker yang melayani. Saya harus pakai apoteker yang bagus, karena kalau anak baru kadang mereka baca resep saja masih bingung sedangkan kalau apoteker yang bagus <i>kan</i> mereka bisa langsung tahu ketika membaca resep.</p> <p>Yang kedua, inovasinya adalah tempat. Dulu <i>kan</i> awal berusaha, saya melakukan inovasi pada tempat, Inovasi usaha saya <i>kan</i> sangat tergantung dengan sumber daya manusia yaitu karyawan saya selain kemampuan juga saya pertimbangkan tingkat religiusitas mereka selain faktor lain seperti kejujuran, disiplin.</p>	<p>Inovasi diperlukan dalam usaha dimana kemampuan, tingkat religiusitas dan sifat yang dimiliki karyawan menentukan kemampuan dan keberhasilan inovasi usaha.</p>
Bapak Susisno	<p>Inovasi itu sebenarnya perlu juga apabila kita mau memaksimalkan usaha, kalau mau profesional yang harus seperti <i>itulah</i>. Kalau untuk saat ini <i>kan</i>, saya pakai media Facebook, Whatsapp, itu saja yang saya lakukan. Kalau saya sendiri, cukup memanfaatkan media yang saya pahami.</p>	<p>Inovasi merupakan hal yang diperlukan untuk meningkatkan usaha yang dilaksanakan terbatas pada keahlian dan pengetahuan pelaku usaha.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Dulu saya bermain di sparepart, sehingga banyak komunikasi dengan bengkel dan saat ini saya kembangkan kebutuhan bengkel. Dulu saya punya banyak barang di Asem Reges, lalu saya bingung mau dikemanain itu semua barang sehingga akhirnya saya <i>kepikiran</i> membuka cabang di daerah Bekasi Utara yang sudah berjalan saat ini.</p>	
<p>Ibu Ernawati</p>	<p>Kalau anak-anak saya semua sekarang menganjurkan untuk coba berbisnis melalui <i>online</i> juga karena sekarang kan sepi yah, tapi saya sendiri yang belum mau hehehehe. Ini karena semata-mata saya kurang paham untuk urusan teknologi, belum terjun serius ke situ. Kalau terjun ke <i>online</i> harus serius dan fokus.</p> <p>Dulu kan awalnya jualan baju <i>baby</i> saja, lalu sekarang justru yang paling laku adalah seragam, karena model seragam juga monoton <i>yah</i>, tidak cepat ganti model. Untuk saat ini pun, stok saya yang paling banyak yah seragam. Tapi ada juga risiko nya, misalkan ternyata seragam PNS diganti. Setiap inovasi yang saya lakukan harus selaras dengan keyakinan dalam menjalankan ajaran agama yang kita yakini, nanti pasti mulus usaha yang kita jalani.</p>	<p>Pelaksanaan inovasi tergantung oleh keahlian yang dimiliki oleh wirausaha selain juga mempertimbangkan inovasi usaha pada jenis barang dagang yang memiliki risiko usaha yang minimal.</p> <p>Keselarasan dengan nilai agama menjadi pertimbangan dalam pemilihan inovasi usaha.</p>
<p>Bapak Salim</p>	<p>Untuk inovasi, saya lihat tren pasar, karena bidang furniture ini kan bergerak dinamis <i>yah</i>, kalau dulu aplikasinya pakai politur, lalu pakai semprot, lalu pakai melamic, dan sekarang pakai tempelan HPL ini yang berbentuk lembaran. Jadi saya terus</p>	<p>Inovasi diperlukan untuk mengikuti perkembangan tren pasar dan keselarasan dengan nilai agama menjadi pertimbangan yang esensial.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>berkembang mengikuti kebutuhan konsumen juga.</p> <p>Keselarasan pelaksanaannya dengan agama juga penting, saya merasakan selalu diberikan berkah, dalam hal kesehatan, selalu ada jalan keluar untuk kesulitan saya. Kalau yang menjalankan praktek agamanya setengah-setengah mungkin tidak merasakan manfaatnya, tapi kalau saya pribadi sungguh merasakan manfaatnya selama ini.</p>	
<p>Ibu Florensia</p>	<p>Inovasi ibarat kalau orang naik sepeda maka inovasi adalah kayuhan kami supaya jalan terus. Tanpa inovasi, kami akan <i>stuck</i> disatu tempat dan pada akhirnya akan lumpuh mati.</p> <p>14 tahun lalu, dulu barang kami tidak terlalu lengkap lebih spesifik ke <i>springbed</i>, sofa, dan ke arah barang yang besar. Sekarang, kami mengembangkan bisnisnya ke arah barang yang kecil, contohnya sekarang kami menjual juga kursi plastik padahal bisa dibilang keuntungan penjualan kursi plastik ini kecil sekali <i>lho</i>. Tetapi, itu tetap kami lakukan supaya ada pemikat bagi konsumen untuk masuk datang ke toko kami ini. Selain juga, memudahkan konsumen yang membutuhkan beragam jenis <i>furniture</i> sehingga konsumen tidak perlu jauh-jauh pergi beli <i>furniture</i>.</p>	<p>Inovasi merupakan penggerak atau katalisator perkembangan usaha.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Cu Teng	<p>Inovasi yang saya lakukan sampai dengan saat ini adalah melakukan multi usaha, didepan ini saat ini kami sewakan untuk lapak usaha makanan bubur ayam dan soto ayam. Bertahap, ini agak terhenti karena lagi masa pandemi. Kalau ruko atau toko kan hanya satu pedagangnya, sedangkan kalau lapak kuliner nanti bisa lebih banyak lagi orang yang berjualan dan menyerap tenaga kerja. Contohnya itu tukang bubur didepan yang <i>nyewa</i> sama saya, itu saja bisa menyerap 4 tenaga kerja.</p> <p>Jadi prinsip saya bagi-bagi rejeki <i>lah</i>, rejeki mereka juga kan jadi rejeki saya juga. Seperti ajaran Buddhis <i>yah</i>, kalau kita berbuat baik maka kebaikan juga akan datang menghampiri kita, karma baik. Makanya usaha keluarga bisa lancar selama ini juga karena kita selalu baik sama orang lain, biar bisa maju sama-sama <i>lah</i>. Yang penting berbuat baik terhadap orang lain, jangan berbuat jahat, sucikan hati dan pikiran, sudah itu saja. Inovasi yang dilakukan berguna bagi orang lain, tidak merugikan. Saya percaya sekali dengan karma, apa yang diperbuat pasti akan berbuah ke depannya</p>	Pelaksanaan inovasi ditujukan agar dapat bermanfaat bagi orang lain sesuai dengan perspektif ekonomi Buddhis dan pemahaman akan nilai agama Buddha yaitu Karma menjadi dasar pelaksanaan inovasi.
Bapak Ferry	<p>Awalnya saya jualan barang karoseri saja seperti pintu, lampu mobil, onderdil yang kecil-kecil, dan memang sejak lama saya dagang ban. Namun sekarang ini hanya Ban saja, karoseri sudah sejak lama tutup semua. Pemain lama karoseri yang sudah saya kenal juga sudah tutup. Makanya disana saya tidak ada jalur ke karoseri, saya bersyukur saja apa yang ada saat ini.</p>	Inovasi dilaksanakan pada jalur usaha yang sudah dipahami dan jaringan usaha berdasarkan kepercayaan.

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Didi	<p>Penyediaan barang yang mengikuti perkembangan seperti saya sediakan hebel disbanding batu bata, lalu penyediaan atap poly carbonat, kalau jaman dulu hanya ada genteng dan asbes saja. Kalau jaman sekarang, penjualan material bangunan itu lebih spesifik.</p> <p>Jadi saat ini bisnisnya terbagi-bagi <i>yah</i>. Tetapi biar bagaimanapun saya punya keyakinan bahwa rejeki sudah ada yang atur kita tinggal berusahanya saja. Namanya berusaha, tergantung karma kita. Dalam agama Buddha, karma itu bisa berbuah cepat atau lambat, Begitu pula saat ini saya bisa duduk disini bukan semata-mata karena Tuhan, tapi tergantung karma juga. Ini tempat penitipan motor dan mobil saya di lokasi usaha ini, pernah juga hanya 1-2 motor dan mobil yang titip, semua tergantung karma saya sendiri.</p>	<p>Inovasi dilakukan agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan pasar. Kesuksesan suatu inovasi dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu karma.</p>

c. Pengambilan Risiko

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	<p>Risiko entah lagi bisnis di bawah ataupun diatas sama saja. Begitu ada kesempatan tapi kebetulan pas dana nggak ada, kan bisa juga jadi risiko bisnis. Bagi saya risiko dihadapi dengan memahami kebutuhan dan kemampuan saya sendiri. Saya harus tahu besok itu bagaimana, bukan bagaimana besok. Yang penting saya tidak merugikan orang lain, saya dirugikan <i>ngak</i> apa-apa saya anggap itu mengikis kekotoran batin saja.</p>	<p>Pandangan akan risiko dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>Samajivikata</i> bahwa hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan dan risiko usaha merupakan sebab akibat dari karma.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Ibu Padma	<p>Risikonya, barang kelamaan kalau <i>ngak</i> laku. Misalkan kaos oblong putih ini <i>nih</i>, kalau kelamaan <i>ngak</i> laku kan berubah warna kekuning-kuningan. Kalau beli seragam tapi ada rusaknya, saya bisa tukar. Risikonya kecil <i>sih</i>. Saya beli selusin atau setengah lusin, membeli <i>ngak</i> terlalu banyak. Saya beli yang laku saja. <i>Kan</i> saya selalu mencatat yang laku mana saja, kalau kata orang <i>sih</i> nomor cantik <i>yah</i> hahahah. Usaha sepi <i>yah</i> mungkin karena global juga kali <i>yah</i>. <i>Yah</i>, namanya jualan. Saya bersabar saja semua <i>kan</i> pasti berlalu, semua tidak ada yang abadi, <i>annicca kan</i>.</p>	<p>Risiko merupakan hal yang wajar dalam usaha yang dilandasi oleh pandangan nilai agama Buddha yaitu <i>Anicca</i> atau ketidak kekalan.</p> <p>Kecenderungan akan pemilihan risiko usaha yang rendah dengan upaya minimalis risiko dengan pengaturan pada persediaan stok.</p>
Bapak Joni	<p>Usaha saya ini saya rasa risikonya tidak terlalu besar karena usaha saya condongnya ke kebutuhan hidup sehari-hari, pasti akan laku kecuali kita <i>jual</i> alat listrik misalnya yang agak lama perputarannya.</p> <p>Intinya saya jualan usahakan jangan yang mudah <i>expired</i>, jangan cepat rusak, kalau pun mudah <i>expired</i> kita stok jangan terlalu banyak, sedikit saja biar cepat habis juga. Yang penting <i>muter</i> walaupun sedikit tapi <i>muter</i> saja.</p> <p>Dulu saya pernah jualan obeng dan alat alat seperti itu, itu bisa sampai dua sampai tiga tahun masih disitu dan belum laku walaupun <i>ngak</i> rusak. Dalam Buddhisme itu kan ada <i>Anicca</i>, pasti ada perubahan. Jadi ketika ada perubahan karena risiko itu kita <i>ngak</i> boleh terlalu sedih <i>lah</i>, kita harus bangkit, berpikir positif.</p>	<p>Kecenderungan akan pemilihan risiko usaha yang rendah dan meminimalisir risiko dengan pengaturan pembelian.</p> <p>Pandangan akan risiko dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>Anicca</i> atau ketidak kekalan</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Ibu Ango	<p>saya selalu mikir risiko usaha,, sebab akibat yang timbul. Akibat yang akan timbul kan harus saya pikirkan baik baik. Jangan hanya lihat keuntungan saja. Jangan membabi buta.</p> <p>Sekarang saya main bisnis kecil saja, kalau dulu alumunium, untungnya besar tapi pikiran stress, karena nanti <i>mikir</i> kerjaan <i>dicomplain</i> atau tidak, ada beban mental, terlihat dari luar <i>sih</i> santai hanya <i>ngatur</i> tukang saja</p>	<p>Kecenderungan pada pemilihan risiko usaha yang rendah dan dilandasi oleh karakteristik ekonomi Buddhis yang mengacu pada jalan tengah yaitu memahami dan melaksanakan hidup secukupnya yaitu Mattannuta.</p>
Ibu Mei Hwa	<p>Saya juga <i>ngak</i> semua yang mau kontrak, saya terima begitu saja, Walau kita dapat uang tapi faktor risiko kan harus kita perhatikan juga. Dahulu juga ada yang mau sewa tapi dijadikan panti pijat, saya <i>ngak</i> mau bu kan tidak sesuai dengan Pancasila Buddhis.</p> <p>Kalau risiko usaha seperti kunci rusak, atau tembok ada yang retak. Semua itu saya talangi pakai dana taktis, semacam akumulasi penyusutan <i>lah</i>. Tapi kebetulan kadang karma baik saya juga, mereka <i>benerin</i> sendiri. Tapi memang risiko kontrakan ini <i>ngak</i> seberapa dibanding risiko dagang.</p>	<p>Pemilihan risiko usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis. Karma mendasari risiko usaha.</p>
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	<p>Risiko <i>yah</i> jalanin saja, misalkan hari ini sepi <i>yah</i> mau <i>diapaiin</i>, jalanin saja. Pasrah saja saya <i>sih</i>. <i>Ngak ngoyo</i>, misalkan belum mencapai target <i>ngak</i> tutup juga, saya <i>sih</i> <i>ngak</i> begitu. Pokoknya jam 07.00 pagi sampai jam 16.00 sudah, tutup.</p> <p>Soal dagangan <i>yah</i> <i>ngak</i> apa, kan ditaruh di <i>freezer</i>. Ini kan rebus-rebusan semua, kalau kuahnya baru ganti. Besok dipanasin lagi. Kalau kuah dibuang kadang sampai sepanci, itu risiko juga <i>kan</i>. Bagi saya, tidak</p>	<p>Pemilihan risiko usaha pada risiko usaha yang rendah dengan pandangan akan Mattannuta. Risiko dihadapi dengan pandangan akan penerapan kebajikan yaitu berdana serta menanamkan karma baik sesuai dengan nilai agama Buddha.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>masalah daripada rusak ya. Nanti langganan <i>ngak</i> balik lagi. Saya menghadapi risiko dengan berdoa saja supaya ramai. Kadang kan kita berdana, katanya kalau berdana kan rejeki kita lancar. Makanya kita berdana saja, tiap minggu kan libur toko ini makanya saya ke vihara saja. Nanti <i>kan</i> dapat lagi rejekinya. Dengan berdana dan menanamkan karma baik, risiko bisa dihadapi.</p>	
<p>Bapak Untung</p>	<p>Kalau di obat, risiko yang paling sering adalah kesalahan dalam pemberian obat. Lalu yang kedua, risiko apabila saya dapatnya adalah obat palsu, obat ilegal. Juga dari segi pelayanan ke pasien seperti moralitas, sering pasien wanita datang sendiri <i>nah</i> itu <i>kan</i> saya harus jaga juga moralitas Saya juga kan ada perawat yang bisa bantu, sehingga paling tidak saya ada teman ketika memeriksa pasien wanita yang masih muda. Itulah risiko yang harus saya hindari. Pasien juga kan berbeda karakternya, makanya itu butuh kesabaran menghadapi pasien yang berbeda karakternya. Itu juga <i>kan</i> jadi faktor risiko saya sebagai dokter, kalau kita melayaninya tidak sabar dan marah, nanti mereka bisa <i>complain</i>.</p> <p>Lalu berikutnya dalam hal pemberian obat, saya juga harus bertanya yang standar <i>lah</i> apakah ada alergi obat atau tidak, sehingga saya bisa meminimalkan faktor risiko dalam pemberian obat ke pasien. Kadang kalau lagi ramai, saya <i>standby</i> juga, sehingga kalau mereka ragu saya akan bantu baca resepnya. Namun kadang ada juga resep yang benar-</p>	<p>Pemilihan risiko usaha pada risiko usaha yang rendah dan memperhatikan kesesuaian dengan nilai agama Buddha yaitu Mata Pencaharian Benar</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>benar sulit dibaca, saya cari aman saja dengan bilang lagi kosong barangnya, atau lagi habis. Kalau resep palsu bisa kita lihat dari caranya menulis, tulisan tangan antara dokter dan bukan dokter pasti ada bedanya. Kalau obat palsu, saya berusaha membeli dari sumber resmi saja, Perusahaan Besar Farmasi (PBF) resmi, distributor resmi. Kadang ada juga <i>sales</i> obat yang menawarkan obat yang dari belakang lah, saya tolak pasti walau misalkan pun itu obat asli tapi itu bukan hal yang baik dan tidak sesuai dengan nilai agama Buddha juga .</p>	
<p>Bapak Susisno</p>	<p>Kalau risiko itu pasti berimbang dengan profit yang didapat. Saya punya prinsip, yang ditipu dan menipu ternyata lebih sukses yang ditipu. Kalau menipu itu <i>kan</i> pikirannya akan terus merasa kurang, semakin turun pula kepercayaan orang-orang terhadap dirinya. <i>Oke lah</i>, pada saat itu orang tersebut ditipu, rugi namun sesungguhnya karma buruknya sedang berkurang. Dalam berbisnis, saya terlalu berhati-hati, memang saya akui. Saat ini, saya bermain di <i>cash</i> saja di retail, sehingga risiko yang saya hadapi minimal. Walaupun ada yang macet, <i>yah</i> yang penting masih saya bisa tagih terus walau dicicil. Kalau saya menagih pun tidak pernah kasar. Jadi saya meminimalisir risiko usaha juga.</p>	<p>Risiko usaha pada risiko usaha yang rendah dengan dilandasi pandangan akan karma dan karakteristik <i>mattannuta</i>.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Kalau ada yang mengajak saya untuk kerjasama, maka semua pembelian minggu lalu ini harus sudah lunas paling lambat Senin minggu depan, atau saya batasi maksimal hutang Rp 5 juta..</p>	
Ibu Ernawati	<p>Mulai dari 1990an, saya mulai jual baju seragam sekolah. Dan mulai masuk ke tahun 2000an, saya mulai jual seragam pemda, seragam PNS. Kalau jual seragam <i>kan</i> risikonya tidak terlalu besar, tidak seperti baju fashion yang modelnya cepat ganti.</p> <p>Saya mengalami masa kejayaan itu antara 1980-1990an <i>lah</i>. Pernah juga mengalami masa kejayaan jual baju anak-anak. Saat ini saja pengunjung kebanyakan langganan yang sudah puluhan tahun beli disini atau pembeli umum yang memang mencari seragam sekolah, baju koko untuk lebaran, atau kain sarung. Ada juga pembeli tante yang beli baju untuk orang tuanya, karena orang tuanya tidak mau beli baju kalau bukan di toko Sinar Terang.</p>	<p>Pemilihan dan upaya meminimalisir risiko usaha pada pemilihan jenis usaha dengan risiko yang rendah.</p>
Bapak Salim	<p>Pada usaha kaca risikonya, kalau saya tidak pintar mencari ukuran dan memotong, nanti akan ada sisa kaca yang terbuang percuma. Kalau gagal <i>motong</i> sih minimal ya, karena juga saya sudah bisa dibilang ahli dalam memotong kaca. Jadi harus efektif dalam memotong kaca. Pintar-pintar mengkombinasi ukuran kaca yang akan dijual.</p>	<p>Upaya meminimalisir risiko dengan peningkatan keahlian. Peningkatan usaha dilakukan dengan pengejaran peluang usaha yang berisiko namun mempertimbangkan nilai Buddhis yaitu Kamma Niyama, Hukum Moralitas, yaitu Hukum sebab akibat</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Hal tersebut dipengaruhi dari nilai Buddhis <i>yah</i>, saya tidak mau menyusahkan orang lain dengan memberikan harga tinggi, dan saya tertib dalam mengatur pekerjaan. Dahulu ketika masih aktif jualan kaca dan memotong, sisa potongan kaca saya itu sedikit sekali, karena saya benar-benar mencari dulu ukuran kaca yang dicari pembeli itu.</p> <p>Dalam berwirausaha, prinsip saya adalah stok barang harus tersedia, lalu kedua masalah harga jangan terlalu mahal dibanding yang lain. Kalau masalah sepi usaha saya anggap wajar saja, biasanya terjadi di bulan anak mau masuk sekolah dan makin diperparah saat ini ketika pandemii.</p>	<p>(hukum karma). Segala tindakan sengaja atau tidak disengaja akan menghasilkan sesuatu yang baik atau buruk.</p>
<p>Ibu Florensia</p>	<p>Kalau risiko di <i>furniture</i> ini luas, tapi lebih luasnya ke internal kita sendiri. Kami juga menerima pembiayaan kredit namun kami menggunakan <i>leasing</i>, jadi risikonya bukan lagi di kami. Usaha kami dalam mengeliminir risiko dengan mencari tenaga kerja yang pengalaman. Biasanya kita <i>training</i> karyawan yang mau antar barang, kalau misalkan barangnya besar dan risiko tinggi, maka kami serahkan ke karyawan yang lebih pengalaman. Untuk risiko persaingan, kami berusaha untuk terus <i>update</i> barang, jual barang model baru, atau kami jualan barang yang berbeda produsennya sehingga konsumen punya beberapa pilihan model. Jadi barang yang kita jual belum tentu ada di toko lain. Selebihnya balik lagi ke karma masing-masing.</p>	<p>Upaya memitigasi risiko dengan peningkatan kapasitas internal termasuk jenis barang maupun kemampuan karyawan. Pandangan akan risiko dilandasi oleh pandangan akan hubungan Buddhisme yaitu hubungan kausal antara perilaku dan konsekuensinya atau Karma.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Pak Cu Teng	<p>Kalau untuk yang terakhir ini yah risiko pandemi begini berkurang jauh untuk pendapatannya <i>yah</i>, lalu kalau yang dulu mungkin di awalnya saja <i>yah</i> karena saya ini harus berjuang dari bawah, pelan-pelan, pernah dirampok juga. Kalau saingan dagang tetap ada ya, karena dagang jaman dulu dengan sekarang jelas sudah berbeda. Risiko dalam usaha <i>yah</i> wajar saja karena saya percaya dengan karma, apa yang kita tabur akan kita tuai juga nantinya. Saya berupaya sering berdana juga <i>yah</i>. Kalau sering berdana, biar bagaimanapun karma kita akan tetap baik ke kita.</p>	<p>Risiko usaha dilandasi oleh pandangan nilai agama Buddha yaitu Karma dan penerapan salah satu Dasa Paramanita yaitu berdana dalam upaya meminimalisir risiko.</p>
Bapak Ferry	<p>Risiko pasti ada, setiap orang dagang pasti ada risiko. Pernah juga saya ditipu orang, banyaklah. Kalau sampai kita ditipu orang, ya sudahlah bukan rejeki kita namanya.</p> <p>Saya penghindar risiko buat apa saya ambil risiko ? Kalau ambil risiko sekarang untuk usaha, saya tidak berani, tapi beda cerita kalau misalkan ada investasi tanah 100 meter atau 200 meter mau dijual, saya berani spekulasi. Saya kalau lihat tanah itu dari hati saja, kalau hati saya <i>sreg</i> enak saya ambil. Bagi saya, untuk usaha jangan ambisi, jangan nafsu, bertahan saja. Cukup begini saja, tidak usah muluk- muluk. Yah kalau ada bersyukur, tidak ada jangan dicari secara gila-gilaan sesuai nilai Buddhis yang tidak berlebih-lebihan.</p>	<p>Pemilihan risiko usaha yang rendah dan fokus pengembangan usaha pada investasi dengan risiko yang rendah. Karakteristik perspektif ekonomi Buddhis yaitu Mattanutta melandasi pengambilan risiko usaha.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
<p>Bapak Didi</p>	<p>Risiko usaha saya seperti <i>expired</i> di beberapa barang, lalu kalau cat sih tidak ada <i>expired nya yah</i>, barang lain yang dari besi risikonya karatan, sedangkan kalau yang dari plastik biasanya termakan usia jadi pecah. Saya harus mampu melihat nilai usaha sendiri yah, ketika usaha saya masih bagus ya bolehlah saya stok agak banyak sehingga saya pun mendapatkan harga bagus dari distributornya. Sedangkan kalau usaha lagi jelek, jangan ambil stok kebanyakan cukup barang habis saya pesan, begitu saja jadi lebih aman. Risiko itu tidak bisa dipisahkan dari keuntungan, semakin keuntungan besar maka semakin besar pula risiko nya, apapun jenis usahanya.</p> <p>Kalau mau berusaha, jangan mikirin risiko nya terus, nanti bisa tidak semangat ke depannya. Agama Buddha mengajarkan hidup apa adanya, hindari risiko, sebab akibat. Siapa berbuat jahat ya tanggung akibatnya, berbuat baik pun tanggung akibatnya. Bagi saya risiko yah dijalani saya karena usaha ini kan turun-menurun, saya jalankan kewajiban saya agar usaha dan tempat ini tetap berlangsung</p>	<p>Risiko merupakan kewajaran dalam usaha dengan upaya meminimalisir melalui pengaturan persediaan.</p> <p>Pandangan akan risiko juga dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Karma dan <i>Utthanasampada</i> yaitu rajin dan bersemangat dalam bekerja untuk mendapatkan penghidupan yang baik serta <i>Arakkhasampada</i>: menjaga dengan hati-hati kekayaan atau usaha yang telah ada yang diperoleh secara benar</p>

d. Agresivitas Kompetitif

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	<p>Kalau kompetisi bagi saya bagus, karena kalau tidak ada kompetisi jatuhnya saya berleha-leha. Dengan adanya kompetisi akan membuat saya lebih semangat lagi. Kalau tanpa kompetisi saya <i>ngak</i> akan dapatkan skala perbandingan.</p> <p>Pakem saya dalam menghadapi kompetisi adalah pakem akan Jalan Utama Berunsur Delapan.</p>	<p>Kompetisi memberikan kesiapan untuk unggul dalam menghadapi pesaing dengan dilandasi nilai agama Buddha yaitu Jalan Utama Berunsur Delapan.</p>
Ibu Padma	<p>Kalau kompetisi ada sih ya tapi mereka <i>ngak</i> lengkap nomor, kalau seragam <i>gini</i> kan harus lengkap nomornya dari kecil sampai besar.</p> <p>Bagi saya, kompetisi merupakan hal yang biasa saja <i>yah</i>, yang penting pelayanan harus ramah, serta barangnya harus lengkap. Dalam menghadapi kompetisi harus berani, tapi saya atur juga, kalau nomor besar <i>kan</i> jarang yang beli jadi saya sedikit saja stoknya. Begitu saja <i>ngaturnya</i>. Karena nomor besar <i>kan</i> harganya lebih mahal, jadi saya <i>stok</i> banyak di nomor kecil saja dan pasti dicari orang, jadi lebih cepat <i>muternya</i>. Tapi tetap nomor besar saya sediakan, agar suatu saat nanti kalau ada yang <i>nyari</i> nomor besar saya bisa sediakan, hitung-hitung promosi mulut ke mulut <i>kan</i>.</p>	<p>Kompetisi dihadapi dengan memberikan pelayanan, variasi barang yang unggul serta keberanian dalam mengungguli pesaing.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Joni	<p>Kompetisi pasti ada, hidup ini penuh perubahan <i>kan</i>. Awalnya dia ambil sama saya terus lalu <i>ngak</i> ambil ke saya lagi <i>yah</i> jangan bersedih. Karena di agama Buddha juga diajarkan mengenai penderitaan, hidup adalah penderitaan <i>kan</i>. Salah satunya mungkin seperti itu, namun jangan bersedih karena pasti ada jalan keluarnya. Sesuai dengan Anicca, pasti ada perubahan. Jadi ketika ada perubahan itu saya <i>ngak</i> boleh terlalu sedih <i>lah</i>, saya harus bangkit dan berpikir positif. Jangan melekat pada itu, walaupun tiap hari saya layani, saya <i>ngak</i> boleh melekat.</p> <p>Hal tersebut tidak gampang. saya belajar dari agama, jangan sampai <i>down</i> gara-gara ini. Kalau saya melayani dengan baik, otomatis nanti akan terjadi promosi dari mulut ke mulut. Hal itu harus ditanamkan di dalam pikiran. Tidak ada <i>customer</i> yang abadi. Hidup adalah perubahan, <i>ngak</i> bisa permanen. Apalagi materi, rumah, barang berharga, jabatan, itu sebagai pelengkap kehidupan saja.</p>	<p>Keunggulan kompetisi dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Kompetisi diyakini sebagai sesuatu yang wajar yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>Sabba Sankhara Anicca</i> (ketidakekalan atau perubahan), <i>Sabbe Sankhara Dukkha</i> (tidak memuaskan atau penderitaan) dan Dasa Paramita yaitu <i>Upekkha</i> yaitu keseimbangan batin, tidak terlena dalam kesenangan dan tidak putus asa ketika menderita</p>
Ibu Ango	<p>Kompetisi itu perlu untuk memajukan usaha. Kalau dagang makanan saya harus jaga kebersihan, pelayanan. Saya juga harus pintar membaca kemauan konsumen. Misalkan ada pembeli pempek saya yang <i>ngak</i> suka pedas, maka saya <i>ngak</i> akan kocok cukanya sehingga yang dia ambil hanya yang dipermukaan saja. Hal itu kan membuat konsumen senang merasa diperhatikan. Jangan dianggap enteng permasalahan kecil begitu, karena nanti dia akan jadi langganan kita. Walau dia</p>	<p>Kompetisi diperlukan untuk mengungguli pesaing dengan mencermati keinginan konsumen dan memberikan pelayanan yang maksimal. Kompetisi disikapi sebagai suatu kewajaran dengan tindakan yang tidak berlebihan sesuai dengan</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>cuma beli satu atau dua buah, <i>ngak</i> masalah akan saya layani dengan senang hati. Namun, kompetisi yah sewajarnya saja. Jangan terlalu berambisi.seperti nilai dalam Buddhisme</p>	<p>perspektif ekonomi Buddhis (Ekonomi Jalan Tengah)</p>
Ibu Mei Hwa	<p>Memang banyak ruko atau kios yang lebih bagus dari punya saya, dua lantai, lebih baru bangunannya, tetapi saya juga punya siasat sendiri dalam memberikan harga sewa. Saya cari info dulu berapa harga sewa ruko disekitar sini, lalu saya ambil rata-rata harga sewanya dan itulah yang saya jadikan patokan. Saya juga selektif dalam menerima calon penyewa, <i>ngak</i> mau asal terima saja. Selain itu juga saya memberikan informasi dulu dimuka setahun sebelumnya apabila nanti ada kenaikan biaya sewa, jadi mereka <i>ngak</i> kaget.</p> <p><i>Omitohud</i> penyewa kios saya baik-baik, kalau ada kendala atau apapun masih bisa saya atasi. Yang penting mengalah sedikit <i>ngak</i> apa, namanya cari uang. Kadang juga saya menemui saja beberapa kejadian diluar nalar saya, namun saya bisa mendapatkan penyelesaian. Itu karma baik saya kadang, walau kadang orang lain <i>ngak</i> mengetahui detail semua perjuangan saya ketika membangun kios ini.</p>	<p>Kompetisi diatasi dengan memetakan kondisi pasar dan memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam hal keputusan usaha. Kompetisi dilandasi oleh kepercayaan akan adanya karma.</p>
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	<p>Bagi kami kompetisi sih biasa saja, <i>ngak</i> pengaruh. Optimis saja kalau dagang ini <i>sih</i>. Bahkan ada yang membuat cabang soto Anda yang palsu di Harapan Indah, tapi disana <i>ngak</i> ada khasnya kita yaitu bawang acar ini.</p>	<p>Keunggulan bersaing ditentukan oleh ciri khas atau keunikan yang dimiliki dalam usaha. Kompetisi dihadapi oleh keyakinan akan adanya karma.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Kami tahu ada cabang palsu Ketika ada yang lapor kesini. Saya biarkan saja, rejeki <i>sih</i> masing-masing <i>yah</i>, biarin saja. Kalau kita <i>ngak</i> lapang dada, nanti kepikiran dan jadi penyakit. Nanti juga kalau pelanggan <i>sih</i> kesini lagi. Ada yang sudah 5-10 tahun makan disini. Namanya langganan pasti datang lagi. Soto kami kan rasanya kan beda. Ciri khasnya juga beda. Bawang acar di sini <i>kan</i> beda.</p> <p>Karma <i>kan</i> berjalan, biarkan saja. Kalau ada persaingan dari soto baru kan artinya karma buruk kita berbuah. Pokoknya saya berusaha <i>positif thinking</i>, <i>ngak</i> usah jahat dan kesal sama orang lain. Kita juga kan sering mendengarkan ceramah <i>Bhante</i>, jadi kita bisa legowo juga.</p>	
<p>Bapak Untung</p>	<p>Kompetisi saya pikir tidak terlalu pengaruh, di sekitar sini juga ada apotek yang agak besar juga. Tidak terlalu menjadi beban pikiran, jalan masing masing saja. <i>Malahan</i>, kadang kalau di apotek saya tidak ada barangnya, saya sering sarankan coba ke apotek lain yang terdekat. Kondisinya <i>kan</i> memang di apotek kita tidak ada, lalu ada orang yang butuh obat, apa salahnya kalau saya informasikan siapa tahu di apotek sana ada.</p> <p>Kalau dalam agama Buddha <i>kan</i> tergantung karmanya masing-masing <i>yah</i>, jalan sendiri sendiri saja. Kalau memang kompetisi itu terjadi, saya perbaiki diri saya sendiri saja supaya kita tidak kalah. Pertama misalnya dalam segi kelengkapan barang, kedua segi pelayanan, lalu hal yang ketiga</p>	<p>Kompetisi dihadapi dengan peningkatan kapasitas internal dan pelayanan yang baik. Pandangan dan sikap dalam menghadapi kompetisi dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Karma dan Samajvikata dengan hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>misalnya dalam kemampuan diri. Kalau <i>pas</i> ada saya di apotek <i>kan</i> orang bisa juga sekalian nanya ke saya konsultasi tanpa bayar. Itu salah satu kelebihan saya <i>yah</i>, dan selama ini dalam memberikan obat, saya tepat terus <i>lah</i> dalam artian orang akan balik lagi. Jadi selain kemampuan menjual, saya juga harus melayani pembeli dengan baik.</p>	
<p>Bapak Susisno</p>	<p>Dalam menghadapi kompetisi, yang pertama, barang harus lengkap. Pelayanan juga diutamakan, jangan berorientasi ke <i>profit</i> terus dan berpikir bahwa dengan adanya usaha ini mereka bisa terbantu, begitu. Kalau saya hanya berpatokan ke <i>profit</i> terus, saya bisa stress dalam bisnis ini, namun berpikir pula bahwa dengan adanya usaha saya maka bisa menyelesaikan permasalahan di truk mereka, Saya bisa legowo walau pada akhirnya keuntungan kita kok tidak besar <i>yah</i>.</p>	<p>Keunggulan dalam menghadapi kompetisi melalui penyediaan kelengkapan barang usaha. Pandangan akan kompetisi usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu kebijaksanaan dan pencapaian kesejahteraan.</p>
<p>Ibu Ernawati</p>	<p>Kalau dalam menghadapi kompetisi, saya jualan dengan jujur, karena baju begini juga ada <i>grade</i> kualitasnya. Kalau memang kualitasnya bagus, saya akan bilang bagus. Kalau kualitasnya biasa saja, saya akan bilang biasa. Saya selalu jahit dengan bahan yang sama karena saya yakin kualitasnya, walau harganya naik daripada saya ganti pakai bahan yang murahan tapi kualitasnya meragukan. Saya selalu menjaga kualitas dan saya jujur dalam berjualan. Saya akan sampaikan misalkan memang ada baju yang murah, akan saya sampaikan murah namun kualitasnya tidak dijamin <i>yah</i>. Kalau ada barang bagus namun harganya agak tinggi <i>yah</i> pasti akan</p>	<p>Keunggulan dalam kompetisi melalui barang dagangan yang berkualitas. Pandangan dan sikap dalam menghadapi kompetisi usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha Sila Ucapan Benar dan Mata Pencapaian Benar serta Dasa Paramatya Sacca.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	saya sampaikan, ini memang tinggi harganya tapi kualitasnya saya jamin.	
Bapak Salim	<p>Dalam berdagang, saya berprinsip tidak mau mengambil kesempatan dari pelanggan dengan mengambil keuntungan yang tidak wajar, saya juga tidak mau memberikan barang jelek ke pelanggan. Saya tidak ingin pelanggan saya menderita atau kecewa setelah berbelanja di tempat saya. Prinsip saya juga, kalau ada pelanggan saya beralih ke toko lain artinya saya harus introspeksi diri, apa yang salah dalam diri atau toko saya ini, apakah barang kita jelek, atau barang kita mahal.</p> <p>Saya juga harus lihat situasi dan kondisi ketika berjualan, kalau barang dagangan sama, keuntungan yang kita ambil juga wajar. Selama pesaing ini tidak agresif dalam arti banting harga, merusak pasar, ya saya anggap saling melengkapi saja. Kadang kalau pelanggan saya mau beli barang tapi saya habis stoknya, sering <i>kok</i> saya infokan toko pesaing saya siapa tahu disana ada stoknya, daripada kasihan tidak mendapatkan barang.</p>	<p>Prinsip kewajaran dalam usaha menjadi prinsip dalam menghadapi kompetisi.</p> <p>Pandangan nilai agama Buddha akan pengendalian keinginan dan keinginan untuk mengurangi penderitaan menjadi landasan dalam pandangan dan sikap akan kompetisi.</p>
Ibu Florensia	<p>Kompetisi balik lagi masing-masing ada <i>plus-minusnya</i>. Ada yang mereka tidak punya, tapi saya punya, kami menyikapinya sewajarnya saja. Kalau dilihat dari sisi positifnya, sebenarnya ada timbal baliknya juga <i>yah</i>. Dengan adanya kompetitor membuat saya jadi berpikir, mencari inovasi untuk bertahan. Pertama misalkan dari segi harga, bisa saja <i>lho</i> terjadi saling serang harga dan banting harga. Salah satu caranya <i>ya</i> dengan terus berinovasi, bagaimana penyesuaian</p>	<p>Kompetisi disikapi dengan sewajarnya dan dalam sikap yang tidak berlebihan. Aktivitas ekonomi diarahkan pada pencapaian kesejahteraan dan keseimbangan.</p> <p>Keunggulan bersaing dibangun dengan inovasi yang</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>harga, saya tambahkan pelayanan ke konsumen yang belum tentu konsumen dapatkan dari tempat lain.</p> <p>Contohnya, saat ini penjualan furniture ada pemain <i>online</i>, dimana harga <i>online</i> ini biasanya jauh lebih murah. Tapi bagaimana caranya agar konsumen tetap memilih membeli di <i>took</i>. . Garansi barang juga, kalau ada barang yang sudah dipakai empat sampai dengan lima tahun, tapi kalau barangnya masih garansi, kami bisa bantu proses klaim perbaikan atau pengantiannya, bisa tukar baru atau paling tidak tukar tambah. Itu juga salah satu sebabnya kami bisa bertahan, hubungan ke pelanggan itu tidak jual putus.</p>	<p>berkelanjutan, memberikan pelayanan yang maksimal maupun menjaga hubungan baik dengan pelanggan.</p>
<p>Bapak Cu Teng</p>	<p>Bagi saya, kompetisi itu sama-sama saja, selama saya tidak iri dan bisa membumi, ya sudahlah. Yang terpenting saya bisa menyesuaikan diri, jangan iri hati, hidup sederhana saja dan kebutuhan harian.</p> <p>Saya menghadapi kompetisi dengan inovasi yang dilakukan <i>yah</i>, walau perlu waktu juga dalam pelaksanaannya. Tidak merugikan orang lain dan baik juga terhadap orang lain. Kalau keluarga saya <i>tuh</i> tidak <i>ngoyo</i> sekali kok, kalau memang karma tidak akan kemana. Dalam Buddhisme juga ada pandangan akan hidup sederhana, tidak berlebihan, kehidupan benar dan karena kita percaya dengan karma, apa yang kita tabur akan kita tuai juga nantinya.</p>	<p>Pandangan akan kompetisi dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan.</p> <p>Pandangan nilai agama Buddha yaitu karma bahwa segala sesuatu tidak lebih dari sekedar hubungan (<i>relation</i>).</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Ferry	<p>Kalau bagi saya, kompetisi ibarat hujan saja, semakin banyak hujan semakin banyak yang tumbuh. <i>Baguslah</i>, tambah banyak. Saya berprinsip, kalau rejeki kita akan kembali pasti datang ke kita, kalau belum rejeki kita pasti belum datang ke kita. Itu saja.</p> <p>Kalau mengatasi kompetisi, saya berusaha kalau pelanggan datang, saya layani sebaik mungkin saja, saya rangkul. Saya dagang ini tidak bernafsu sekali, biasa-biasa saja. Tidak ambisi berlebihan seperti kesederhanaan dalam Buddhisme.</p>	<p>Pandangan akan kompetisi dilandasi oleh model Buddhisme yaitu kesederhanaan dan tujuan kesejahteraan.</p>
Bapak Didi	<p>Kompetisi itu mau tidak mau harus diikuti, biar bagaimanapun karena harus <i>mutar</i> uang walau keuntungan kecil yah. Saya punya prinsip kalau bisa saya bantu, pasti saya bantu, jadi saya tidak takut dengan kompetisi, hadapi saja. Dengan banyaknya toko bangunan di daerah Jatiasiah <i>justru</i> saya tidak melihatnya sebagai saingan dan membuat saya <i>down</i>. Beberapa kali pula saya memberikan informasi ke teman atau pelanggan saya misalkan untuk mencari barang yang diinginkan tersebut ke tempat lain. Konsumen itu banyak, pasti kebagian tenang saja.</p> <p>Namanya kita usaha, tergantung karma kita. Dalam agama Buddha, karma itu bisa berbuah cepat atau lambat, Ketika buka usaha material ini juga kan saya ada pengalaman dulu ya, bukan sembarangan memulai usaha tanpa pengalaman atau pengetahuan di situ. Kalau orang mencoba menjual produk baru, kayaknya jarang ya, pengalaman</p>	<p>Keunggulan kompetisi dihadapi dengan keyakinan dan maksimalisasi dalam pelayanan. Pandangan akan kompetisi dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Karma dan karakteristik ekonomi Buddhis yaitu Ekonomi Jalan Tengah dengan kesesuaian akan keseluruhan proses sebab akibat.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	juga tidak ada. Jadi karma itu ada hubungannya dengan orang tua kita, dengan usaha kita. Kita terlahir disini pun ada hubungannya dengan orang tua di kehidupan lampau. Agama Buddha itu cinta kasih, karma baik dan karma buruk, dan sebab akibat	

e. Proaktif

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	<p>Peluang usaha terbuka lebar bisa, salah satunya jadi dealer di salah satu provider tetapi saya <i>ngak</i> kuat karena harus deposit dalam jumlah besar, nanti kalau saya bernafsu ikut, kalau nanti ada apa-apa bagaimana? Bisa habis semua saya. Saya sewajarnya saja.</p> <p>Dulu saya tanya ke provider tersebut apakah ada keringanan untuk saya mengingat saya berkali kali dapat plakat dealer terbaik, piagam dealer terbaik, namun mereka bilang tidak ada. <i>Yah</i> sudah saya mundur, saya <i>ngak</i> mau memaksakan diri. Akhirnya saya jadi <i>Authorized Dealer</i> saja, tetap dapat jatah tapi sedikit.</p>	<p>Proaktif dalam pengembangan usaha mempertimbangkan kapasitas internal serta kesanggupan modal.</p> <p>Pandangan akan proaktif dalam usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu kesederhanaan dan perspektif ekonomi Buddhis akan keseimbangan.</p>
Ibu Padma	<p>Saya jadi lari ke <i>online</i>, jadi sekarang saya masukin ke shopee, dikit-dikit <i>lah</i>. Kalau di shopee yang beli memang dari jauh <i>yah</i>, dari Kalimantan, Surabaya, kalau <i>ngak</i> menyesuaikan nanti saya <i>kegiles</i> lagi.</p> <p>Nama toko <i>online</i> nya Lily Seragam, baru setahun ini <i>kok</i>. Karena saya jadi admin sendiri, jualan sendiri, makanya kalau toko lagi ramai kadang jualan</p>	<p>Upaya untuk mampu melihat ke depan dengan mengembangkan jasa layanan baru berupa pengembangan usaha <i>online</i>. Pandangan akan proaktif dalam usaha dilandasi oleh Dasa Paramita yaitu</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p><i>online</i> nya saya singkirkan dulu. Kalau di toko ini kan saya dibantu sama sepupu saya ini</p> <p>Bagi saya tetap ketenangan batin yang utama, Kenyamanan di hati, ketika <i>ngak</i> pusing memikirkan sesuatu yang belum diraih. Punya target boleh, tapi saya raihnya <i>step by step</i> saja.</p>	<p><i>Upekkha</i> (keseimbangan batin).</p>
Bapak Joni	<p><i>Yah</i> ke depannya saya arahnya ke pabrik-pabrik sekitar sini. Contohnya nanti saya mau jualan masker <i>lah</i> atau sarung tangan, yang ada hubungannya dengan teknikal atau <i>laboratory</i></p> <p>Saya sudah mulai <i>seh</i>, walau orderannya belum banyak. Itu juga awalnya dari minuman juga, <i>kan</i> saya jual minuman kemasan, mie instant <i>yah</i> awalnya dari situ. Awalnya saya tawarin dari situ dan mereka mau. Dalam Buddhisme juga, harus bersemangat dan harus dimanfaatkan bila ada peluang usaha.</p>	<p>Proaktif dalam mengambil peluang pengembangan usaha yang dilandasi oleh nilai Buddhisme yaitu <i>Viriya</i> (tekun, bersemangat dan ulet).</p>
Ibu Ango	<p>Saat ini penjualan saya sudah menggunakan <i>online</i> melalui Go Jek dan Grab apalagi pada saat pandemi sekarang, penjualan mayoritas banyak menggunakan <i>online</i>.</p> <p>Saya apa adanya saja dan itu ada di diri kita sendiri, apa adanya. Makanya saya jualan pempek paling <i>ngak</i> pusing deh.</p>	<p>Proaktif dalam usaha dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi dalam penjualan. Perspektif kesederhanaan dalam Buddhisme menjadi landasan dalam sikap dan pandangan dalam proaktif di usaha.</p>
Ibu Mei Hwa	<p>Selama berwirausaha, saya pernah coba beragam peluang usaha mulai dari sembako, fotokopi, perabotan dapur dan yang terakhir ini pakan</p>	<p>Proaktif dalam usaha dengan mengejar peluang pengembangan pada</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>ternak dan pupuk. Tapi kadang saya merasa kebanyakan sehingga <i>ngak</i> fokus. Yang terakhir ini saya bisnis pakan ternak, saya di <i>drop</i> barang dari kenalan saya, jual pakan burung, pakan ikan, pakan ayam.</p> <p>Kalau usaha fotokopi dulu biayanya tinggi <i>ngak</i> sebanding dengan pemasukan. Kalau bisnis pakan ternak ini kendalanya berkutu, makanan ternak gini kan kutuan bu kalau lama <i>ngak</i> laku.</p> <p>Selain itu, usia saya bertambah tua, sehingga saya harus memilih item usaha apa yang akan saya fokuskan untuk masa tua saya. Niat saya, saya bisa berwirausaha namun sembari beribadah, bisa tiap hari kebaktian di vihara. Saya sehari bisa dua kali puja bakti <i>Iho</i>, pagi di Vihara Kusalacitta dan sorenya di Vihara Komsen, belakang Kaspea Bangunan. Kalau saya turutin <i>nyari</i> uang kan <i>ngak</i> adaukupnya. Saya hanya ingat pesan papa saya saja, kalau hidup harus berbuat baik, jangan menipu orang lain, kalau ada hutang harus dilunasi, jangan melarikan diri dari hutang, dan jangan tidak menghargai alam seperti dalam nilai-nilai Buddhis.</p>	<p>ragam jenis usaha. Keseimbangan batin dan perspektif prinsip ekonomi dalam agama Buddha yang berhubungan dengan tiga aspek kehidupan menjadi landasan dalam pandangan dan sikap proaktif di usaha.</p>
<p>Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata</p>	<p>Dulu kami punya pengalaman buka cabang, sebelum tahun 2002 namun ada permasalahan dengan karyawan sehingga rugi jadi sekarang kami tidak mau lagi buka cabang, kecuali kalau anak sendiri yang mau buka, <i>bolehlah</i>.</p>	<p>Proaktif dalam usaha mempertimbangkan kecenderungan pada risiko usaha yang rendah dan pengembangan peluang usaha</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Dulu juga <i>kan</i> tata letak warung ini melingkar, jadi orang yang bisa makan sedikit hanya 20 orang. Kalau sekarang <i>kan</i> bisa muat 60 orang. Kalau dulu <i>kan</i> orang makan banyak yang nunggu bergantian, kalau sekarang <i>kan</i> <i>ngak</i>. Melihat peluang usaha penting tapi juga harus tahu akan risiko <i>kan</i> kami ke depannya lebih berhati-hati lagi <i>yah</i>. Di dalam Buddhisme, juga penting untuk menghindari berpikiran negatif dalam mengembangkan usaha.</p>	<p>didasari oleh adanya modal kepercayaan.</p> <p>Pandangan dan sikap proaktif juga dilandasi oleh nilai agama Buddha dengan menghindari pengembangan usaha yang menyebabkan terjadinya pikiran yang tidak sesuai melalui penerapan Pikiran Benar.</p>
Bapak Untung	<p>Beberapa waktu lalu, pemerintah mempunyai wacana untuk praktek dokter pribadi bisa dikembangkan menjadi faskes tingkat pertama dan bekerjasama dengan BPJS. Saya sebenarnya sudah ada arah ke sana juga <i>yah</i> namun masih ada beberapa persyaratan tertentu seperti harus ada laboratorium sederhana, dan saya berpikirnya <i>begini</i> saya akan ikuti aturan artinya kalau BPJS ajak kerjasama <i>yah</i> saya akan ke situ juga arahnya nanti.</p> <p>Pertimbangan saya ketika melihat peluang usaha, pertama saya tidak melanggar aturan, kemudian sesuai sama hati nurani <i>lah</i>. Saya merasa nyaman <i>ngak</i> dengan keputusan yang akan kita ambil. Kalau di Buddha <i>kan</i> ada Delapan Jalan utama <i>yah</i> usaha benar, <i>yah</i> itu saja lah</p>	<p>Proaktif dalam usaha diwujudkan melalui usaha kolaborasi atau <i>partnership</i> dengan pertimbangan kesiapan kapasitas atau kemampuan internal. Pandangan dan sikap proaktif dalam berwirausaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Jalan Mulia Berunsur Delapan (Mata Pencaharian Benar).</p>
Bapak Susisno	<p>Saya sempat tertarik ke makanan. Kalau untuk <i>sparepart</i> sendiri saya <i>kan</i> dagang biasa, tradisional, paling <i>yah</i> produknya saja dilengkapi.</p>	<p>Adanya regenerasi dalam usaha menjadi pertimbangan dalam perwujudan proaktif di</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Saya maunya <i>simple</i> saja, tidak mau pusing karena <i>toh</i> belum tentu saya dagang <i>sparepart</i> begini lalu anak saya tertarik meneruskan. Bahkan ada juga <i>lho</i>, usaha <i>sparepart</i> begini yang akhirnya malah diserahkan ke anak buah untuk diteruskan karena anak kandungnya tidak ada yang mau dagang. Kalau di dunia <i>sparepart</i> hal itu bukan hal baru. Saya dagang biasa saja. Ada juga teman saya yang bisnis <i>sparepartnya</i> tidak mau diteruskan oleh anak-anaknya dan akhirnya <i>sparepart</i> di toko mereka dijual murah ke saya, namun terkadang tidak <i>update</i> yah model atau serinya. Dalam Buddhisme juga ada mengenai kesederhanaan dan tidak usah berlebih lebihan, secukupnya saja, itu yang saya pegang.</p>	<p>usaha. Pandangan nilai Buddhis yaitu kesederhanaan mendasari pandangan dan sikap proaktif usaha.</p>
Ibu Ernawati	<p>Awalnya toko saya ini <i>kan</i> hanya separuh saja, karena toko sebelah ini punya adik ipar saya. Lama kelamaan bisa dipakai dan jualan disini. Tapi <i>ya</i> saya jalani saja, ini juga baru selesai renovasi semua di Februari 2020 lalu, dan tiba-tiba Maret 2020 nya sudah <i>covid</i>. Saya seperti menanam tapi belum panen <i>nih</i>.</p> <p>Mungkin, kalau memang cara berdagang lama atau konvensional sudah tidak bisa lagi, <i>ya</i> mau tidak mau saya harus terjun juga ke <i>online</i>. Kalau anak-anak saya semua sekarang menganjurkan untuk coba berbisnis melalui <i>online</i> juga karena sekarang <i>kan</i> sepi <i>yah</i>, tapi saya sendiri yang belum mau. Ini karena semata-mata saya belum paham sekali dengan</p>	<p>Proaktif dalam usaha mempertimbangkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha. Arah pengembangan usaha diarahkan kepada pengembangan investasi dengan risiko yang terukur.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	untuk urusan teknologi, belum terjun serius ke situ..	
Bapak Salim	<p>Awalnya seperti yang saya sampaikan, saya <i>inginnya</i> buka bengkel motor namun karena ketika itu saingan sudah banyak makanya saya beralih ke material bangunan. Namun, ketika bermain material dulu, saya juga susah bersaing dengan mereka yang memiliki tempat usaha luas, modal besar karena ketika itu tempat saya hanya bekas kandang dan kecil sekali. Setelah sekian waktu berusaha, saya menemukan celahnya yaitu salah satu langganan saya spesialis furniture, jadilah saya bermain kaca.</p> <p>Dulu, saya fokus jualan kaca, spiritus dan silac. Namun seiring perkembangan jaman, spiritus dan silac makin tidak laku, tidak dicari orang. Yang laku berubah jadi melamic, lalu saya dan anak-anak sediakan juga melamic di toko. Lama kelamaan lagi, melamic surut peminatnya, beralih ke HPL. Pedagang tinggal lapis triplek yang ada, lem atau pantek dengan dengan HPL, jadilah bagus seperti kayu.</p> <p>Saya sampaikan kepada anak-anak saya bahwa kita harus ikuti perkembangan jaman, Prinsip saya, peluang usaha apapun apabila dikelola dengan baik dan benar tentu akan mendatangkan keuntungan, tapi kalau usaha yang seharusnya mendatangkan keuntungan tapi dikelola tidak benar bangkrut, bisa tidak laku. Saat ini, saya ingin menikmati masa tua ini dengan</p>	<p>Proaktif dalam pengembangan usaha dengan terus berinovasi mengikuti kebutuhan pasar dan memperhatikan kapasitas internal serta celah peluang usaha.</p> <p>Pandangan akan proaktif dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Mengembangkan Kebijakan (Pañña) dalam Pikiran Benar.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	kegiatan bermanfaat, karena nanti saya bisa cepat pikun. Fondasi agama perlu selama saya mengembangkan usaha karena agama itu membuat kita tidak terlalu serakah dalam hidup, kita juga tidak terlalu banyak mengeluh, lebih kuat, lebih tabah.	
Ibu Florensia	<p>Proaktif dalam usaha perlu, tapi balik lagi harus <i>cocok-cocokan</i> juga kalau usaha itu sama seperti pribadi masing-masing. Kalau hanya mengejar yang dilihat saja tapi tidak masuk ke diri sendiri yah susah tidak akan jalan juga. Dalam agama Buddha juga disampaikan untuk berusaha sesuai dengan kemampuan. Saya lihat teman yang buka bisnis tertentu, lalu saya mau meniru dan coba, belum tentu bisa jalan dan mengerti juga <i>kan yah</i>.</p> <p>Salah satu upaya kami untuk proaktif ya melalui <i>Online</i>, ini salah satu inovasi yang kami lakukan juga. Saat ini, kami menyediakan penjualan online tapi <i>servisnya</i> tidak bisa kita masukkan ke dalam paket penjualan <i>online</i> karena harga jual kami sudah murah disitu. Kalau <i>online</i>, kami tidak terlalu prioritas, bisa dikirim dua sampai tiga hari kemudian, berbeda dengan pembelian langsung ke toko yang kami antar langsung hari itu juga. Kalau bisa konsumen pulang dari toko ini, kami ikuti sekalian biar cepat selesai. Ini juga menjadi salah satu keunggulan toko kami ini dibandingkan toko lainnya. Terkadang, kalau toko furniture lainnya tidak seperti ini, karena kesibukan seperti ada barang tiba dari pabrik atau antar ke</p>	<p>Proaktif dalam pengejaran peluang usaha memperhatikan pengetahuan dan pengalaman dari wirausaha. Upaya proaktif dalam usaha dengan inovasi pada teknologi sistem penjualan maupun pelayanan kepada konsumen dengan memberikan keunikan pelayanan.</p> <p>Pandangan akan proaktif dalam usaha dilandasi oleh <i>Samajivikata</i>: hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>konsumen lain disitulah keunggulan kita juga.</p> <p>Untuk pengiriman baik <i>offline</i> maupun <i>online</i>, disini tidak ada biaya kirim ke konsumen, bebas ongkos kirim berapapun jarak KMnya dan bebas biaya pasang di rumah konsumen. Kalau dari toko sendiri, tidak ada biaya pemasangan dan biaya pengiriman.</p>	
Bapak Cu Teng	<p>Saya memanfaatkan peluang usaha dengan membuat ruko, pertama dulu bangun empat ruko di tahun 2003, lalu tahun 2014 baru bangun dua unit lagi, ada peluang bagus di ruko <i>yah</i> saya manfaatkan.</p> <p>Dulu 2 ruko terakhir ini ada yang sewa yaitu Bakso Balungan dan travel, tapi travel akhirnya tutup dan saya sendiri yang buka saat ini untuk kelontong dan sembako. Kenapa memilih sembako karena itu kan kebutuhan hidup sehari-hari <i>yah</i>. Namun, saya punya panduan dalam mencari peluang dan mengembangkan usaha bahwa selain peraturan pemerintah juga kan peraturan dalam agama yang saya anut <i>yah</i>, ketika saya berbuat sesuatu <i>yah</i> harus benar, mata pencaharian benar, sesuai dengan Dhamma, tidak melenceng, tidak menipu, tidak hasil mencuri, tidak korupsi. Saya membangun ruko ini dari hasil menabung sekian puluh tahun, artinya apa yang dicapai saat ini bukan dari hal yang aneh-aneh <i>lah</i>.</p>	<p>Proaktif dengan memanfaatkan peluang usaha dari adanya lokasi usaha yang strategis.</p> <p>Pandangan dan sikap proaktif dalam usaha dilandasi oleh Dhamma serta Sila yaitu Mata Pencaharian Benar.</p>
Bapak Ferry	<p>Kalau dalam pengembangan usaha atau peluang usaha, saya lebih memilih investasi di tanah. Kalau</p>	<p>Proaktif usaha dengan diversifikasi usaha pada investasi di jenis</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>misalkan ada tanah 100 meter atau 200 meter mau dijual, saya berani spekulasi. Saya kalau lihat tanah itu dari hati saja, kalau hati saya <i>sreg</i> saya ambil.</p> <p>Investasi tanah bagi saya investasi yang tidak salah, kalau beli tanah, jelas untungnya dan risikonya <i>kan</i> rendah.</p>	<p>usaha dengan risiko yang rendah.</p>
Bapak Didi	<p>Saya membuka usaha penitipan motor ini di samping usaha ini, awalnya dulu <i>kan</i> coba-coba, dicoba buka <i>eh</i> ada saja motor mobil yang masuk di titipkan, jadinya yah sudah lanjut saja, lumayan juga <i>kan</i>. Saya orangnya tidak bisa diam, jadi harus ada yang dikerjakan.</p> <p>Buka tiap hari jam 04.00 wib saya sudah buka, sampai habis kendaraan yang dititipkan. Kalau ambil, boleh kapan pun, tapi kalau masuk tidak saya terima 24 jam. Kadang ada juga yang mau pulang ke Jawa, kebetulan di depan itu <i>kan</i> ada <i>pool</i> bis <i>yah</i>, kadang mereka <i>nitip</i> ke saya bisa satu sampai dua minggu, lalu pulang ke sininya lagi bisa sampai 01.00 dini hari, tidak masalah tetap saya bukakan pintu untuk ambil. Pengembangan usaha tergantung karma juga, saya bisa duduk disini tergantung karma juga. Ini tempat penitipan motor dan mobil saya, pernah juga hanya satu sampai dua motor dan mobil yang titip, semua tergantung karma saya sendiri.</p>	<p>Proaktif dalam diversifikasi usaha dengan pemanfaatan keunggulan lokasi usaha.</p> <p>Pandangan akan sikap dan pandangan proaktif di usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Karma.</p>

4.5.1 Analisis Domain Orientasi Kewirausahaan

Analisis domain ini digunakan untuk melakukan penelaahan atas gambaran yang menyeluruh mengenai peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan. Tabel 4.3.1 menyajikan analisis domain dari penelusuran hubungan semantis dari peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan.

Tabel 4.3.1

Analisis Domain Orientasi Kewirausahaan

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Karma	Atribut atau karakteristik	Dalam membangun kepercayaan dan perkembangan usaha
Utthanasampada		
Ekonomi jalan tengah: realisasi kebahagiaan sejati (keseimbangan dan pelaksanaan hidup sewajarnya)		
Sikap mental agama buddha terhadap kekayaan		
Dhamma	Atribut atau karakteristik	Dalam mendasari pemilihan jenis usaha dalam wirausaha
Delapan jalan kebenaran (mata pencaharian benar)		
Pancasila buddhis		
Pelaksanaan arah timur hubungan orang tua dan anak dalam nilai agama buddha	Sebab atau alasan	Dalam mendasari motivasi untuk berwirausaha atau otonomi dalam orientasi kewirausahaan
Pattidana		
Kemandirian ekonomi		
Investasi		
Pelaksanaan dasa paramita (berdana)		
Usaha yang bermanfaat		

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Pengejaran peluang usaha		
Bakti kepada orang tua		
Adanya jaringan usaha berdasarkan kepercayaan. usaha	Digunakan untuk	Melakukan inovasi usaha
Tingkat kemampuan dan religiusitas karyawan		
Hukum sebab akibat atau karma		
Anicca atau ketidakkekalan	Attribut atau karakteristik	Dalam mendasari pelaksanaan inovasi usaha
Metta atau cinta kasih		
Keseimbangan batin		
Pengejaran peluang usaha		
<i>Update</i> tren pasar	Sebab atau alasan (Motivasi)	Melakukan inovasi usaha
Usaha yang bermanfaat sesuai nilai buddhis		
Sarana perbuatan kebajikan (penggunaan kekayaan menurut agama Buddha)		
Harmonisasi dengan nilai agama	Sebab atau alasan	Dalam menentukan bentuk atau jenis inovasi usaha
Pengetahuan, pengalaman maupun kemampuan wirausaha		
Risiko usaha yang rendah		
Samajivikata		
Karma		
Anicca		
Keselarasn dengan Mata pencaharian benar	Attribut atau karakteristik	Yang mendasari pandangan dan sikap dalam pengambilan risiko usaha
Pancasila Buddhis		
Utthanasampada		
Arakhasampada		
Risiko usaha yang rendah	Karakteristik	<i>Risk attitude</i> wirusaha

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Pengaturan persediaan dan pembelian	Digunakan untuk	Memitigasi atau meminimalisir risiko usaha
Penerapan kebajikan dengan berdana dan menanamkan karma baik		
Pemilihan jenis usaha dengan risiko yang rendah		
Peningkatan keahlian dalam bentuk peningkatan kapasitas internal, variasi barang maupun peningkatan kemampuan karyawan		
Kompetisi memberikan kesiapan untuk unggul dalam menghadapi pesaing	Bagian atau pandangan akan	Kompetisi usaha
Suatu kewajaran dengan tindakan yang tidak berlebihan sesuai dengan perspektif ekonomi Buddhis (Ekonomi Jalan Tengah)		
Pelayanan, variasi barang yang unggul serta keberanian dalam mengungguli pesaing	Merupakan cara atau upaya untuk	Unggul dan mengatasi kompetisi usaha
Pemetaan kondisi pasar dan memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam hal keputusan usaha		
keyakinan dan maksimalisasi dalam pelayanan		
Inovasi yang berkelanjutan, maupun menjaga hubungan baik dengan pelanggan.		

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Ciri khas atau keunikan yang dimiliki dalam usaha		
Sabba Sankhara Anicca (ketidakekalan atau perubahan)	Attribut nilai agama Buddha	Yang mendasari pandangan dan sikap wirausaha akan agresivitas kompetisi
Sabbe Sankhara Dukkha (tidak memuaskan atau penderitaan)		
Upekkha		
Karma		
Samajivikata		
Pencapaian kesejahteraan.		
Jalan utama berunsur delapan (Ucapan Benar)		
Jalan utama berunsur delapan (Mata Pencarian Benar)		
Dasa Paramatia Sacca.		
Pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan		
Kewajaran atau kepatutan		
Kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan.		
Kesanggupan modal	Syarat atau atribut	Sikap proaktif akan pengembangan usaha atau pemanfaatan peluang usaha
Modal kepercayaan.		
Kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha		
Regenerasi dalam usaha		
Pengalaman dari wirausaha		
Risiko usaha yang rendah		

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Pengembangan usaha pada ragam jenis usaha	Jenis dari	Bentuk dan sikap proaktif dalam praktik wirausaha
Pengembangan jasa layanan baru berupa pengembangan usaha <i>online</i> ataupun berbasis teknologi		
Inovasi mengikuti kebutuhan pasar serta celah peluang usaha		
Investasi dengan risiko yang terukur		
Pemanfaatan peluang usaha dari adanya lokasi usaha yang strategis		
Diversifikasi usaha		
Usaha kolaborasi atau partnership		
Keunikan pelayanan.		
Keseimbangan (<i>upekha</i>)	Attribut nilai agama Buddha	Yang mendasari pandangan dan sikap wirausaha akan proaktif dalam kewirausahaan
<i>Viriya</i> (tekun, bersemangat dan ulet).		
Harmonisasi hubungan dengan tiga aspek kehidupan		
Penerapan Pikiran Benar		
Mata Pencarian Benar		
Kebijaksanaan (<i>Pañña</i>) dalam Pikiran Benar		
Samajvikata		
Karma		
Kesederhanaan		

4.5.2 Analisis Taksonomi Orientasi Kewirausahaan

Analisis taksonomi ini dilakukan untuk melakukan penelusuran mendalam atas domain-domain yang telah tersusun berdasarkan domain-domain terpilih.

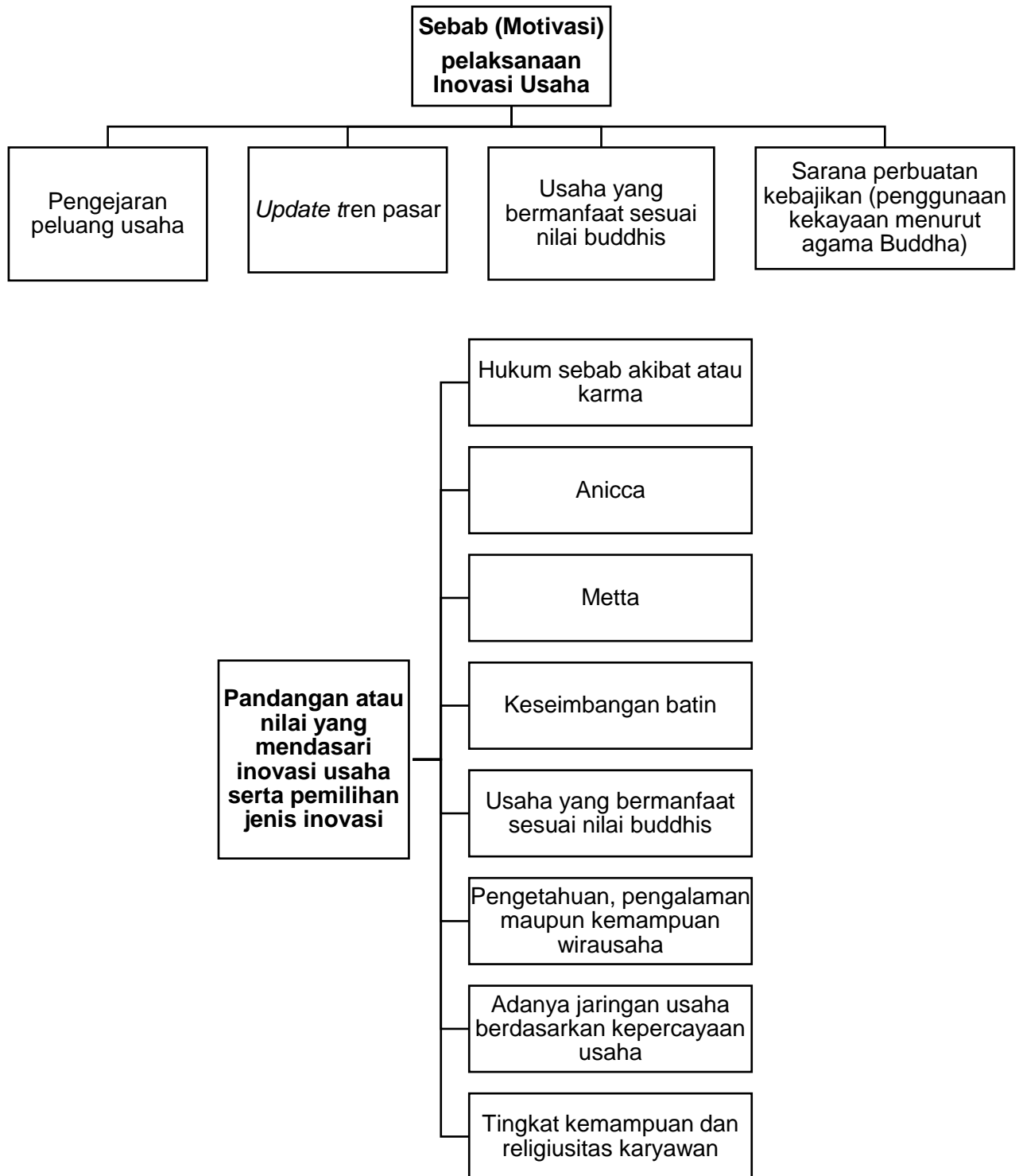
Pada domain-domain yang terpilih di paparkan secara jelas akan peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan pada UKW Buddhis. Gambar 4.22 menyajikan analisis taksonomi dari analisis keseluruhan dari domain akan peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan.

Gambar 4.22

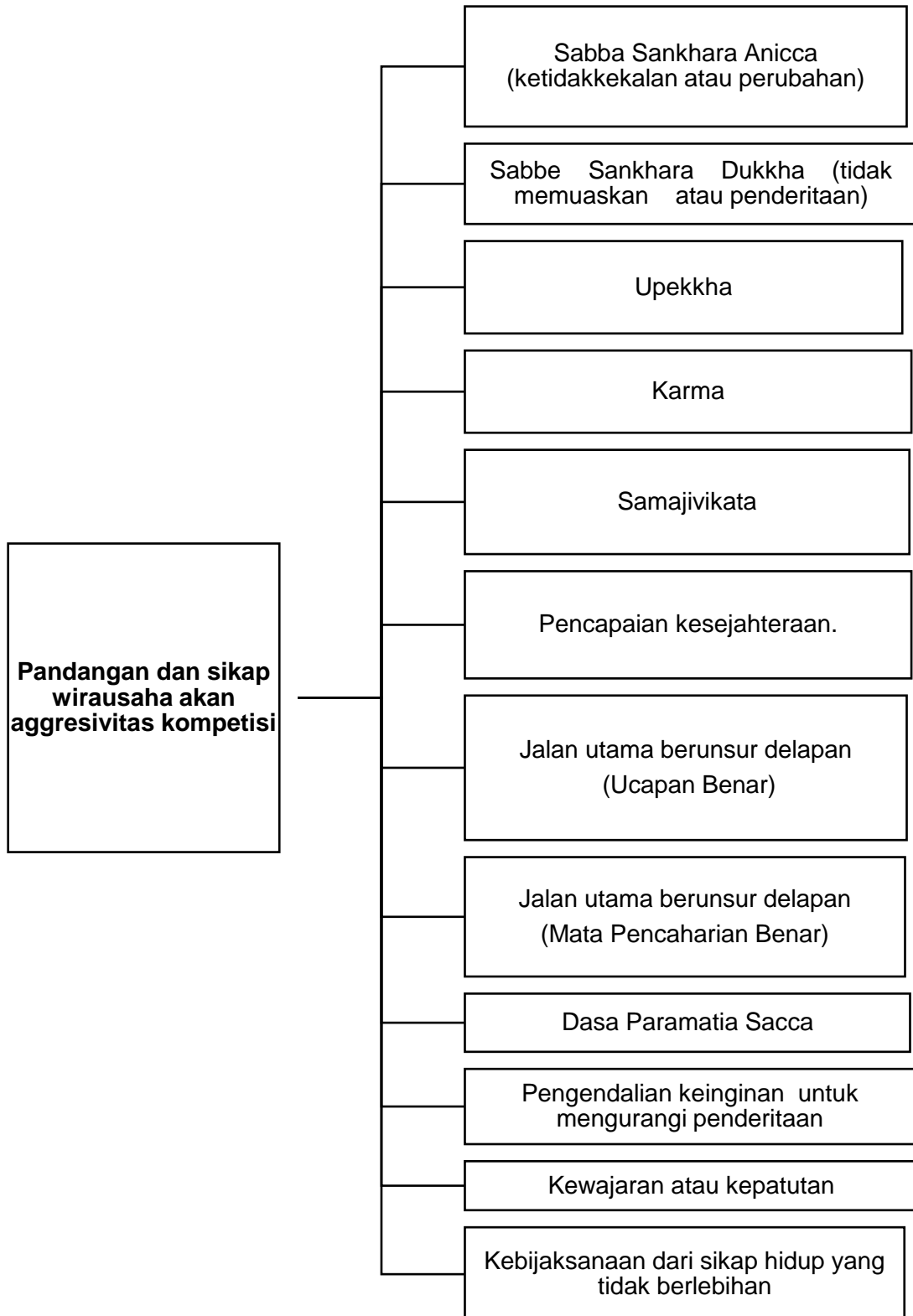
Analisis Taksonomi: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan



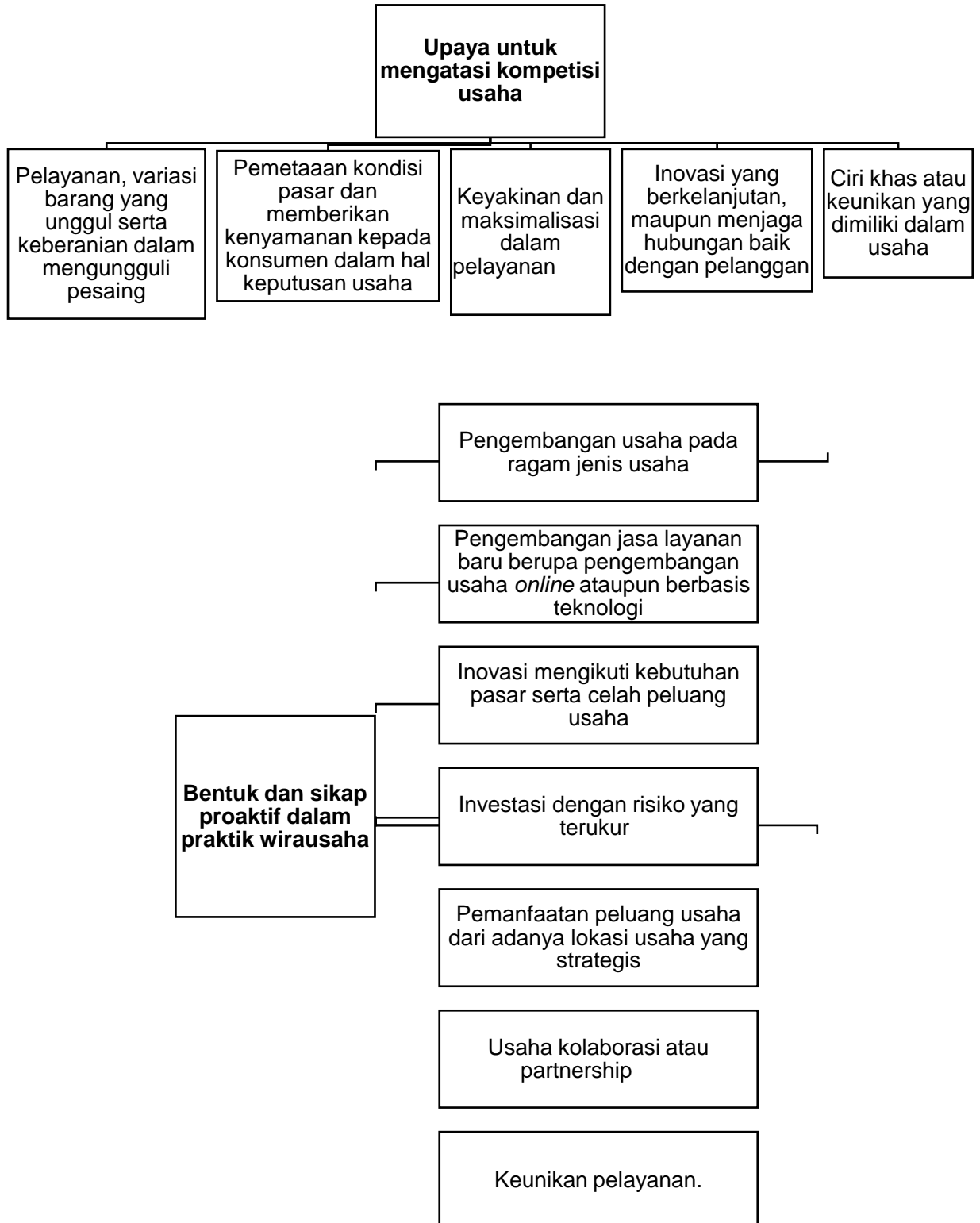
Lanjutan Gambar 4.22:



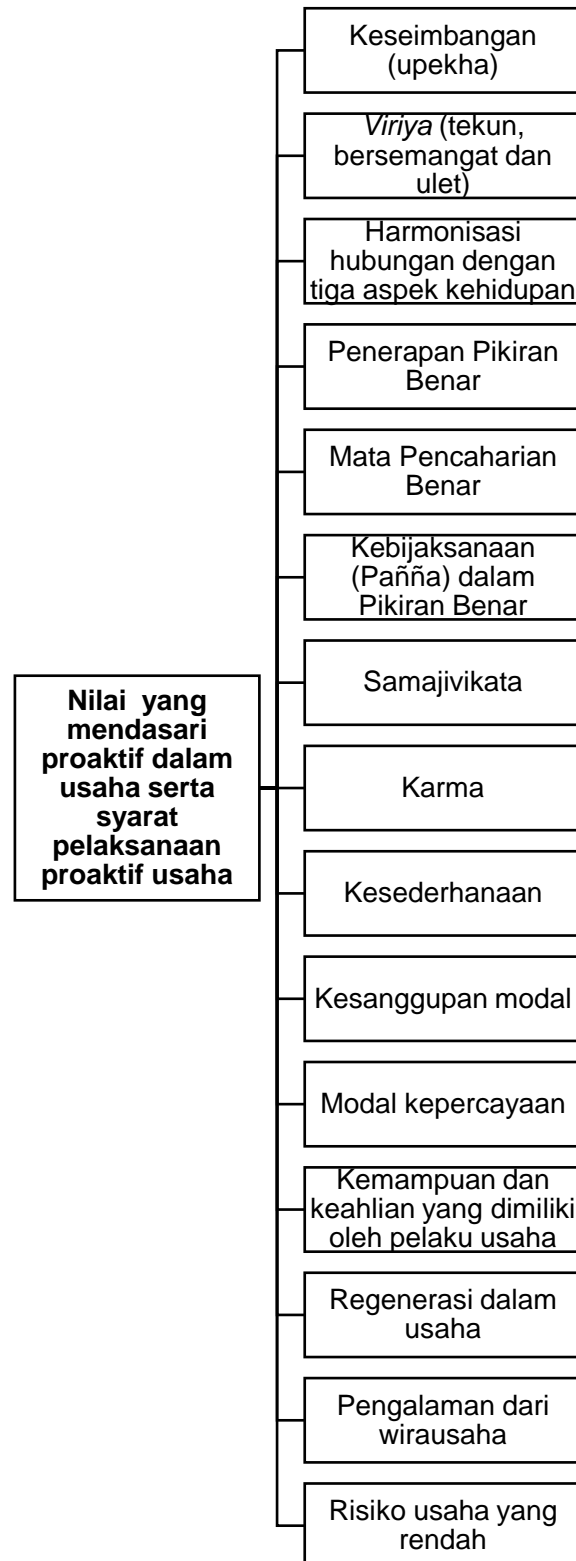
Lanjutan Gambar 4.22:

Lanjutan Gambar 4.22:

Lanjutan Gambar 4.22



Lanjutan Gambar 4.22



4.5.3 Analisis Komponensial Orientasi Kewirausahaan

Pada analisis komponensial ini dilakukan prosedur untuk mengkonstruksi kontras dalam domain yang diperoleh melalui data wawancara, observasi maupun dokumentasi lapangan. Tabel 4.3.2 menyajikan analisis komponensial dari peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan.

Tabel 4.3.2

Analisis Komponensial Orientasi Kewirausahaan

a.

Domain Motivasi untuk berwirausaha atau otonomi dalam orientasi kewirausahaan	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Pelaksanaan arah timur hubungan orang tua dan anak dalam nilai agama buddha serta bakti kepada orang tua	Dalam agama Buddha, salah satu bentuk penghormatan diwujudkan dalam bentuk arah. Salah satu nilai agama Buddha yang melandasi motivasi otonomi dalam kewirausahaan adalah arah timur hubungan orang tua dan anak yaitu menjaga harta warisan dari orang tua serta melakukan kewajiban sebagai anak yang berbakti . Bentuk perwujudan nilai tersebut dalam praktik kewirausahaan adalah motivasi pelaksanaan wirausaha dengan upaya untuk meneruskan usaha orang tua dengan menjaga aset orang tua,
Pattidana	Pattidana merupakan salah satu bentuk perwujudan dari penghormatan dalam arah timur hubungan orang tua dan anak yaitu mengurus persembahan kepada sanak keluarga yang telah meninggal. Perwujudan nilai tersebut mendasari motivasi untuk otonomi dalam bentuk praktik kewirausahaan dengan tujuan untuk mengingat jasa orang tua semasa hidup dengan meneruskan berwirausaha. Upaya perwujudan tersebut untuk mendoakan orang tua atau keluarga yang sudah meninggal agar mereka dapat terlahir di alam yang berbahagia dengan melakukan pelimpahan jasa atau <i>pattidana</i> dengan menjaga aset dan usahanya.

Domain Motivasi untuk berwirausaha atau otonomi dalam orientasi kewirausahaan	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Kemandirian ekonomi	Dalam agama Buddha terdapat ajaran untuk hidup atas dasar kemampuan diri sendiri yaitu Samajvikata (hidup sesuai batas kemampuan) dan berusaha mandiri. Nilai tersebut menjadi motivasi dari UKW Buddhis untuk membentuk usaha.
Investasi dan pengejaran peluang usaha	Motivasi berwirausaha diawali dengan tekad yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Utthanasampada dengan perwujudan perilaku rajin dan bersemangat dalam bekerja untuk mendapatkan penghidupan yang baik. Nilai tersebut diwujudkan berupa pemanfaatan peluang usaha dengan pilihan pembentukan usaha pada tingkat pemilihan risiko yang relatif rendah.
Pelaksanaan dasa paramita (berdana)	Dalam agama Buddha terdapat Dasa Paramita atau Sepuluh kesempurnaan dalam kebajikan dimana salah satunya adalah berdana. Landasan berwirausaha juga dimotivasi oleh keinginan berdana melalui usaha yang dibentuknya.
Usaha yang bermanfaat	Pandangan dalam agama Buddha yaitu aktivitas ekonomi diarahkan untuk mendukung kualitas kehidupan dan tidak menyakiti makhluk lain menjadi suatu motivasi dalam pembentukan usaha. Wirausaha dilaksanakan sebagai bentuk penerapan nilai-nilai agama Buddha melalui upaya membentuk usaha yang bermanfaat sesuai dengan perspektif ekonomi Buddhis.

b.

Domain Sebab (Motivasi) pelaksanaan Inovasi Usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Pengejaran peluang usaha dan <i>update</i> kepada tren pasar	Pelaksanaan inovasi didasarkan kepada pemanfaatan peluang usaha yang dilandasi oleh pengembangan cinta kasih berdasarkan nilai agama Buddha yaitu <i>metta</i> . Inovasi usaha sebagai upaya untuk mengembangkan ide atau solusi kreatif dalam menghadapi tantangan akan perubahan pasar yang muncul dalam area kewirausahaan.

Domain Sebab (Motivasi) pelaksanaan Inovasi Usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Usaha yang bermanfaat	Pandangan dalam agama Buddha yaitu aktivitas ekonomi diarahkan untuk mendukung kualitas kehidupan dan tidak menyakiti makhluk lain menjadi landasan dalam pelaksanaan inovasi. Inovasi usaha dilaksanakan dalam tujuan untuk mendukung proses pengembangan ide maupun cara kreatif dalam usaha dengan penekanan kepada tujuan pengembangan kualitas kehidupan sebagai usaha yang bermanfaat.
Sarana perbuatan kebajikan (penggunaan kekayaan menurut agama Buddha)	Tujuan pelaksanaan inovasi sebagai upaya untuk mengembangkan usaha melalui pengembangan ide atau solusi kreatif baru dimana hasil inovasi usaha ditujukan sebagai sarana untuk mendukung perbuatan baik.

c.

Domain Pandangan atau nilai yang mendasari inovasi usaha serta pemilihan jenis inovasi	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Hukum sebab akibat atau karma	Nilai agama Buddha yaitu karma melandasi kesuksesan pelaksanaan inovasi usaha. Inovasi usaha tidak terlepas dari karma yang dimiliki oleh wirausaha dimana perbuatan yang dilakukan baik atau buruk akan memberikan dampak kepada wirausaha yang dijalani.
Anicca	Inovasi dalam wirausaha merupakan sesuatu yang harus terus dikembangkan. Pandangan akan <i>Sabba Sankhara Anicca</i> (ketidakekalan atau perubahan) menjadi dasar pentingnya inovasi dalam berwirausaha. Usaha diyakini sebagai suatu proses yang mengalami perubahan dan evolusi.
Metta	Inovasi usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>metta</i> sebagai salah satu dari empat sifat <i>Brahmavihara</i> untuk mendapatkan kedamaian sejati. Inovasi usaha dilandasi oleh pengembangan solusi kreatif dalam usaha dalam memberikan pelayanan dan manfaat yang maksimal kepada pelanggan.

<p style="text-align: center;">Domain</p> <p style="text-align: center;">Pandangan atau nilai yang mendasari inovasi usaha serta pemilihan jenis inovasi</p>	<p style="text-align: center;">Analisis Komponensial</p> <p style="text-align: center;">Esensi Kepada Kewirausahaan</p>
Keseimbangan batin	<p>Inovasi usaha diarahkan kepada pengembangan usaha namun tetap memperhatikan keselarasan akan konsep keseimbangan. Inovasi dilakukan dengan sewajarnya dan tidak berlebih-lebihan dengan mengetahui titik keseimbangan pada kualitas kehidupan. Dalam nilai agama Buddha dikenal dengan <i>Mattāññutā</i>.</p>
Usaha yang bermanfaat sesuai nilai buddhis	<p>Setiap pengembangan dalam inovasi usaha memperhatikan pertimbangan akan makna kebermanfaatannya dari inovasi tersebut. Selain juga, pertimbangan bahwa inovasi dalam usaha tidak merugikan atau menyakiti makhluk lain</p>
Adanya jaringan usaha berdasarkan kepercayaan usaha	<p>Faktor kepercayaan berupa jaringan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan seperti pemasok maupun rekanan usaha menjadi hal yang esensial. Informasi maupun modal dalam melaksanakan inovasi usaha diperoleh dari jaringan usaha yang berdasarkan kepercayaan usaha. Kerjasama usaha dalam inovasi usaha berlandaskan adanya kepercayaan antar wirausaha.</p>
Tingkat kemampuan dan religiusitas karyawan	<p>Keputusan pelaksanaan inovasi usaha didasari oleh pertimbangan akan tingkat kemampuan karyawan. Karyawan dianggap sebagai aset penting dalam wirausaha. Hal ini menjadikan makna pentingnya karyawan sebagai mitra dalam pengembangan usaha. Pemilihan karyawan tidak hanya memperhatikan kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh karyawan, namun juga faktor religiusitas karyawan. Dengan memiliki karyawan yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi maka diharapkan inovasi usaha dapat terlaksana sesuai dengan tujuan wirausaha yang menitikberatkan pada harmonisasi dengan nilai agama.</p>

d.

<p style="text-align: center;">Domain</p> <p style="text-align: center;">Pandangan dan sikap dalam pengambilan risiko usaha</p>	<p style="text-align: center;">Analisis Komponensial</p> <p style="text-align: center;">Esensi Kepada Kewirausahaan</p>
Samajivikata	<p>Nilai agama Buddha yaitu Samajivikata (hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan) berperan dalam mendasari pengambilan risiko. Risiko usaha didasari oleh pertimbangan akan kemampuan dari pelaku usaha dalam memitigasi risiko yang muncul.</p>
Hukum sebab akibat atau karma	<p>Nilai agama Buddha yaitu karma melandasi pengambilan risiko usaha. Karma mendasari praktik kewirausahaan bahwa setiap kejadian dalam berwirausaha diwarnai oleh perbuatan yang dibentuk dari masa lalu dan masa sekarang dimana perbuatan masa sekarang akan membentuk masa kini dan masa depan. Pandangan akan karma tersebut menjadikan upaya untuk menanamkan karma baik sebagai upaya dalam memitigasi risiko.</p>
Anicca	<p>Nilai agama Buddha yaitu Anicca atau ketidakkekalan memberikan pandangan bagi UKW Buddhis dalam menyikapi risiko. Risiko usaha dipandang sebagai bentuk ketidakkekalan dalam usaha dimana usaha kerap kali mengalami perubahan. ketidakkekalan merupakan suatu penderitaan yang terwujud dalam risiko usaha. UKW Buddhis menyikapi risiko usaha sebagai suatu corak dalam kehidupan berwirausaha dan sebagai upaya mengurangi adanya kemelekatan dalam usaha.</p>
Keselarasan dengan Mata pencaharian benar	<p>Pengambilan risiko dalam mengembangkan usaha didasari oleh keselarasan akan nilai agama Buddha yaitu Sila mata pencaharian benar dengan menghindari jenis usaha atau pengembangan ide usaha yang memiliki keterkaitan maupun timbulnya risiko usaha yang bertentangan dengan mata pencaharian benar dalam Buddhis.</p>
Pancasila Buddhis	<p>Pengambilan risiko dalam wirausaha mempertimbangkan kesesuaian dengan nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis dengan menghindari menyakiti makhluk hidup, pengambilan barang yang tidak diberikan, perbuatan asusila, ucapan yang tidak benar serta makanan atau minuman yang dapat menyebabkan lemahnya kesadaran dan menimbulkan ketagihan.</p>

Domain Pandangan dan sikap dalam pengambilan risiko usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Utthanasampada	Risiko dalam usaha disikapi melalui perwujudan penerapan nilai agama Buddha yaitu Utthanasampada (rajin dan bersemangat dalam bekerja untuk mendapatkan penghidupan yang baik).
Arakkhasampada	Risiko usaha merupakan konsekuensi dari bentuk kewajiban sebagai wirausaha dalam menjaga usaha yang telah dibangun. Pandangan tersebut merupakan implementasi perwujudan dari penerapan nilai agama Buddha yaitu Arakkhasampada (menjaga dengan hati-hati kekayaan yang diperoleh secara benar)

e.

Domain Risiko Usaha Yang Rendah	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Penentuan bentuk atau jenis inovasi usaha, pandangan dan sikap dalam pengambilan risiko usaha, Sikap proaktif akan pengembangan usaha atau pemanfaatan peluang usaha	Dalam menentukan bentuk inovasi usaha maupun sikap proaktif dalam mengantisipasi dan merespon kebutuhan masa depan pasar didasari pertimbangan pada jenis risiko usaha yang rendah. Dasar pertimbangan tersebut mengacu kepada ajaran agama Buddha akan jalan tengah, kesederhanaan, tidak berlebihan serta keselarasan akan keseimbangan.
<i>Risk Attitude</i> Wirausaha	Berlandaskan akan pemahaman dan pelaksanaan hidup yang sewajarnya maka <i>risk attitude</i> UKW Buddhis pada penghindaran risiko (<i>risk aversion</i>) dengan selera risiko yang rendah.

f.

Domain Mitigasi risiko usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Pengaturan persediaan dan pembelian	Risiko merupakan kewajaran dalam usaha dengan upaya meminimalisir melalui pengaturan dan pembelian persediaan.
Penerapan kebajikan dengan berdana dan menanamkan karma baik	Nilai agama Buddha yaitu hukum sebab akibat dan konsekuensi dari perbuatan memberikan sikap dalam memitigasi risiko dalam berwirausaha. Upaya menanamkan karma baik melalui perbuatan kebajikan yaitu salah satunya dengan berdana merupakan upaya pelaku usaha untuk mengurangi risiko dalam wirausaha.
Pemilihan jenis usaha dengan risiko yang rendah	Jenis usaha dengan risiko yang rendah merupakan upaya untuk memitigasi risiko dengan pemilihan jenis usaha melalui pertimbangan akan kapasitas wirausaha dan penerapan nilai agama Buddha akan keseimbangan dan pencapaian kesejahteraan.
Peningkatan keahlian dalam bentuk peningkatan kapasitas internal, variasi barang maupun peningkatan kemampuan karyawan	Upaya mitigasi risiko dilakukan dengan peningkatan kapasitas internal, menyediakan variasi pilihan maupun peningkatan kapasitas kemampuan karyawan. Wirausaha memperlakukan karyawan selayaknya kolega dalam usaha dengan memberikan tanggung jawab dan pelatihan untuk peningkatan keterampilan guna menghindari terjadinya risiko dalam usaha.

g.

Domain Pandangan dan sikap wirausaha akan agresivitas kompetisi	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Sabba Sankhara Anicca (ketidakekalan atau perubahan)	Kompetisi diyakini sebagai sesuatu yang wajar dalam berwirausaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>Sabba Sankhara Anicca</i> (ketidakekalan atau perubahan). UKW Buddhis memandang kompetisi sebagai sesuatu yang berkondisi, berevolusi mengalami perubahan dan tidak kekal. Kompetisi disikapi dengan berupaya dengan tidak melekat sehingga mampu melepaskan diri dari penderitaan yang muncul dari adanya kompetisi.

Domain Pandangan dan sikap wirausaha akan aggresivitas kompetisi	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Sabbe Sankhara Dukkha (tidak memuaskan atau penderitaan) dan Pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan	Pandangan UKW Buddhis akan kompetisi dan hubungan dengan pesaing dilandasi oleh nilai agama Buddha untuk tidak melekat kepada kompetisi serta untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan. Pemahaman Buddhisme digunakan untuk mengurangi kompetisi yang berlebihan untuk meminimalkan terjadinya penderitaan.
Upekkha, Pencapaian kesejahteraan, Kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan	Kompetisi disikapi dengan makna akan kebahagiaan sejati berdasarkan Buddhisme bahwa upaya untuk mengungguli pesaing selaras akan konsep keseimbangan dengan tujuan pencapaian kesejahteraan bukan untuk pemenuhan keinginan.
Karma	Kompetisi usaha dilandasi oleh pandangan akan karma dimana konsekuensi dari persaingan usaha merupakan perwujudan buah karma perbuatan yang dilakukan oleh wirausaha.
Jalan utama berunsur delapan (Ucapan Benar), Dasa Paramatia Sacca	Upaya untuk mengungguli pesaing berlandaskan penerapan sila Jalan mulia berunsur delapan yaitu ucapan benar dengan perilaku usaha yang jujur kepada pelanggan dan memberikan kebermanfaatn dari usaha baik dalam kualitas maupun pelayanan sesuai dengan kenyataan. Penerapan nilai agama Buddha yaitu Dasa Paramita Sacca yaitu kejujuran dan komitmen kepada pelanggan dan rekanan usaha menjadi salah satu kunci keberhasilan untuk unggul di kompetisi
Kewajaran atau kepatutan	Konsep keseimbangan dan budaya Tionghoa yaitu Cengli yang berarti kepatutan atau keadilan dan kebajikan dalam menyikapi kompetisi. Perlakuan yang adil kepada pelanggan maupun rekan usaha merupakan sikap yang ditunjukkan wirausaha dalam menghadapi persaingan.

h.

Domain Upaya untuk mengatasi kompetisi usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Pelayanan, variasi barang yang unggul serta keberanian dalam mengungguli pesaing;	Kompetisi dihadapi dengan tekad dan upaya untuk mengungguli pesaing dengan menanggapi permintaan pasar melalui pelayanan yang maksimal, variasi barang

Domain Upaya untuk mengatasi kompetisi usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Keyakinan dan maksimalisasi dalam pelayanan	yang unggul serta keberanian dalam mengungguli pesaing.
Pemetaan kondisi pasar dan memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam hal keputusan usaha	Pemetaan pasar dilakukan untuk merespon permintaan pasar dengan cepat. Upaya untuk mengungguli pesaing dengan memberikan pelayanan serta kenyamanan kepada konsumen dalam hal kelonggaran pembayaran maupun kerjasama usaha.
Inovasi yang berkelanjutan, maupun menjaga hubungan baik dengan pelanggan	Inovasi secara berkelanjutan dilaksanakan sebagai upaya untuk mengungguli pesaing
Ciri khas atau keunikan yang dimiliki dalam usaha	Adanya ciri khas atau keunikan dalam usaha yang dijalani memberikan salah satu keunggulan dalam menghadapi kompetisi usaha.

i.

Domain Bentuk dan sikap proaktif dalam praktik wirausaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Pengembangan usaha pada ragam jenis usaha; Pengembangan jasa layanan baru berupa pengembangan usaha <i>online</i> ataupun berbasis teknologi; pemanfaatan peluang usaha dari adanya lokasi usaha yang strategis; Inovasi mengikuti kebutuhan pasar serta celah peluang usaha; usaha kolaborasi atau <i>partnership</i> ; dan keunikan pelayanan	Sikap proaktif ditunjukkan dengan kemampuan wirausaha untuk melihat ke masa depan pasar melalui implikasi pada pengembangan usaha dengan ragam jenis usaha yang baru, pengembangan jasa layanan baru berupa pengembangan usaha <i>online</i> ataupun berbasis teknologi, pemanfaatan peluang usaha baru dari adanya lokasi usaha yang strategis serta inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar. Usaha kolaborasi dan memberikan keunikan yang baru dari sisi pelayanan merupakan bentuk dari sikap proaktif dalam kewirausahaan.
Investasi dengan risiko yang terukur	Sikap proaktif dalam usaha diwujudkan melalui upaya untuk berinvestasi pada jenis atau pengembangan usaha baru sesuai dengan kebutuhan pasar dengan memperhatikan faktor risiko khususnya pada selera dan toleransi risiko wirausaha.

j.

Domain Nilai yang mendasari proaktif dalam usaha serta syarat pelaksanaan proaktif usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Keseimbangan (upekha); harmonisasi hubungan dengan tiga aspek kehidupan; dan kesederhanaan	Proaktif dalam kewirausahaan dalam bentuk pengembangan usaha dilakukan dengan didasari oleh ajaran agama Buddha yang mengacu keseimbangan. Proaktif dalam usaha dilakukan dengan sikap yang tidak berlebihan dan kebijaksanaan yang penekanannya pada kesejahteraan.
Viriya (tekun, bersemangat dan ulet)	Pelaksanaan sikap proaktif usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Viriya (tekun, bersemangat dan ulet)
Penerapan Pikiran Benar; Kebijakan (Pañña) dalam Pikiran Benar	Proaktif dalam kewirausahaan dilandasi oleh pengembangan kebijakan dalam bentuk pikiran yang terbebas dari adanya keserakahan maupun kebencian sehingga proaktif dalam pengembangan usaha diwujudkan sewajarnya dengan fokus pada keseimbangan.
Samajvikata; Kesanggupan modal; Kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha; Pengalaman dari wirausaha	Nilai agama Buddha yaitu Samajvikata (hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan) memberikan dasar pelaksanaan proaktif dalam kewirausahaan. Batas kemampuan tersebut memperhatikan kemampuan dan keahlian serta pengalaman dari wirausaha dalam menemukan dan mengeksploitasi produk baru maupun peluang pasar.
Karma	Hasil yang dicapai dari pelaksanaan proaktif dalam usaha dilandasi oleh adanya pemikiran akan karma.
Mata Pencaharian Benar	Jenis pemanfaatan peluang usaha akan produk ataupun jasa baru dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu sila (mata pencaharian benar) bahwa jenis peluang usaha harus sesuai dengan kaidah dalam mata pencaharian benar.
Modal kepercayaan	Adanya kepercayaan baik dalam jaringan kerjasama baik dengan rekanan usaha seperti pemasok, agen penjualan maupun rekan usaha merupakan hal esensial dalam menentukan pelaksanaan pengembangan usaha dan pemanfaatan peluang.
Adanya regenerasi dalam usaha	Adanya regenerasi usaha merupakan faktor penting dalam pemanfaatan peluang pasar. Keberlanjutan usaha merupakan landasan penting dalam mengeksploitasi peluang pasar maupun pengembangan produk dan jasa baru. Regenerasi dalam usaha juga merupakan perwujudan dari bentuk penghormatan nilai

Domain Nilai yang mendasari proaktif dalam usaha serta syarat pelaksanaan proaktif usaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
	agama Buddha yaitu pelaksanaan arah timur hubungan orang tua dan anak yang merupakan cara orang tua menunjukkan kecintaan kepada anaknya melalui penyerahan warisan kepada anaknya pada waktunya.
Risiko usaha yang rendah	Pemilihan jenis pengembangan usaha maupun pemanfaatan peluang usaha didasari oleh pandangan UKW Buddhis dengan kecenderungan pemilihan risiko usaha yang rendah.

4.6 Data lapangan: Peranan nilai agama Buddha dalam keputusan keuangan

Tabel 4.4 menyajikan data lapangan berupa pernyataan informan mengenai peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari keputusan keuangan pada dimensi kognitif budaya yaitu nilai-nilai agama dalam mendasari cara berperilaku seorang individu salah satunya pada keputusan keuangan.

Tabel 4.4

Pernyataan Penting dan Rumusan Tabel Makna : Keputusan Keuangan

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	Awalnya modal saya itu hanya modal dengkul dan berawal dari kepercayaan, tapi lama-lama berkembang, <i>ngak</i> menyangka. Saya sudah beberapa kali mendapatkan piagam penghargaan the best dealer dari beberapa provider. Sejak tahun 2005, ditetapkan bahwa kalau mau jadi dealer harus masukan sejumlah deposit dalam jumlah yang cukup besar, kalau tidak ada cash maka boleh saja pakai surat tanah, sertifikat, agunan. <i>Nah</i> , di situ saya mulai <i>nyerah</i> karena <i>ngak</i> sanggup.	Pemilihan penggunaan sumber dana internal dibandingkan dengan menggunakan sumber dana eksternal berupa modal internal yang bersumber dari hasil usaha maupun sumber pendanaan yang berasal dari

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Saya hanya diberikan kepercayaan saja ketika memulai bisnis dulu dan hanya memegang komitmen janji saja. Saya juga tidak pernah menyalah-nyalahkan kesempatan yang datang kepada saya.</p>	<p>hubungan kepercayaan bisnis dalam pelaksanaan usahanya.</p>
<p>Ibu Padma</p>	<p>Mama saya ketika berwirausaha selalu menggunakan modal sendiri. Dalam Buddhis juga perlu adanya perasaan aman, jadi tidak berfikir negatif, lebih ke arah ketenangan batin kalau berhutang <i>kan</i> bisa menambah beban pikiran.</p> <p>Kalau saya porsinya menggunakan pembiayaan dari modal internal usaha namun <i>yah</i> saya juga menggunakan kalau memang dibutuhkan hanya sekitar 25% pembiayaan dari Bank, itu pun untuk stok kalau diperlukan saat musim kenaikan kelas. Tetapi, saya lebih fokus memilih pendanaan dengan menggunakan modal usaha internal <i>yah</i> itu tadi supaya <i>gak</i> pusing, <i>ngak</i> mikirin. Ada atau <i>ngak</i> ada <i>yah</i> segini saja. Dalam Buddhis juga ada Sila kedua yaitu tidak boleh ingkar janji jadi berhutang juga harus dilunasi.</p>	<p>Wirausaha menggunakan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan.</p> <p>Nilai agama Buddha yaitu kesederhanaan dan konsep keseimbangan serta Pancasila Buddhis menjadi landasan dari keputusan keuangan</p>
<p>Bapak Joni</p>	<p>Bagi saya, hemat itu perlu, sederhana itu perlu, dari saya kecil sudah saya terapkan itu. Dari saya kecil sampai saya dewasa begini, saya tetap terapkan hidup hemat, sederhana, Saya tidak mau berhutang. Karena kalau prinsip saya, berhutang itu sama saja dengan menggunakan hak orang lain dan saya belum memaksimalkan usaha saya dulu. Sebenarnya saya mempunyai modal, namun kalau orang berhutang <i>kan</i> dia tidak memaksimalkan diri sendiri. Akhirnya kadang salah jalan, difoya-foayakan dan cepat habis. Banyak kok pengusaha besar yang memulainya dari nol.</p>	<p>Karakteristik Ekonomi Buddhis yaitu Ekonomi Jalan Tengah, kesederhanaan dan tidak berlebihan serta konsep keseimbangan menjadi landasan dalam pemilihan struktur modal usaha.</p> <p>Pilihan penggunaan sumber modal internal dilandasi oleh nilai Buddhisme yaitu Anana Sukha</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Dalam agama Buddha ada salah satunya yaitu kebahagiaan terbebas dari hutang. Walaupun kecil, usahakan jangan berhutang. Kalau belum mampu, mendingan jangan beli dulu, <i>kumpulin</i> dulu uangnya baru beli. Jadi di Buddha juga kan mengajarkan kesederhanaan, hiduplah dengan sederhana. Dalam Panca Dhamma Buddha hidup harus sederhana. Definisi puas kan diri kita sendiri yang menentukan, mau penghasilan seberapa besar pun kalau dalam diri kita tidak merasa puas <i>yah</i> tidak akan cukup.</p>	<p>(kebahagiaan karena tidak memiliki hutang), serta Panca Dhamma yaitu Santuṭṭhi (merasa puas dengan apa yang dimiliki). Nilai agama Buddha akan kesederhanaan dan tidak berlebihan terwujud dalam karakteristik wirausaha yaitu sikap hemat dalam berwirausaha yang mendasari keputusan keuangan.</p>
<p>Ibu Ango</p>	<p>Kalau untuk sumber dana ketika masih berwirausaha di alumunium, saya menggunakan modal sendiri sampai jual rumah untuk beli ruko. Semua dari internal sendiri. Semenjak <i>jualan</i> pempek, modal <i>ngak</i> terlalu banyak sehingga <i>muter muter</i> disini saja. Bagi saya, Saya juga harus ukur kemampuan saya sendiri kan.</p> <p>Agama Buddha <i>kan</i> tidak melarang adanya pembiayaan eksternal tapi yang dilarang kalau semacam rentenir. Tetapi saya lebih memilih modal sendiri <i>yah</i> jangan punya modal utama dari bank, berat, susah nanti. Kalau nilainya kecil sih bisa <i>cash and carry</i>, tapi kalau yang besar <i>kan</i> saya harus <i>ngutangin</i> ke mereka. Makanya kalau punya modal sendiri lebih enak sebenarnya, jangan pernah 100% dari bank, terlalu berat.</p>	<p>Pemilihan akan keputusan keuangan di dasari oleh nilai agama Buddha akan Samajvikata: hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan.</p> <p>Pilihan akan keputusan keuangan dengan menggunakan pendanaan internal dilandasi oleh nilai agama Buddha sebagai legitimasi kognitif dalam pemilihan keputusan keuangan dengan risiko rendah.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Ibu Mei Hwa	Dari awal <i>kan</i> , saya membangun pelan-pelan, skala kecil saja seadanya dari dana pribadi. Belum ada kepikiran untuk berhutang saat ini. Dari dahulu juga, saya <i>ngak</i> berani karena selain saya takut cicilannya, saya juga menghadapi kondisi dimana mama saya sakit. Kalau dahulu saya ambil pinjaman bank, nanti uangnya malah habis untuk ke rumah sakit, bukan untuk bangun kios.	Keputusan keuangan didasari oleh pemilihan pendanaan dengan tingkat risiko yang rendah.
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	Kami tidak terpikir mencari pendanaan dari luar <i>kan</i> bunganya besar. Kalau kami ambil hutang, nanti kepikiran. Pikiran jadi banyak, jadi penyakit. Jadi kami ingin seadanya saja karena setiap hari belanja juga <i>ngak</i> banyak untuk makanan. Diputerin saja, karena hasilnya untuk karyawan juga, jadi bagi-bagi dengan karyawan. Makanya setiap hari disisihkan hasil usaha buat karyawan dan anak sekolah. Kalau sekarang sudah kuliah semua, sudah tenang <i>deh</i> saya. Dalam Buddhisme juga ada agar hidup sewajarnya jadi kami seadanya saja dan hidup jangan dibawa sulit.	Pemilihan keputusan keuangan didasari oleh pandangan nilai agama Buddha akan kebijaksanaan dari sikap hidup yang sewajarnya serta penghargaan terhadap kesederhanaan dan tujuan kesejahteraan. Nilai agama Buddha tersebut mendasari keputusan wirausaha untuk memilih penggunaan sumber dana internal.
Bapak Untung	Saya <i>kan</i> sedikit-sedikit pernah bertanya juga bagaimana kalau pinjam uang dari bank, menurut saya berat <i>yah</i> . Kalau saya masih ada <i>cash</i> , saya lebih cenderung membeli barang secara <i>cash</i> saja. Begitu pun untuk permodalan, selama ini saya <i>kan</i> dari perputaran uang saja. Pertimbangannya saya berusaha tidak punya utang, lalu yang kedua saya jujur saja sebenarnya bukan orang yang berani spekulasi. Kalau dari segi bisnis sebenarnya kurang bagus kali <i>yah</i> , tapi <i>yah</i> itulah saya. Saya lebih cari aman dan sesuai kemampuan sendiri saja, tidak berlebihan, bersyukur dengan apa	Pemilihan keputusan keuangan menggunakan sumber pendanaan internal didasari oleh manifestasi nilai agama Buddha melalui aspek kognitif akan pandangan aktivitas wirausaha sebagai pencapaian kesejahteraan.

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>yang ada.. Saya jalankan bisnis dengan modal yang ada. Selama ini saya <i>omitohud lah</i> dengan apa yang kita inginkan dan keinginan saya pun tidak terlalu besar. Sebenarnya ada juga di Buddhis bahwa 50% untuk pengembangan usaha, 25% untuk dipakai hidup, dan 25% nya untuk ditabung dan itu yang saya lakukan.</p>	<p>Pengaturan kekayaan menurut agama Buddha bahwa kekayaan terbagi menjadi empat bagian (<i>bhogavibhaga</i>) mendasari pemilihan keputusan keuangan.</p>
Bapak Susisno	<p>Saya hanya menggunakan modal internal saja Saya tidak mau pusing. Sebenarnya dalam dunia usaha itu salah, saya membatasi kemampuan saya sendiri. Kemampuan saya segini maka porsi belanja saya segini, jadi mengikuti kemampuan saya sendiri.</p> <p>Pertimbangan risiko hutang yang membuat saya kepikiran dan stress atau sakit. Saya tidak mau itu. Hutang kan dibawa mati <i>yah</i>, kalau secara Buddhis mengenai hutang adalah kesepakatan berdua, dan kembali ke karma masing-masing. Siapa menanam A, berbuahnya pasti A. Kalau kita tidak mau dicubit <i>yah</i> jangan sampai kita mencubit, oleh karenanya jangan sampai saya tidak membayar hutang walaupun saat itu <i>customer</i> saya juga belum bayar ke saya.</p>	<p>Pendanaan usaha menggunakan modal internal dengan pertimbangan kemampuan internal dan risiko yang rendah. Keputusan keuangan didasari oleh pertimbangan nilai agama Buddha yaitu <i>Samajivikata</i> (hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan).</p> <p>Pandangan nilai agama Buddha yaitu Karma mendasari sikap dan pandangan wirausaha akan hutang khususnya adalah komitmen pembayaran hutang oleh wirausaha.</p>
Ibu Ernawati	<p>Untuk usaha, saya menggunakan modal internal. Ini juga <i>kan</i> ada modal kepercayaan orang sama saya sehingga pelan-pelan bisa berkembang lagi. Ada <i>sales</i> yang bisa bayar atau memberi tempo satu bulan, ada yang bisa dua bulan bahkan ada yang bisa tiga bulan tempo.</p>	<p>Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal maupun sumber pendanaan yang berasal dari rekanan terdekat dalam pelaksanaan usahanya.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Kalau modal sendiri saja sebenarnya dalam usaha itu berat untuk maju, memang butuh bantuan modal hutang. <i>Nah</i>, bentuk hutangnya apa, kalau bentuk uang pinjaman dari bank saya tidak berani, karena bunganya berat apalagi situasi pandemi saat ini. Lebih baik seperti saat ini saja, saya dapat hutang barang dan bisa bayar dua sampai tiga bulan kemudian, jauh lebih aman. Pikiran saya tidak mau terbebani <i>lah</i> dalam hal hutang ke eksternal <i>begitu</i>.</p> <p>Selama kita bisa membayar hutangnya, sebenarnya tidak masalah kalau mau berhutang <i>yah</i> dalam agama Buddha. Tapi <i>kan</i> jangan sampai berbohong ke orang lain sesuai dengan Pancasila Buddhis, hutang itu biar bagaimana pun harus dibayar. Hal itu juga yang menjadi pertimbangan saya tidak ingin berhutang dan menggunakan modal sendiri.</p>	<p>Keputusan keuangan didasari oleh nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis dan <i>Upekkha</i> (keseimbangan batin).</p>
Bapak Salim	<p>Awalnya dulu jualan HPL ini juga saya kesulitan, <i>kembang kempis lah</i> istilahnya karena HPL mahal dan pilihan warnanya pun ada ratusan warna. Ketika itu modal kami sekeluarga juga sudah tipis sekali dan tidak sanggup menyediakan banyak pilihan warna karena harga perlembar HPL nya saja sudah mahal. Namun, hoki menghampiri keluarga saya, tiba-tiba ada yang beli tambak saya 17 hektar. Uang hasil penjualan inilah yang saya bagi-bagi ke anak dan akhirnya dari situ ada modal untuk wirausaha.</p> <p>Saya pada dasarnya tidak suka berhutang, lagipula bunganya besar sekali. Dalam Buddhis, <i>yah</i> kalau berhutang boleh-boleh saja tapi tetap harus selesai semua hutangnya. Sebenarnya dalam wirausaha saat ini hutang-piutang merupakan hal yang</p>	<p>Pendanaan usaha cenderung menggunakan dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha.</p> <p>Pilihan tersebut dilandasi oleh kecenderungan akan pemilihan risiko usaha yang rendah dan nilai agama Buddha yaitu karma</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>paling lumrah <i>yah</i>. Saya juga masih sering ambil barang ke <i>supplier</i> dan bayarnya nanti bulan depan. Modal untuk bisnis HPL itu besar sekali Seringkali dari <i>supplier</i> itu ada tawaran diskon tambahan apabila kita ambil sekaligus sekian lembar HPL, dan Kalau itu yang diambil, untuk awalnya, pasti kami jual dengan untung seditikit, atau jual modal saja supaya bisa masuk target dari <i>supplier</i> tadi.</p>	<p>akan konsekuensi perbuatan dan pemenuhan akan Pancasila Buddhis.</p>
<p>Ibu Florensia</p>	<p>Kami menggunakan modal sendiri karena ribet dan risiko tinggi <i>yah</i> kalau bisnis tidak jalan, nanti hutang dimana-mana. Apa adanya saja, kalau <i>mampunya segini yah</i> sudah <i>segini</i> saja. Risiko tinggi itulah yang saya hindari sekali.</p> <p>Kami juga terbantu dari pemasok yang bisa memberikan tempo bayar, karena kalau semuanya harus bayar <i>cash</i> berat juga. Kami sangat terbantu sekali dengan bantuan <i>supplier</i> yang bisa bayar tempo sehingga uang bisa mutar dulu.</p>	<p>Pendanaan usaha menggunakan sumber dana internal maupun rekan-rekan usaha dalam pelaksanaan usaha. Pertimbangan faktor risiko dan batas kemampuan internal mendasari pemilihan keputusan keuangan.</p>
<p>Bapak Cu Teng</p>	<p>Selama ini saya menggunakan modal sendiri, ditabung sedikit-sedikit saya kumpulkan, tidak pernah meminjam dari bank. Kontribusi besar modal saya berasal dari usaha bengkel motor itu <i>yah</i>.</p> <p>Kalau saya ini <i>kan</i> tidak biasa meminjam, jadi apa adanya saja pakai uang hasil sendiri. Kalau minjam ke bank, saya akan pusing dengan cicilan bulanannya. Prinsip saya lebih baik sedikit-sedikit tapi uang hasil sendiri daripada minjam ke bank. Ketika membangun awalnya saya bangun empat ruko dulu, lalu dari situ ada yang mengontrak dan uangnya saya pakai ditabung untuk membangun ruko selanjutnya.</p>	<p>Pendanaan dengan menggunakan sumber dana internal dengan pertimbangan risiko serta dilandasi oleh nilai-nilai agama Buddha akan keseimbangan batin dengan sikap hidup yang sewajarnya, mata pencaharian benar dan usaha benar.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Bagi saya yang penting ketenangan batin, berusaha tetap jalan tapi batin juga tenang. Sesuai ajaran Buddhis juga, sejak awal saya tidak mau berhutang. Salah satunya dalam Buddhis yaitu mata pencaharian benar, sesuai dengan agama yang saya anut dan aturan didalamnya, kalau bisa jangan punya terlalu banyak hutang karena hutang itu membuat hidup jadi penuh beban.</p>	
<p>Bapak Ferry</p>	<p>Saya menggunakan modal sendiri, dari modal dengkul <i>lah</i> istilahnya, modal kecil. Kalau untuk perputaran uang dagang <i>sih</i> pakai uang sendiri saja, dari dulu tidak pernah mau pinjam ke bank. Ada untung sedikit, bisa saya gunakan untuk menambah modal usaha, atau menambah barang. Saya juga belajar dari orang tua saya, mereka sama sekali tidak mau ada hutang ke bank karena takut.</p> <p>Saya ini irit, tidak pernah menyia-nyaiakan kesempatan yang datang. Sejak menikah, uang saya irit-irit, kumpul-kumpul biar hemat. Biasa kalau saya <i>kelilingnya</i> rajin, saya bisa dapat pemasukan lumayan banyak, saya tabungkan. Pokoknya begitu ada uang, saya langsung tabung.</p>	<p>Pendanaan menggunakan sumber dana internal dengan pertimbangan faktor risiko.</p> <p>Karakteristik diri yang dimiliki oleh wirausaha yaitu hemat atau irit menjadi dasar dalam pertimbangan pemilihan keputusan keuangan.</p>
<p>Bapak Didi</p>	<p>Usaha ini menggunakan modal sendiri, tidak tertarik pinjam ke eksternal karena bunganya besar, keuntungan saya jadi terbagi. Jadi saya lebih memilih pakai modal sendiri, punya uang <i>segini</i> ya beli barang disesuaikan saja dengan kondisi uang kita.</p>	<p>Keputusan pendanaan dengan menggunakan sumber dana internal yang dilandasi oleh nilai agama Buddha akan aktivitas ekonomi yang dijiwai oleh Dhamma dengan keseluruhan proses sebab dan kondisi.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	Agama Buddha <i>kan</i> mengajarkan hidup apa adanya, hindari risiko, sebab akibat. Begitu pula dengan pinjam uang ke bank, harus tanggung akibatnya yaitu bunga harus dibayar. Kebaikan itu kan ajaran agama, bukan ajaran orang tua. Jadi nilai Buddhis yang saya jalankan, hidup apa adanya, sederhana, jangan memaksakan kekuatan diri, hidup penuh syukur, hidup bahagia.	Nilai etis Buddhis dari realitas alamiah sebab akibat mendasari pemilihan keputusan keuangan. Nilai agama Buddha yaitu kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan juga mendasari pemilihan keputusan keuangan wirausaha.

4.6.1 Analisis Domain Keputusan Keuangan

Analisis domain ini digunakan untuk melakukan penelaahan atas gambaran yang menyeluruh mengenai peranan nilai agama Buddha dalam mendasari Keputusan Keuangan. Tabel 4.4.1 menyajikan analisis domain dari penelusuran hubungan semantis dari peranan nilai agama Buddha dalam mendasari keputusan keuangan,

Tabel 4.4.1

Analisis Domain Keputusan Keuangan

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Penggunaan sumber dana internal dibandingkan dengan menggunakan sumber dana eksternal berupa modal internal		
Sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih	Adalah bentuk dan jenis	Keputusan keuangan yang dipilih oleh UKW Buddhis

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan.		
Sumber dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha		
Risiko yang rendah		
Hemat		
Pertimbangan akan batas kemampuan internal	Karakteristik	Wirausaha Buddhis yang mempengaruhi keputusan keuangan
Kesederhanaan		
Keseimbangan		
Pancasila Buddhis	Attribut nilai agama Buddha	Yang mendasari pandangan dan sikap UKW Buddhis akan keputusan keuangan dalam kewirausahaan
Anana Sukha		
Panca Dhamma (Santutthi)		
Kesederhanaan		
Samajivikata:		
Kebijaksanaan		
Pengaturan kekayaan menurut agama Buddha bahwa kekayaan terbagi menjadi empat bagian (bhogavibhaga)		
Pencapaian kesejahteraan		
Karma		
Dhamma		

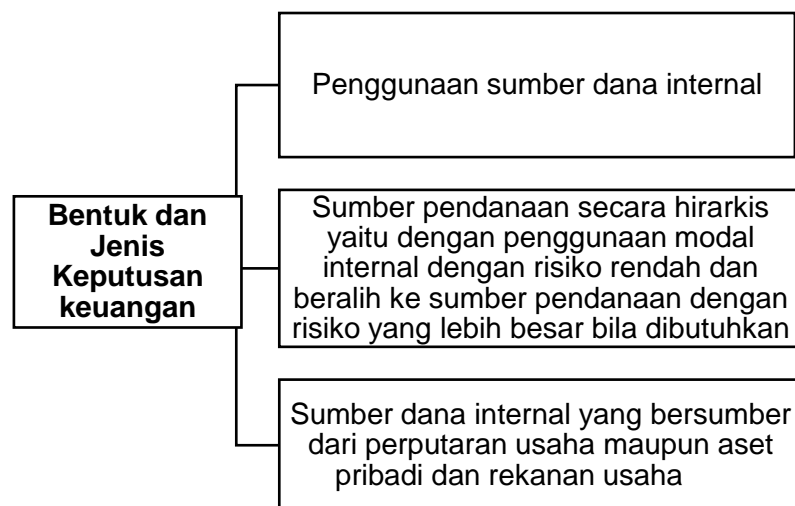
4.6.2 Analisis Taksonomi Keputusan Keuangan

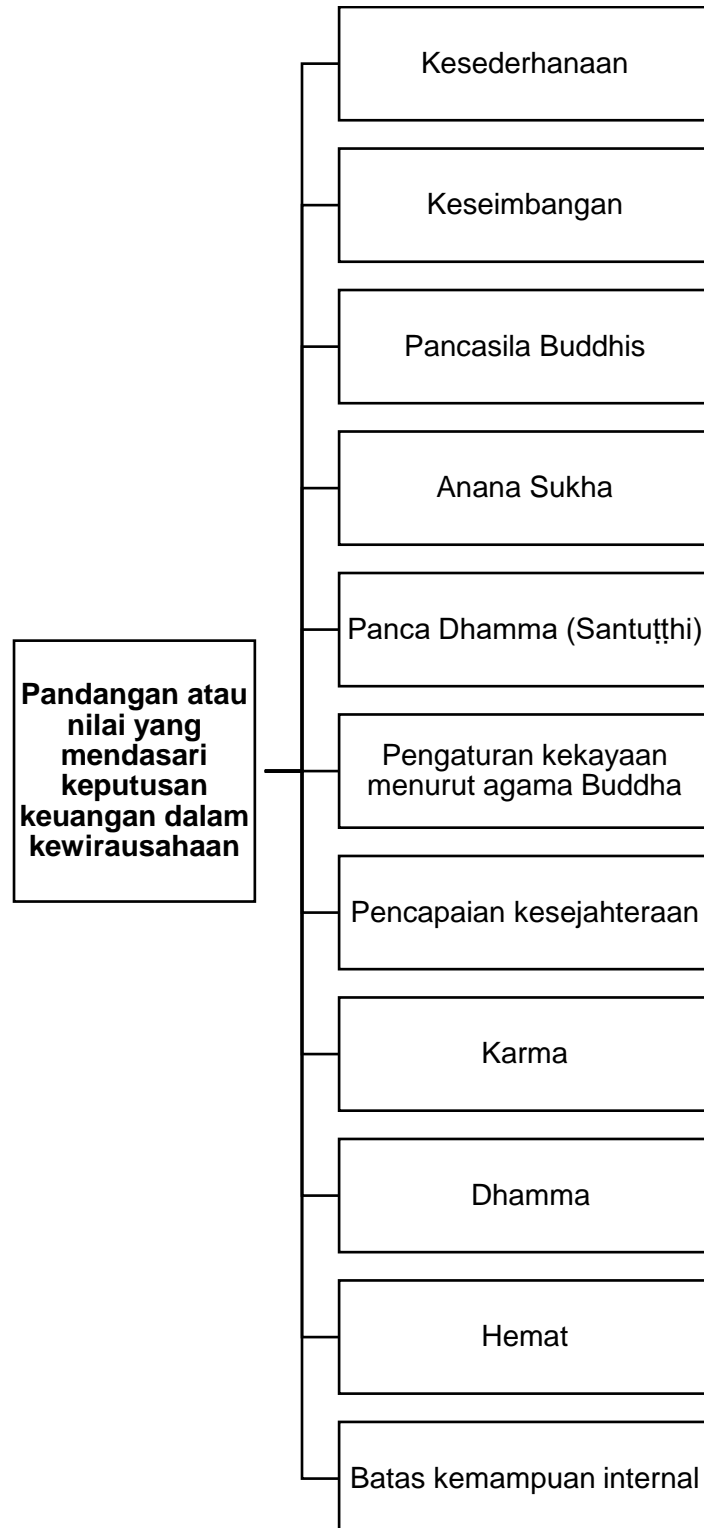
Analisis taksonomi ini dilakukan untuk melakukan penelusuran mendalam atas domain-domain yang telah tersusun berdasarkan domain-domain terpilih. Pada domain-domain yang terpilih di paparkan secara jelas akan peranan nilai agama Buddha dalam keputusan keuangan pada UKW Buddhis. Gambar 4.23

menyajikan analisis taksonomi dari analisis keseluruhan dari domain akan peranan nilai agama Buddha dalam keputusan keuangan.

Gambar 4.23

Analisis Taksonomi: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan



Lanjutan Gambar 4.23:

4.6.3 Analisis Komponensial Keputusan Keuangan

Pada analisis komponensial ini dilakukan prosedur untuk mengkonstruksi kontras dalam domain yang diperoleh melalui data wawancara, observasi maupun dokumentasi lapangan. Tabel 4.4.2 menyajikan analisis komponensial dari peranan nilai agama Buddha dalam keputusan keuangan.

Tabel 4.4.2

Analisis Komponensial Keputusan Keuangan

a.

Domain Bentuk dan Jenis Keputusan keuangan	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Penggunaan sumber dana internal	Dalam praktik kewirausahaan, UKW Buddhis menggunakan sumber dana internal. Pemilihan penggunaan sumber dana internal tersebut ditujukan untuk mengurangi terjadinya kemungkinan atau risiko kegagalan pembayaran.
Sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan	Keputusan keuangan sesuai dengan teori <i>pecking order</i> dimana keputusan pendanaan usaha dilakukan secara hirarkis sesuai dengan karakteristik pengambilan risiko dari UKW Buddhis yaitu pada risiko yang rendah. Keputusan keuangan dimulai dengan mengambil sumber pendanaan dengan risiko terendah yaitu modal internal dan bertahap kepada pendanaan dengan risiko yang lebih besar bilamana dibutuhkan dalam usaha.

Domain Bentuk dan Jenis Keputusan keuangan	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Sumber dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha	Sumber dana internal yang digunakan dalam wirausaha bersumber dari modal internal yang diperoleh dari hasil usaha maupun modal kepercayaan yang diberikan dalam bentuk pembiayaan oleh pemasok ataupun rekanan usaha dengan tingkat risiko yang lebih rendah dan biaya yang murah. Pemenuhan sumber dana internal juga bersumber dari dana hasil penjualan aset pribadi wirausaha untuk menghindari pembiayaan eksternal dengan tingkat risiko yang besar serta memberikan suatu sinyal kognitif akan batas kecukupan dalam pengembangan usaha.

b.

Domain Pandangan atau nilai yang mendasari keputusan keuangan dalam kewirausahaan	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Kesederhanaan; Keseimbangan; pencapaian kesejahteraan	Konsep kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan dari nilai agama Buddha mendasari keputusan keuangan UKW Buddhis untuk memilih pendanaan dari sumber dana internal. Nilai tersebut menjadi sumber legitimasi kognitif dengan pemilihan keputusan keuangan yang ditujukan untuk penghindaran atas risiko dan kontrol akan aktivitas kewirausahaan dengan kesejahteraan sebagai kendali.
Pancasila Buddhis	Konsepsi Pancasila Buddhis yaitu tekad untuk menghindari ucapan yang tidak benar menjadi suatu legitimasi kognitif dalam memilih keputusan keuangan yang bersumber dari sumber dana internal untuk menghindari terjadinya kemungkinan gagal bayar
Anana Sukha	Dalam agama Buddha terdapat empat macam kebahagiaan yaitu salah satunya adalah <i>Anana Sukha</i> atau kebahagiaan terbebas dari hutang. Penerapan tersebut memberikan suatu sinyal berupa bias kognitif dari keputusan wirausaha dalam memilih keputusan keuangan yang bersumber dari dana internal.

Domain Pandangan atau nilai yang mendasari keputusan keuangan dalam kewirausahaan	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Panca Dhamma (Santutthi)	Nilai agama Buddha yaitu Panca Dhamma (Santutthi) dengan merasa puas dengan apa yang dimiliki menjadi salah satu dasar dalam kepercayaan yang dikembangkan secara internal wirausaha akan keputusan keuangan. Aktivitas kewirausahaan diarahkan kepada pemanfaatan sumber dana internal yang berfungsi sebagai kontrol atau kendali dalam pencapaian keseimbangan dengan sikap hidup yang sewajarnya atau tidak berlebihan.
Pengaturan kekayaan menurut agama Buddha	Dalam nilai agama Buddha terdapat pengaturan kekayaan (bhogavibhaga) yaitu $\frac{1}{4}$ bagian usaha digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari serta pemenuhan kewajiban, $\frac{2}{4}$ untuk investasi dalam pengembangan usaha, dan $\frac{1}{4}$ untuk disimpan bilamana terdapat kesulitan. Hal tersebut mendasari UKW Buddhis memilih sumber dana internal melalui $\frac{2}{4}$ bagian untuk pengembangan usaha.
Karma	Karma yang timbul akibat risiko kegagalan pembayaran hutang memberikan bias perilaku yang signifikan dalam mendasari keputusan keuangan yang diambil oleh pelaku usaha.
Dhamma	Aktivitas kewirausahaan yang dilandasi oleh Dhamama didasari proses sebab dan kondisi. Keputusan keuangan pada sumber dana internal ditujukan kepada penghindaran risiko kegagalan pembayaran yang memberikan realitas alamiah dari sebab akibat yang berdampak pada usaha yang dijalani.
Hemat	Konservatif atribut hemat yang dimiliki oleh wirausaha mendasari pengambilan keputusan keuangan dengan berupaya menyimpan hasil usaha untuk digunakan sebagai modal pengembangan usaha.
Batas kemampuan internal	Kemampuan wirausaha untuk mengenali batas kemampuan internal menjadi dasar dari keputusan keuangan wirausaha sesuai dengan kapasitas internal yang dimiliki.

4.7 Data lapangan: Peranan nilai agama Buddha dalam kinerja wirausaha.

Tabel 4.5 menyajikan data lapangan berupa pernyataan informan mengenai peranan nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha dari sudut pandang UKW Buddhis. Pernyataan informan akan menyajikan bagaimana nilai-nilai agama mendasari pencapaian kinerja wirausaha pada konteks agama Buddha dan perspektif *Buddhist Economics* dalam hal pengukuran kinerja wirausaha yang bersifat personal.

Tabel 4.5

Pernyataan Penting dan Rumusan Tabel Makna : Kinerja Wirausaha

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Po Seng	Sukses itu bilamana dapat bermanfaat bagi orang lain. Saya tidak mau merugikan orang lain, lebih baik saya yang rugi daripada saya merugikan orang lain. Selama masih ada kesempatan untuk saya berbuat baik maka saya selalu berupaya untuk berbuat baik. Saya berupaya agar semoga semua makhluk hidup berbahagia.	Keyakinan akan nilai agama Buddha yaitu " <i>Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta</i> " semoga semua makhluk berbahagia mendorong arah kinerja wirausaha pada harmonisasi dengan proses sebab akibat dan dengan tiga aspek kehidupan manusia yang saling berhubungan.
Ibu Padma	Sukses itu bilamana ada ketenangan dan keseimbangan batin, sehingga saya menjalani usaha tidak terlalu ambisi. Boleh saja melakukan inovasi, namun inovasi harus tersebut harus terukur karena inovasi pasti ada risiko.	Keyakinan akan nilai agama Buddha yaitu <i>uphekha</i> (keseimbangan batin) mendasari pengembangan usaha yang diarahkan kepada pengembangan dengan pertimbangan risiko yang rendah.

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	<p>Sukses bilamana ada kenyamanan di hati agar tidak berat atau pusing memikirkan sesuatu yang belum kita raih. Target usaha boleh ada , namun meraihnya bertahap. Dalam Buddhisme, ada annica yaitu semua tidak ada yang abadi atau ketidakekalan sehingga setiap pasang surut usaha saya jalani dan hadapi saja.</p>	<p>Pandangan nilai agama Buddha akan ketidakekalan atau <i>annica</i> memberikan gambaran bahwa kinerja usaha sebagai proses yang mengalami perubahan</p>
Bapak Joni	<p>Sukses bagi saya adalah ketika saya mampu memenuhi kebutuhan hidup saya dan keluarga. Kalau sukses harus diartikan harus mempunyai ini atau itu, bagi saya hal tersebut terlalu jauh. Sukses bagi saya yang terdekat dulu, bisa memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan mendapatkan ketenangan batin dalam diri sendiri bukan yang didapat dari luar diri.</p> <p>Sukses usaha juga bila saya bisa melayani kebutuhan pelanggan dan merasa puas dengan pelayanan yang saya berikan. Ada kepuasan dan kesuksesan bagi saya bilamana dapat mengantar ke pelanggan yang membutuhkan.</p>	<p>Kinerja wirausaha dilandasi oleh nilai agama Buddha akan penggunaan kekayaan yang terdapat dalam <i>Sutta Pitaka</i>.</p> <p>Kinerja wirausaha ditujukan untuk mendukung kehidupan maupun perkembangan manusia.</p>
Ibu Ango	<p>Kesuksesan usaha bila target usaha yang saya tetapkan tercapai namun bukan hanya omset penjualan yang saya anggap sebagai suatu kesuksesan usaha. Kepuasan batin juga penting ketika pelanggan saya senang maka tercapailah kepuasan batin. Kepuasan konsumen itu segalanya kalau jadi pedagang namun saya juga perhatikan tipe konsumennya seperti apa.</p>	<p>Kinerja wirausaha tidak terbatas pada pencapaian obyektif secara finansial namun keyakinan akan nilai agama Buddha yaitu <i>uphekha</i> (keseimbangan batin) menjadi indikator dalam kinerja wirausaha .</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
	Kepuasan batin menjadi segalanya bagi saya, bahkan ada pelanggan saya yang langganan aluminium dari papanya menurun ke anaknya bahkan sampai cucunya pesan ke saya. Adanya kepercayaan dari pelanggan maka munculah kepuasan batin saya.	
Ibu Mei Hwa	<p>Ketika kami bisa membantu orang-orang yang berwirausaha dengan memberikan harga sewa yang terjangkau sehingga kami jadi turut berbahagia. Dengan semua keterbatasan yang kami alami selama ini, menurut kami sukses itu ketika kami bisa memasarkan kios ini ke orang yang tepat sesuai dengan nilai-nilai agama Buddha dengan harga terjangkau. Kami juga ingin agar anak-anak semuanya dapat memiliki pendidikan yang lebih.</p> <p>Selama ini yang menyewa kios kami rata-rata semua penyewa yang baik karena pada dasarnya karma baik kami juga. Kami banyak menerima kebaikan dalam bentuk apapun dari orang lain termasuk penyewa kios kami karena karma yang ada di dalam keluarga kami..</p>	<p>Nilai agama Buddha akan penggunaan kekayaan menjadi dasar dalam kinerja wirausaha .</p> <p>Pandangan akan karma dan penerapan komitmen akan Sila yaitu Mata Pencapaian Benar mendasari kinerja wirausaha .</p>
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	Kesuksesan usaha bila kami bisa menyekolahkan anak sampai dengan sarjana,., kesuksesan usaha bagi kami bila bermanfaat bagi orang lain dan dengan kami membuka lapangan pekerjaan bagi tiga karyawan kami maka kami bisa menolong dan bermanfaat bagi orang lain. karyawan kami juga selalu membawa makanan dari rumah makan ini untuk dibawa pulang ke rumah mereka. Susah dan senang dalam kehidupan usaha, kami menjalani saja karena kami yakin bahwa kami tidak dapat menghindar dari karma kami sendiri.	Kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha akan penggunaan kekayaan. Kebijakan dalam pemanfaatan usaha sehingga usaha dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang bermanfaat menjadi landasan dalam kinerja wirausaha .

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Untung	<p>Bagi saya, kesuksesan usaha bila usaha saya semakin berkembang dan usaha tersebut lancar dalam hal legal dan formal serta tidak ada hambatan apapun dari sisi birokrasi. Dengan tidak melanggar aturan usaha juga saya anggap sebagai kesuksesan. Yang terpenting kesuksesan adalah ketika saya dapat memberi kepada orang lain dan bermanfaat terhadap orang lain.</p> <p>Saya meyakini bahwa usaha Apotek yang saya miliki harus melebihi dari sekedar Apotek yang lain dan harus memiliki nilai tambah oleh karenanya ketika pembeli belanja ke Apotek ini, saya tidak segan memberikan edukasi dan pengetahuan. Bagi saya, bila dapat membantu seperti itu sudah merupakan suatu kepuasan dan kesuksesan usaha dan ketika pasien datang serta membeli obat kemudian sembuh rasanya senang sekali Saya meyakini pemanfaatan kekayaan dalam agama Buddha.</p>	<p>Pencapaian kinerja wirausaha dilakukan untuk pemenuhan kualitas kehidupan diri maupun keseimbangan dalam kesejahteraan kepada masyarakat sesuai dengan perspektif agama Buddha.</p>
Bapak Susisno	<p>Sukses usaha bagi saya adalah jangan besar pasak daripada tiang. Namun bagi saya sukses usaha yang utama adalah bila saya dapat memaksimalkan kesejahteraan karyawan saya sendiri. Saya bahkan menyusun target untuk karyawan, misalnya dalam sekian tahun ke depan harus mempunyai rumah, jangan sampai setiap bulannya yang terjadi adalah saldo minus. Untuk mendukung hal tersebut, inventaris motor karyawan saya berikan termasuk bensin dan servis. Itu semua harapannya adalah pada akhir bulan karyawan saya masih memiliki sisa uang untuk ditabung kalau bisa 50% dari sisa gajinya bisa ditabung</p>	<p>Kinerja wirausaha dalam pencapaian keberlangsungan usaha melalui upaya untuk menjaga secara cermat hasil usaha. Keutamaan dari kinerja wirausaha adalah kesejahteraan karyawan sebagai mitra kerja melalui hubungan paternalistik.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Ibu Ernawati	<p>Sukses itu kalau saya bisa memberi dan bisa berdana setiap saat. Walau kecil, tapi ikhlas dan bisa bermanfaat bagi orang lain. Saya juga rutin berdana tiap bulan ke vihara, lalu ada juga ke rekening bersama keluarga, dimana uang itu digunakan untuk membantu keluarga yang sedang membutuhkan bantuan. Intinya saya menyisihkan untuk orang lain, dan bermanfaat untuk sesama.</p>	<p>Makna kinerja wirausaha ditunjukkan dalam bentuk kebajikan sesuai dengan nilai agama Buddha yaitu berdana dan kinerja usaha ditujukan untuk mendukung kehidupan dan perkembangan manusia.</p>
Bapak Salim	<p>Saya merasa sukses bila saya bahagia dan kebahagiaan saya ketika saya mampu menjalani usaha yang menyenangkan bagi saya dan keluarga saya. Saya tidak merugikan orang lain dan tidak menyakiti keluarga saya.</p> <p>Usaha sukses bagi saya ketika saya mampu mengambil barang sesuai dengan sewajarnya dan sesuai kemampuan dan kemudian menjualnya dengan keuntungan yang sewajarnya.</p>	<p>Kinerja wirausaha dilandasi karakteristik ekonomi Buddhis dengan tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lainnya.</p> <p>Budaya tionghoa yaitu Ceng Li atau kepatutan mewarnai makna kesuksesan usaha.</p>
Ibu Florensia	<p>Bagi saya pribadi sukses usaha bisa dibilang kalau kita bertahan selama tiga sampai empat tahun dalam usaha saja sudah bisa dibilang sukses. Saya menjalani usaha dan tidak mati di satu tempat pun sudah sukses menurut saya. Saya meyakini bahwa sukses bila diri sendiri berupaya positif dan percaya akan karma dan rejeki sudah ada porosnya sehingga tidak menjadi suatu kekhawatiran dan berikan saja yang terbaik.</p>	<p>Keyakinan akan nilai agama Buddha akan kebijaksanaan dan keselarasan akan keseimbangan mendasari makna kinerja wirausaha.</p> <p>Nilai agama Buddha yaitu karma dan sikap mental akan kekayaan atau hasil usaha tidak menjadi sumber kekhawatiran mendasari kinerja wirausaha.</p>

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Cu Teng	Sukses usaha bila saya mampu menyekolahkan anak-anaknya sampai dengan sekolah tinggi. Usaha saya sukses kalau bila usaha saya dapat berguna bagi orang lain, bisa mengurangi pengangguran dan mereka pun yang menyewa ruko usaha dapat memiliki usaha yang benar serta menghindari perbuatan kriminal. Seperti tadi yang saya contohkan melalui tukang bubur yang menyewa ruko saya, maka saya secara tidak langsung bermanfaat bagi orang lain dalam menciptakan lapangan kerja dan saya bahagia bila dapat melihat kesuksesan usaha dari yang menyewa ruko usaha saya.	Kinerja wirausaha sesuai dengan karakteristik ekonomi Buddhis yaitu tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lainnya. Kinerja wirausaha ditujukan untuk mendukung perbuatan baik seperti penciptaan lapangan pekerjaan.
Bapak Ferry	Sukses usaha bagi saya kalau mampu memenuhi kebutuhan hidup saja dan tidak berhutang. Bagi saya, sukses bilamana kalau mau pergi ada kendaraan yang siap pakai dan memiliki rumah meskipun seadanya. Jangan saya sampai memiliki rumah bagus dan mewah tetapi hutang ke bank milyaran. Bagi saya mampu membayar sekolah anak pun sudah suatu kesuksesan.	Terwujudnya kinerja wirausaha melalui pencapaian kesejahteraan yang mengarah kepada konsumsi yang bijak sesuai dengan ajaran agama Buddha. Kinerja wirausaha juga dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak adanya hutang seperti dalam <i>Vyagghapajja Sutta</i> yaitu <i>Anana Sukha</i> (kebahagiaan karena tidak memiliki hutang).

Informan	Pernyataan Penting	Rumusan Makna
Bapak Didi	<p>Sukses usaha bagi saya bila usaha makin maju dari sisi finansial namun yang paling utama adalah kepuasan batin. Ketika memiliki pelanggan yang sudah lama dan tidak berpaling karena barang yang saya jual bagus, pengiriman cepat itu juga sudah kepuasan bagi saya. Sukses bagi saya Ketika berusaha dengan senang, mencari untung dengan hati <i>enjoy</i>, dan tidak jauh dari anak istri. Sukses juga berarti mengetahui batas serta jangan sampai tersiksa dalam mencari uang dan menjalani bisnis.</p> <p>Nilai agama Buddha yang mengajarkan untuk hidup apa adanya dan menghindari risiko serta hidup memiliki kaitan sebab akibat. Nilai itulah yang saya pegang dalam pelaksanaan usaha karena kebaikan itu kan ajaran agama, jadi nilai Buddhis yang saya jalankan untuk hidup apa adanya, sederhana, jangan memaksakan kekuatan sendiri, hidup penuh syukur dan hidup berbahagia.</p>	<p>Keseimbangan batin atau <i>upekha</i> dalam nilai agama Buddha menjadi makna pencapaian kinerja wirausaha .</p> <p>Nilai agama Buddha yang mengacu kepada Jalan Tengah akan kesederhanaan, keseimbangan dan tidak berlebihan mendasari sikap wirausaha dalam memaknai praktik dan pencapaian kinerja wirausaha .</p> <p>Konsep Buddhisme yaitu pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan dan karma menjadi dasar dalam pencapaian kinerja wirausaha melalui praktik pelaksanaan kewirausahaan.</p>

4.7.1 Analisis Domain Kinerja Wirausaha

Analisis domain ini digunakan untuk melakukan penelaahan atas gambaran yang menyeluruh mengenai peranan nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha . Tabel 4.5.1 menyajikan analisis domain dari penelusuran hubungan semantis dari peranan nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha.

Tabel 4.5.1

Analisis Domain Kinerja Wirausaha

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Harmonisasi dengan proses sebab akibat dan dengan tiga aspek kehidupan manusia yang saling berhubungan	Bentuk atau jenis dari	Kinerja wirausaha
Kesejahteraan karyawan sebagai mitra kerja melalui hubungan paternalistik		
Kinerja wirausaha ditujukan untuk mendukung perbuatan baik seperti penciptaan lapangan pekerjaan		
Terwujudnya kinerja wirausaha melalui pencapaian kesejahteraan yang mengarah kepada konsumsi yang bijak sesuai dengan ajaran agama buddha.		
Kinerja wirausaha juga dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak adanya hutang seperti dalam <i>vyagghapajja sutta</i> yaitu <i>Anana sukha</i> (kebahagiaan karena tidak memiliki hutang).		
Kebajikan sesuai dengan nilai agama buddha yaitu berdana dan kinerja usaha ditujukan untuk mendukung kehidupan dan perkembangan manusia.		

Rincian domain (x)	Hubungan semantik	Domain (y)
Sabbe satta bhavantu sukhitatta	Attribut nilai agama Buddha	Yang mendasari makna pencapaian kinerja wirausaha .
Ketidakekalan atau <i>annica</i> memberikan gambaran bahwa kinerja usaha sebagai proses yang mengalami perubahan		
Penggunaan kekayaan yang terdapat dalam <i>sutta pitaka</i>		
Pencapaian keberlangsungan usaha melalui upaya untuk menjaga secara cermat hasil usaha		
Nilai agama buddha yaitu karma dan sikap mental akan kekayaan atau hasil usaha tidak menjadi sumber kekhawatiran mendasari kinerja wirausaha		
Keyakinan akan nilai agama buddha akan kebijaksanaan dan keselarasan akan keseimbangan		
Konsep Buddhisme yaitu pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan dan karma menjadi dasar dalam pencapaian kinerja wirausaha		

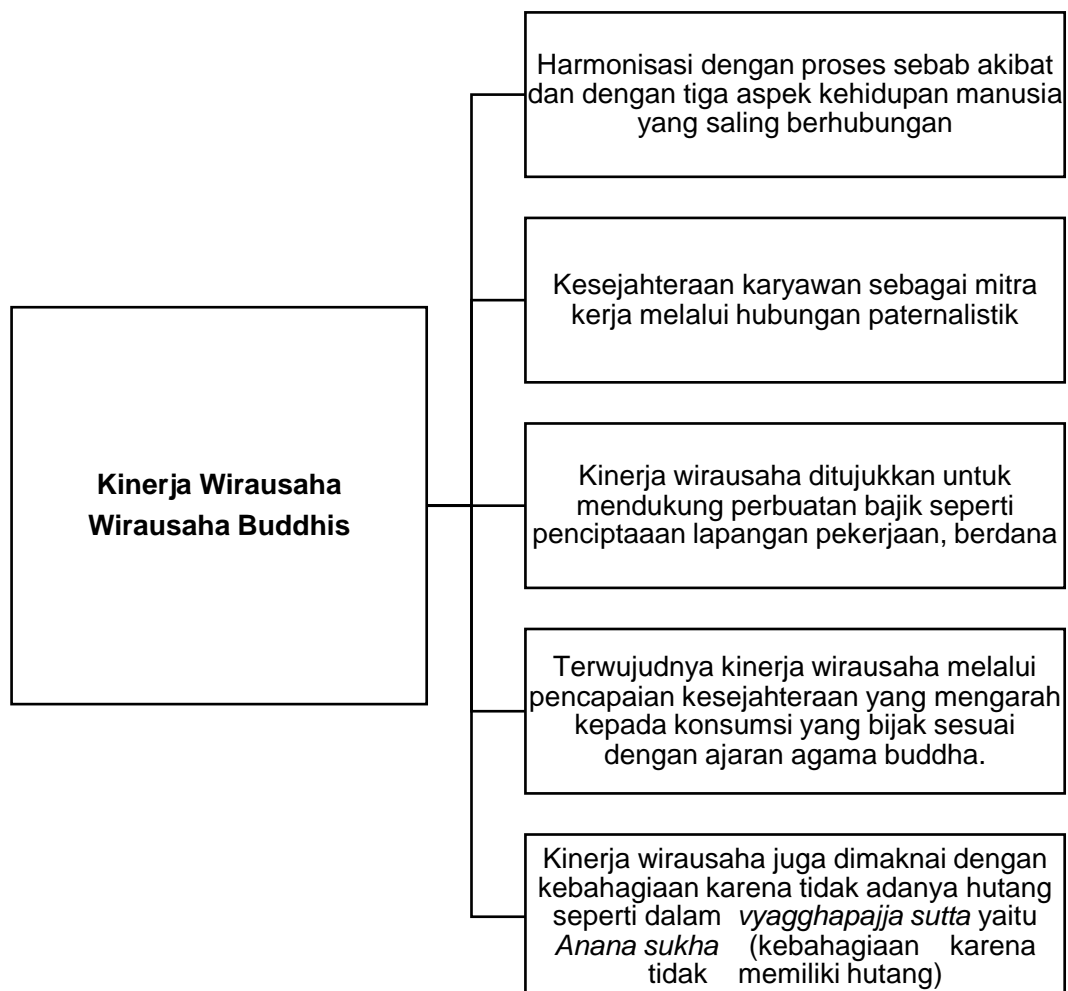
4.7.2 Analisis Taksonomi Kinerja Wirausaha

Analisis taksonomi ini dilakukan untuk melakukan penelusuran mendalam atas domain-domain yang telah tersusun berdasarkan domain-domain terpilih. Pada domain-domain yang terpilih di paparkan secara jelas akan peranan nilai agama Buddha dalam kinerja wirausaha pada UKW Buddhis. Gambar 4.26

menyajikan analisis taksonomi dari analisis keseluruhan dari domain akan peranan nilai agama Buddha dalam kinerja wirausaha.

Gambar 4.24

**Analisis Taksonomi: Peranan Nilai Agama Buddha dalam
Kinerja Wirausaha**



Lanjutan Gambar 4.24:



4.7.3 Analisis Komponensial Kinerja Wirausaha

Pada analisis komponensial ini dilakukan prosedur untuk mengkonstruksi kontras dalam domain yang diperoleh melalui data wawancara, observasi maupun dokumentasi lapangan. Tabel 4.5.2 menyajikan analisis komponensial dari peranan nilai agama Buddha dalam kinerja wirausaha .

Tabel 4.5.2

Analisis Komponensial Kinerja Wirausaha

a.

Domain Kinerja wirausaha Wirausaha Buddhis	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Harmonisasi dengan proses sebab akibat dan dengan tiga aspek kehidupan manusia yang saling berhubungan	Kinerja wirausaha dimaknai dalam bentuk pencapaian harmonisasi dengan proses sebab akibat yang berhubungan dengan tiga aspek kehidupan baik manusia, masyarakat dan lingkungan hidup. Kesuksesan usaha dimaknai melalui aktivitas usaha yang bermanfaat atau tidak merugikan tiga aspek kehidupan tersebut. Kinerja wirausaha dimaknai dengan pencapaian secara integratif akan kualitas kehidupan diri serta mendukung kehidupan masyarakat dan lingkungan.
Kesejahteraan karyawan sebagai mitra kerja melalui hubungan paternalistik	Pencapaian kinerja wirausaha dimaknai dengan keberhasilan UKW Buddhis dalam memenuhi kesejahteraan karyawannya. Karyawan diperlakukan sebagai kolega kerja. Pada karyawan yang loyal dan bekerja dengan baik, UKW Buddhis memperlakukan karyawan tersebut sebagai bagian dari keluarga serta memiliki rasa tanggung jawab untuk menyejahterakan mereka. Bentuk-bentuk upaya UKW Buddhis dalam menyejahterakan karyawan ditunjukkan dengan memberikan pengetahuan dan keahlian sehingga pada akhirnya mereka diharapkan dapat mandiri. Bentuk hubungan tersebut ditunjukkan dalam bentuk hubungan paternalistik.

Domain Kinerja wirausaha Wirausaha Buddhis	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Kebajikan sesuai dengan nilai agama buddha yaitu berdana dan kinerja usaha ditujukan untuk mendukung kehidupan dan perkembangan manusia.	Kinerja wirausaha diwujudkan melalui aktivitas usaha yang dapat mendukung perbuatan kebajikan seperti berdana maupun mendukung kehidupan dan perkembangan manusia. Pencapaian kinerja wirausaha bilamana kinerja usaha dapat digunakan untuk tujuan mendukung kehidupan dan memberikan manfaat bagi semua orang.
Terwujudnya kinerja wirausaha melalui pencapaian kesejahteraan yang mengarah kepada konsumsi yang bijak sesuai dengan ajaran agama buddha.	Kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha akan keseimbangan, kesederhanaan dan tidak berlebihan. Aktivitas kewirausahaan tidak boleh menjadi hal yang dikhawatirkan namun dijalankan dengan konsep keseimbangan sesuai perspektif Buddhisme. Kinerja wirausaha dimaknai dengan pencapaian kesejahteraan dengan mengetahui batas optimal pelaksanaan aktivitas usaha.
Kinerja wirausaha juga dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak adanya hutang seperti dalam vyagghapajja sutta yaitu Anana sukha (kebahagiaan karena tidak memiliki hutang)	Kinerja wirausaha dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak memiliki hutang yang dapat menimbulkan beban dan kekhawatiran. Pemaknaan tersebut sesuai dengan nilai agama Buddha yaitu vyagghapajja sutta yaitu Anana sukha (kebahagiaan karena tidak memiliki hutang).

b.

Domain Nilai yang mendasari kinerja wirausaha	Analisis Komponensial Esensi Kepada Kewirausahaan
Sabbe satta bhavantu sukhitatta	Nilai agama Buddha yaitu <i>Semoga Semua Makhluk Berbahagia</i> memberikan landasan dalam pencapaian kinerja wirausaha . Makna kinerja dilandasi oleh keinginan agar aktivitas kewirausahaan mampu memberikan kebahagiaan tidak hanya bagi diri sendiri namun bagi kehidupan masyarakat maupun keseimbangan dalam lingkungan hidup.

<p style="text-align: center;">Domain</p> <p style="text-align: center;">Nilai yang mendasari kinerja wirausaha</p>	<p style="text-align: center;">Analisis Komponensial</p> <p style="text-align: center;">Esensi Kepada Kewirausahaan</p>
<p>Ketidakekalan atau annica memberikan gambaran bahwa kinerja usaha sebagai proses yang mengalami perubahan</p>	<p>Dalam Buddhisme, keinginan yang berlebihan adalah sumber terjadinya penderitaan. Pencapaian kinerja UKW Buddhis dilandasi oleh pemahaman nilai agama Buddha akan ketidakekalan sehingga pencapaian kinerja wirausaha bukan diarahkan sebagai suatu obsesi atau pemenuhan keinginan yang berlebihan. Kinerja wirausaha diyakini terus mengalami perubahan namun kebijaksanaan dan penciptaan manfaat menjadi landasan dalam kinerja wirausaha.</p>
<p>Penggunaan kekayaan yang terdapat dalam Sutta Pitaka</p>	<p>Pencapaian kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha akan penggunaan kekayaan yang ditujukan untuk mendukung kehidupan diri sendiri maupun keluarga, kehidupan bermasyarakat maupun mendukung terciptanya kebajikan untuk kesejahteraan umum.</p>
<p>Kebijaksanaan</p>	<p>Pencapaian kinerja wirausaha dilandasi nilai agama Buddha yaitu kebijaksanaan melalui implementasi aktivitas kewirausahaan berdasarkan Pancasila Buddhis dan Mata Pencapaian Benar dengan penggunaan kekayaan atau hasil usaha yang sesuai dengan nilai Buddhis dan pelaksanaan yang sewajarnya.</p>
<p>Pencapaian keberlangsungan usaha melalui upaya untuk menjaga secara cermat hasil usaha</p>	<p>Pencapaian kinerja wirausaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>Arakkhasampada</i> (menjaga dengan hati-hati kekayaan yang diperoleh secara benar), mampu menjaga warisan orang tua dan dapat mewarisi usahanya tersebut kepada anaknya (regenerasi usaha).</p>
<p>Konsep Buddhisme yaitu pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan dan karma menjadi dasar dalam pencapaian kinerja wirausaha</p>	<p>Dalam Buddhisme, hubungan kasual antara perilaku seseorang dan konsekuensinya melalui hukum sebab akibat dan pandangan akan saling ketergantungan dan ketidakekalan mendorong pencapaian kinerja wirausaha pada tujuan pencapaian kesejahteraan dan mengurangi terjadinya aktivitas usaha yang berlebihan dan khususnya untuk pemenuhan keinginan semata. Pemahaman Buddhisme digunakan untuk mengurangi terjadinya aktivitas kewirausahaan yang berlebihan untuk menghindari pengejaran materi atau pencapaian kinerja wirausaha tanpa adanya pemahaman akan konsumsi yang bijak.</p>

4.8 Deskripsi Naratif

Bagian ini akan menyajikan deskripsi naratif komprehensif untuk setiap informan untuk kemudian dianalisis dan direduksi menjadi tema. Tabel 4.6 menyajikan deskripsi naratif untuk setiap informan dan tema yang dihasilkan dari masing-masing deskripsi naratif. Pada tema yang muncul di setiap informan akan dilakukan pemeriksaan untuk kesamaan tema yang muncul di setiap informan dengan tujuan mendapatkan tema utama yang mewakili semua informan.

Tabel 4.6.

Deskripsi Naratif dan Kesesuaian Tema

a. Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Po Seng	Wirausaha memiliki sifat <i>entrepreneurial</i> yang ditunjukkan oleh keinginan untuk otonomi, inovasi yang ditujukan untuk mendukung perbuatan kebajikan serta pengambilan risiko pada tingkat risiko yang rendah, cenderung proaktif dalam menciptakan dan memanfaatkan peluang usaha berdasarkan kepercayaan. Nilai-nilai agama Buddha seperti karma, sikap mental akan penggunaan kekayaan, kesederhanaan dan keseimbangan menjadi landasan dalam mendasari orientasi kewirausahaan.	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirausaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Karma • sikap mental akan penggunaan kekayaan, • Samajivikata • kesederhanaan dan perspektif ekonomi Buddhis akan keseimbangan.
Ibu Padma	Sifat <i>entrepreneurial</i> ditunjukkan melalui motivasi berwirausaha yang dilandasi oleh pelaksanaan nilai agama Buddha Mata Pencapaian Benar dan bakti orang tua. Keinginan untuk berinovasi pada jenis risiko yang rendah dengan dasar nilai agama Buddha yaitu Anicca serta keberanian dalam menghadapi kompetisi dan kecenderungan untuk bersikap proaktif melalui jasa layanan baru yang menekankan pada keseimbangan.	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirausaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Mata Pencapaian Benar • Hubungan orang tua-anak • Anicca • Keseimbangan

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Joni	Wirausaha memiliki sifat <i>entrepreneurial</i> yang ditunjukkan oleh motivasi berwirausaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu mata pencaharian benar dan sikap mental terhadap kekayaan. Sifat <i>entrepreneurial</i> juga ditunjukkan oleh usaha inovasi yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Metta sebagai pengembangan cinta kasih serta proaktif dalam pemanfaatan peluang usaha yang dilandasi oleh nilai Buddhisme yaitu Viriya dan upaya untuk unggul dalam kompetisi dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Sabba Sankhara Anicca, Sabbe Sankhara Dukkha dan Dasa Paramita yaitu Upekkha (keseimbangan batin).	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Mata Pencaharian Benar • Cinta kasih (Metta) • Viriya (tekun, bersemangat dan ulet) • Sabba Sankhara Anicca • Sabbe Sankhara Dukkha • Keseimbangan
Ibu Ango	Wirausaha memiliki sifat <i>entrepreneurial</i> yang ditunjukkan oleh pelaksanaan inovasi dengan pertimbangan faktor risiko, keseimbangan dan harmonisasi dengan keseluruhan proses sebab akibat, pengambilan risiko usaha pada risiko usaha rendah serta upaya untuk mengungguli pesaing dengan mencermati keinginan konsumen dan memberikan pelayanan yang maksimal dengan memperhatikan perspektif ekonomi Buddhis (Ekonomi Jalan Tengah).	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomi Jalan Tengah (Keseimbangan) • Karma (hukum sebab akibat)
Ibu Mei Hwa	Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui otonomi dengan pengejaran peluang usaha dan investasi, pelaksanaan inovasi yang dilandasi oleh pandangan nilai agama Buddha yaitu karma, pengambilan risiko usaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis dan karma, serta upaya mengungguli pesaing yang dilandasi oleh kepercayaan akan adanya karma, kepemilikan sikap proaktif dengan mengejar peluang pengembangan pada ragam jenis usaha yang dilandasi oleh keseimbangan batin dan hubungan dengan tiga aspek kehidupan.	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Karma (hukum sebab akibat) • Pancasila Buddhis • Keseimbangan batin

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
<p>Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata</p>	<p>Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui otonomi usaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis dan Mata Pencaharian Benar serta motivasi internal diri yaitu meneruskan usaha orang tua, pelaksanaan inovasi dengan pertimbangan pilihan usaha yang sudah ditekuni dengan pertimbangan risiko serta nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis. Perspektif Karma mendasari pengambilan risiko usaha. Upaya pemetaan kondisi pasar dan memberikan kenyamanan kepada konsumen yang dilandasi oleh kepercayaan akan karma, sikap proaktif yang didasari oleh kepercayaan dan pengembangan usaha melalui penerapan perspektif Pikiran Benar.</p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pancasila Buddhis • Mata Pencaharian Benar • Karma • Pikiran Benar
<p>Bapak Untung</p>	<p>Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui otonomi usaha yang dilandasi perspektif Mata Pencaharian Benar dan Dhamma sebagai motivasi pembentukan dan pemilihan jenis usaha, pelaksanaan inovasi dan pengambilan risiko pada risiko usaha yang rendah yang memperhatikan perspektif Mata Pencaharian Benar. Sifat <i>entrepreneurial</i> juga ditunjukkan oleh agresivitas kompetitif melalui peningkatan kapasitas internal dan pelayanan yang baik. yang dilandasi perspektif Karma dan Samajivikata . Sikap proaktif usaha melalui usaha kolaborasi dengan pertimbangan kesiapan kapasitas atau kemampuan internal yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu Jalan Mulia Berunsur Delapan (Mata Pencaharian Benar).</p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mata Pencaharian Benar • Dhamma • Karma • Samajivikata

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Susisno	<p>Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui otonomi dengan tujuan kemandirian ekonomi yang didasari perspektif Buddhisme sikap mental terhadap kekayaan (mundane). Pelaksanaan inovasi dan pengambilan risiko usaha pada risiko usaha yang rendah dengan dilandasi pandangan akan karma dan karakteristik <i>mattannuta</i>.</p> <p>Sifat <i>entrepreneurial</i> juga ditunjukkan oleh upaya menghadapi kompetisi melalui penyediaan kelengkapan barang usaha yang dilandasi oleh perspektif kebijaksanaan dan pencapaian kesejahteraan. Sikap proaktif didasari oleh pertimbangan adanya regenerasi dalam usaha dan kesederhanaan.</p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan • Karma (hukum sebab akibat) • Konsep keseimbangan (<i>Mattannuta</i>, pencapaian kesejahteraan, kebijaksanaan) • Sikap mental terhadap kekayaan
Ibu Ernawati	<p>Sifat <i>entrepreneurial</i> ditunjukkan dalam bentuk otonomi usaha yang didasari oleh penerapan Dasa Paramita yaitu berdana, pelaksanaan inovasi dengan risiko usaha yang minimal. Upaya untuk unggul dalam kompetisi yang dilandasi oleh perspektif Buddhisme Ucapan Benar, Mata Pencaharian Benar dan Dasa Paramita Sacca. Proaktif dalam usaha dengan pertimbangan kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha. dengan risiko yang terukur.</p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan Dasa Paramita serta sikap mental terhadap kekayaan • Ucapan Benar • Mata Pencaharian Benar • Dasa Paramita Sacca
Bapak Salim	<p>Sifat <i>entrepreneurial</i> yang ditunjukkan dengan otonomi usaha, pelaksanaan inovasi sesuai kebutuhan pasar, keberanian dalam menghadapi kompetisi dengan mengutamakan prinsip kewajaran. Sikap proaktif dalam pengembangan usaha dengan terus berinovasi dan memperhatikan kapasitas internal dan celah peluang usaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu <i>Pañña</i> dalam Pikiran Benar, dan pengambilan risiko dengan peningkatan usaha melalui pengejaran peluang usaha yang berisiko namun mempertimbangkan nilai Buddhis yaitu <i>Kamma Niyama</i></p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinsip kewajaran • Pengembangan kebijaksanaan (<i>Pañña</i> dalam Pikiran Benar) • Hukum sebab akibat (Karma)- <i>Kamma Niyama</i>

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Ibu Florensia	Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui otonomi dalam wirausaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu usaha yang bermanfaat, pelaksanaan inovasi, pengambilan risiko yang didasari perspektif Karma. Aggresivitas kompetisi dengan tujuan pencapaian kesejahteraan dan keseimbangan serta perwujudan proaktif dalam usaha melalui inovasi teknologi sistem penjualan maupun memberikan keunikan pelayanan yang dilandasi oleh perspektif Samajivikata.	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan (Tidak merugikan/menyakiti makhluk lain) • Karma • Samajivikata
Bapak Cu Teng	Sifat <i>entrepreneurial</i> yang ditunjukkan melalui otonomi usaha berdasarkan pemanfaatan peluang usaha dan kemandirian ekonomi yang dilandasi oleh Usaha Benar dan pelaksanaan perspektif ekonomi Buddhis (Ekonomi Jalan Tengah), proaktif dalam pemanfaatan peluang usaha yang dilandasi oleh Dhamma serta Sila Mata Pencaharian Benar, serta upaya keunggulan bersaing dalam kompetisi usaha yang dilandasi oleh kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan dan karma.	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan (Tidak merugikan/menyakiti makhluk lain atau Ekonomi Jalan Tengah) • Dhamma • Mata Pencaharian Benar • Kebijaksanaan dalam konsep keseimbangan • Karma
Bapak Ferry	Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui otonomi usaha yang dilandasi oleh Pancasila Buddhis dan Mata Pencaharian Benar, pelaksanaan inovasi pada jalur usaha yang sesuai kemampuan dan jaringan usaha berdasarkan kepercayaan, pengambilan risiko pada risiko usaha yang rendah. Fokus pengembangan usaha pada investasi dengan risiko yang rendah yang dilandasi oleh perspektif Mattanutta, proaktif dalam usaha melalui upaya diversifikasi usaha pada investasi jenis usaha dengan risiko yang rendah.	Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Pancasila Buddhis • Mata Pencaharian Benar • Kepercayaan • Mattanutta

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Didi	<p>Orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui pelaksanaan otonomi usaha yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu arah timur : hubungan orang tua dan anak (menjaga baik harta warisan) dan Pattidana, pelaksanaan inovasi dan pengambilan risiko yang dilandasi karma dan Utthanasampada serta Arakkhasampada</p> <p>Upaya dalam menghadapi kompetisi melalui keyakinan dan maksimalisasi dalam pelayanan yang dilandasi perspektif Karma dan karakteristik ekonomi Buddhis yaitu Ekonomi Jalan Tengah dengan kesesuaian akan keseluruhan proses sebab akibat.</p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh wirusaha didasari oleh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arah timur : hubungan orang tua dan anak (menjaga baik harta warisan) • Karma • Utthanasampada • Arakkhasampada • Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan (Tidak merugikan/menyakiti makhluk lain atau Ekonomi Jalan Tengah

b. Peranan Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Po Seng	Keputusan keuangan pada penggunaan sumber dana internal yang bersumber dari hasil usaha maupun sumber pendanaan dari hubungan kepercayaan bisnis dengan rekanan usaha.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal dan berasal dari hubungan kepercayaan rekan usaha
Ibu Padma	Keputusan keuangan menggunakan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bilamana dibutuhkan. Keputusan keuangan dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu kesederhanaan, konsep keseimbangan serta Pancasila Buddhis.	Keputusan keuangan menggunakan sumber pendanaan secara hirarkis dengan dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu keseimbangan (kesederhanaan) dan Pancasila Buddhis

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Joni	Keputusan keuangan dengan menggunakan sumber modal internal dilandasi perspektif kesederhanaan dan keseimbangan serta Anana Sukha dan Panca Dhamma Karakteristik wirausaha yaitu sikap hemat dalam berwirausaha mendasari keputusan keuangan.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal yang dilandasi oleh konsep keseimbangan (kesederhaaan dan tidak berlebihan), Anana Sukha (kebahagiaan tidak memiliki hutang), Panca Dhamma yaitu Santuṭṭhi (merasa puas dengan apa yang dimiliki), dan karakteristik diri wirausaha (hemat)
Ibu Ango	Keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal didasari perspektif Samajivikata. Nilai agama Buddha sebagai legitimasi kognitif dalam pemilihan keputusan keuangan dengan risiko rendah.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal yang dilandasi oleh Samajivikata.
Ibu Mei Hwa	Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal pada tingkat risiko yang rendah.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal pada tingkat risiko yang rendah
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal yang dilandasi perspektif kebijaksanaan dari sikap hidup yang sewajarnya serta penghargaan terhadap kesederhanaan dan tujuan kesejahteraan.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal yang dilandasi oleh kebijaksanaan dari sikap hidup sewajarnya serta penitikberatkan pada kesederhanaan dan kesejahteraan.
Bapak Untung	Keputusan keuangan menggunakan sumber pendanaan internal yang didasari tujuan pencapaian kesejahteraan. dan pengaturan kekayaan (bhogavibhaga).	Sumber dana internal sebagai pendanaan usaha yang dilandasi oleh pencapaian kesejahteraan. dan pengaturan kekayaan (bhogavibhaga).
Bapak Susisno	Keputusan keuangan menggunakan sumber pendanaan internal didasari oleh perspektif Samajivikata dan Karma dalam perwujudan komitmen pembayaran hutang oleh wirausaha.	Sumber dana internal sebagai pendanaan usaha yang dilandasi oleh Samajivikata dan Karma.

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Ibu Ernawati	Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal maupun sumber pendanaan yang berasal dari rekanan terdekat dalam pelaksanaan usahanya yang didasari oleh perspektif Pancasila Buddhis dan Upekkha (keseimbangan batin).	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal maupun yang bersumber dari rekanan usaha berdasarkan kepercayaan yang dilandasi oleh Pancasila Buddhis dan Upekkha.
Bapak Salim	Keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal maupun aset pribadi dan sumber rekanan usaha yang dilandasi oleh kecenderungan akan pemilihan risiko usaha yang rendah dan nilai agama Buddha yaitu karma dan Pancasila Buddhis.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal maupun yang bersumber dari aset pribadi dan rekanan usaha berdasarkan kepercayaan yang dilandasi oleh karma dan Pancasila Buddhis.
Ibu Florensia	Keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal maupun rekan-rekan usaha dengan pertimbangan akan faktor risiko dan batas kemampuan internal.	Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal maupun sumber dana dari rekanan usaha.
Bapak Cu Teng	Keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal yang dilandasi nilai agama Buddha akan keseimbangan batin dengan sikap hidup yang sewajarnya, mata pencaharian benar dan usaha benar.	Keputusan keuangan dengan sumber dana internal yang dilandasi oleh nilai agama Buddha akan keseimbangan, mata pencaharian benar.
Bapak Ferry	Keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal dengan pertimbangan risiko dan karakteristik diri wirausaha yaitu hermat.	Sumber dana internal berdasarkan faktor risiko yang minimal dan manifestasi karakteristik diri wirausaha (irit).
Bapak Didi	Keputusan pendanaan dengan menggunakan sumber dana internal yang dilandasi oleh nilai agama Buddha akan aktivitas ekonomi yang dijiwai oleh Dhamma dengan pertimbangan keseluruhan proses sebab dan kondisi serta kebijaksanaan dari sikap hidup sewajarnya.	Sumber dana internal berdasarkan penerapan nilai agama Buddha akan Dhamma, karma dan kebijaksanaan.

c. Peranan Nilai Agama Buddha dalam Kinerja Wirausaha

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Po Seng	Kinerja wirausaha menekankan pada harmonisasi proses sebab akibat dan tiga aspek kehidupan manusia yang saling berhubungan yang didasari oleh nilai agama Buddha " <i>Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta</i> ".	Kinerja wirausaha didasari oleh <i>Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta</i>
Ibu Padma	Kinerja wirausaha ditujukan pada pencapaian pengembangan usaha yang sewajarnya dengan risiko yang rendah yang didasari oleh nilai agama Buddha yaitu <i>uphekha</i> (keseimbangan batin). Perspektif ketidakkekalan atau <i>annica</i> memberikan gambaran bahwa kinerja usaha sebagai proses yang mengalami perubahan.	Kinerja wirausaha didasari oleh <i>uphekha</i> (keseimbangan batin) dan ketidakkekalan atau <i>annica</i>
Bapak Joni	Kinerja wirausaha ditujukan untuk mendukung kehidupan maupun perkembangan manusia yang dilandasi oleh nilai agama Buddha akan penggunaan kekayaan yang terdapat dalam <i>Sutta Pitaka</i> .	Kinerja wirausaha didasari oleh penggunaan kekayaan yang terdapat dalam <i>Sutta Pitaka</i>
Ibu Ango	Kinerja wirausaha ditujukan bukan hanya dalam pencapaian finansial secara obyektif namun pada keseimbangan yang dilandasi nilai agama Buddha yaitu <i>uphekha</i> (keseimbangan batin).	Kinerja wirausaha didasari oleh <i>uphekha</i> (keseimbangan batin)
Ibu Mei Hwa	Kinerja wirausaha ditunjukkan sebagai sarana penerapan penggunaan kekayaan menurut nilai agama Buddha yang juga didasari oleh karma dan penerapan komitmen akan Sila yaitu Mata Pencaharian Benar.	Kinerja wirausaha didasari oleh penggunaan kekayaan, karma dan Mata Pencaharian Benar.
Ibu Wahyuni dan Bapak Inkata	Kinerja wirausaha ditujukan sebagai pencapaian usaha yang bermanfaat yang dilandasi perspektif Buddhisme penggunaan kekayaan dan kebijaksanaan dalam pemanfaatan usaha, sehingga usaha dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang bermanfaat,	Kinerja wirausaha didasari oleh penggunaan kekayaan dan kebijaksanaan.

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Untung	Kinerja wirausaha ditujukan untuk memenuhi kualitas kehidupan diri maupun keseimbangan dalam kesejahteraan kepada masyarakat sesuai dengan perspektif agama Buddha.	Kinerja wirausaha didasari oleh keseimbangan dan pencapaian kesejahteraan.
Bapak Susisno	Kinerja wirausaha ditujukan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dengan menjaga hasil usaha secara cermat serta pencapaian kesejahteraan karyawan.	Kinerja wirausaha didasari oleh Arakkhasampada (menjaga dengan hati-hati kekayaan yang diperoleh secara benar)
Ibu Ernawati	Kinerja wirausaha ditujukan sebagai sarana perbuatan kebajikan, mendukung kehidupan serta perkembangan manusia.	Kinerja wirausaha didasari oleh dengan nilai agama Buddha yaitu perbuatan kebajikan yaitu berdana dan kinerja usaha ditujukan untuk mendukung kehidupan dan perkembangan manusia.
Bapak Salim	Kinerja wirausaha pada pencapaian usaha yang bermanfaat dengan tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lainnya serta memberikan kewajaran dan kepatutan yang sesuai bagi pelanggan.	Kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha yaitu tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lain serta budaya Tionghoa yaitu Ceng Li atau kepatutan.
Ibu Florensia	Kinerja wirausaha pada tercapainya keselarasan akan keseimbangan dimana usaha yang dijalani tidak boleh menjadi suatu sumber kekhawatiran yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu kebijaksanaan dan keselarasan akan keseimbangan serta karma dan sikap mental akan kekayaan.	Kinerja wirausaha didasari oleh kebijaksanaan dan keselarasan akan keseimbangan serta karma dan sikap mental akan kekayaan.
Bapak Cu Teng	Kinerja wirausaha ditujukan untuk mendukung perbuatan baik seperti penciptaan lapangan pekerjaan sesuai dengan karakteristik ekonomi Buddhis yaitu tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lainnya.	Kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha yaitu tidak merugikan diri sendiri maupun makhluk lainnya.

Informan	Deskripsi Naratif	Kesesuaian Tema
Bapak Ferry	Kinerja wirausaha ditujukan untuk pencapaian kesejahteraan dan kebahagiaan karena tidak adanya hutang yang didasari oleh nilai agama Buddha yaitu pencapaian kesejahteraan yang mengarah kepada konsumsi yang bijak dan <i>Anana Sukha</i> (kebahagiaan karena tidak memiliki hutang).	Kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha yaitu kesejahteraan dan <i>Anana Sukha</i> .
Bapak Didi	Kinerja wirausaha ditujukan untuk pencapaian akan keseimbangan batin yang didasari oleh nilai agama Buddha yaitu kesederhanaan, keseimbangan dan tidak berlebihan, pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan dan karma yang menjadi dasar dalam pencapaian kinerja wirausaha.	Kinerja wirausaha didasari oleh kesederhanaan, keseimbangan dan tidak berlebihan serta konsep Buddhisme yaitu pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan dan karma.

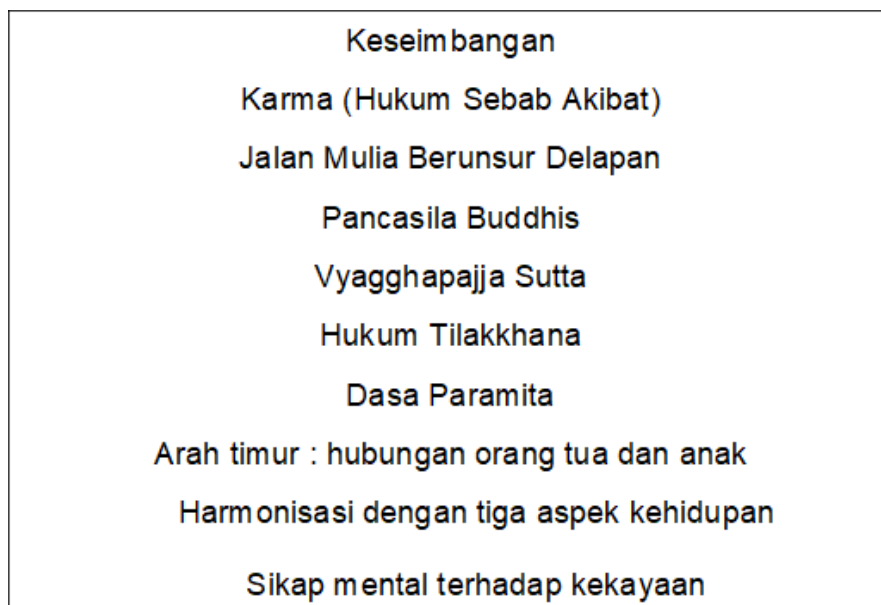
4.9 Analisis Tema

Analisis tema dilakukan untuk menentukan tema-tema yang bersifat tersirat dan tersurat yang berulang pada sejumlah domain dan berperan sebagai penghubung. Analisis tema digunakan untuk upaya menggali keterkaitan yang menggabungkan lintas domain yang tersusun dari runtunan analisis domain, taksonomi, dan komponensial serta deksripsi naratif yang menyusun suatu aritektur tema. Gambar 4.25 menyajikan tema yang menggambarkan peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan. Tema untuk semua informan diperiksa dan kesamaan muncul di seluruh informan yang menghasilkan perwakilan tema utama terakhir dari semua informan. Analisis tema atas peranan

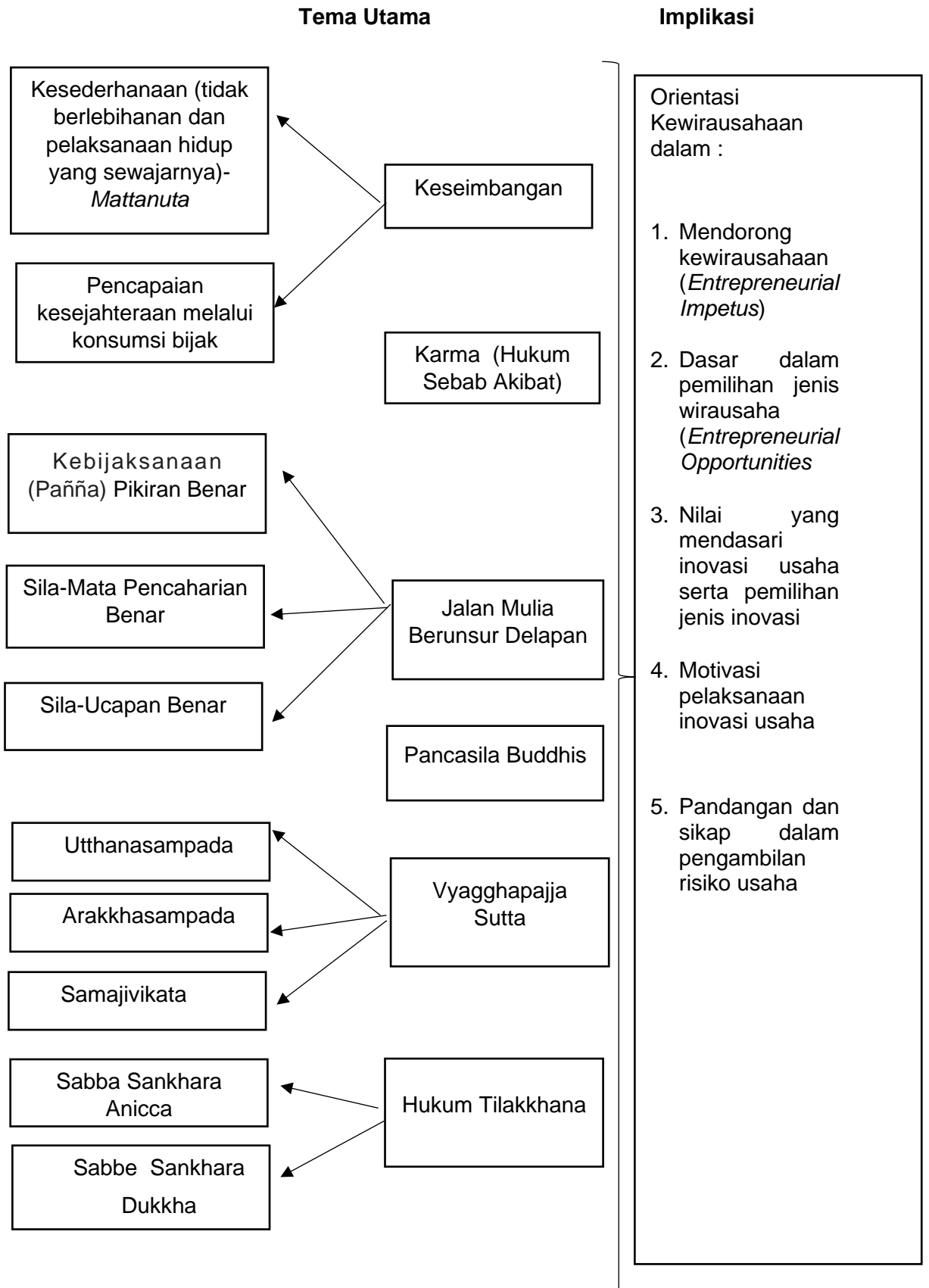
nilai agama Buddha yang melatarbelakangi orientasi kewirausahaan maka diperoleh tema-tema utama penelitian sebagai berikut:

Gambar 4.25

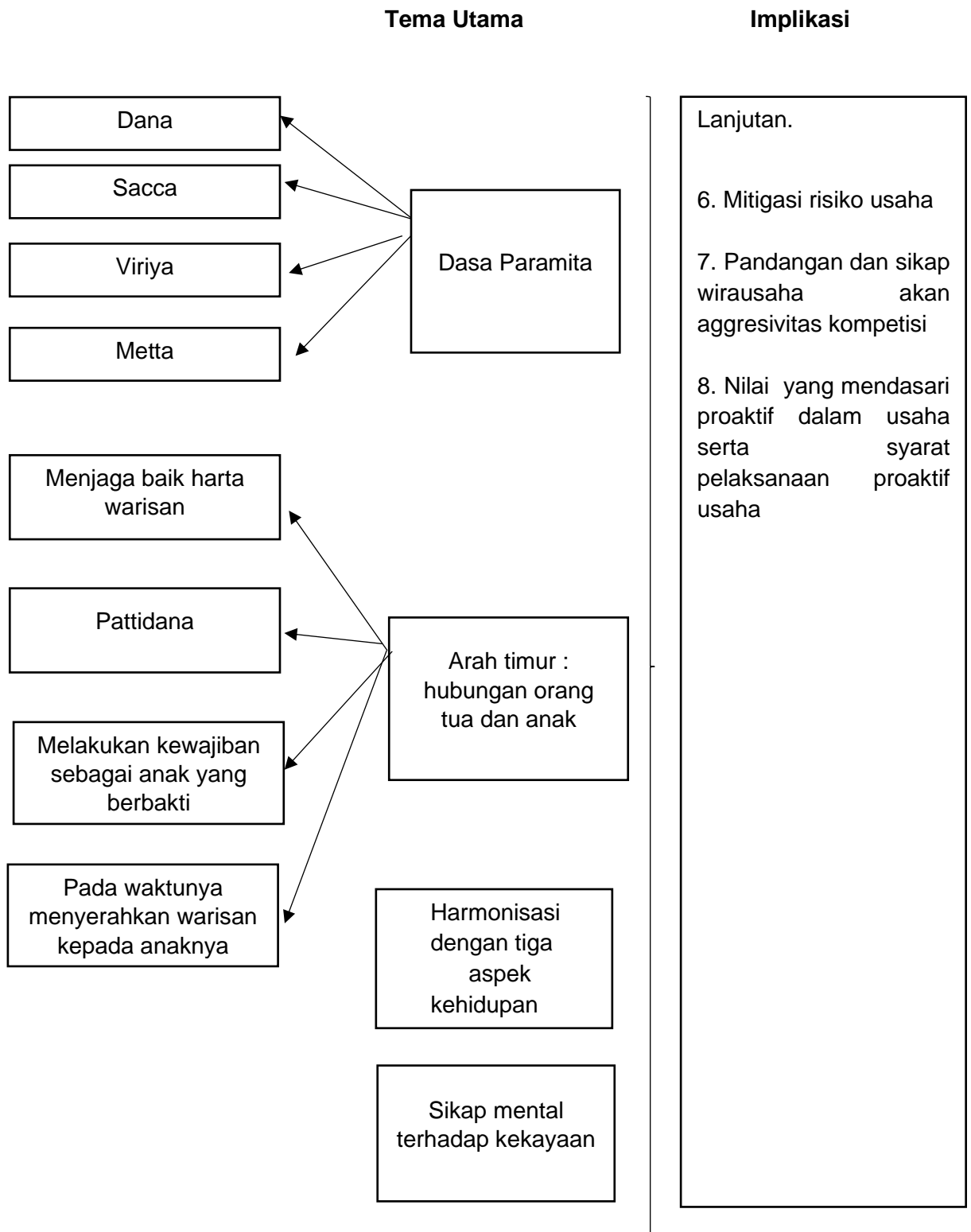
**Analisis Tema: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi
Kewirausahaan**



Lanjutan Gambar 4.25 :



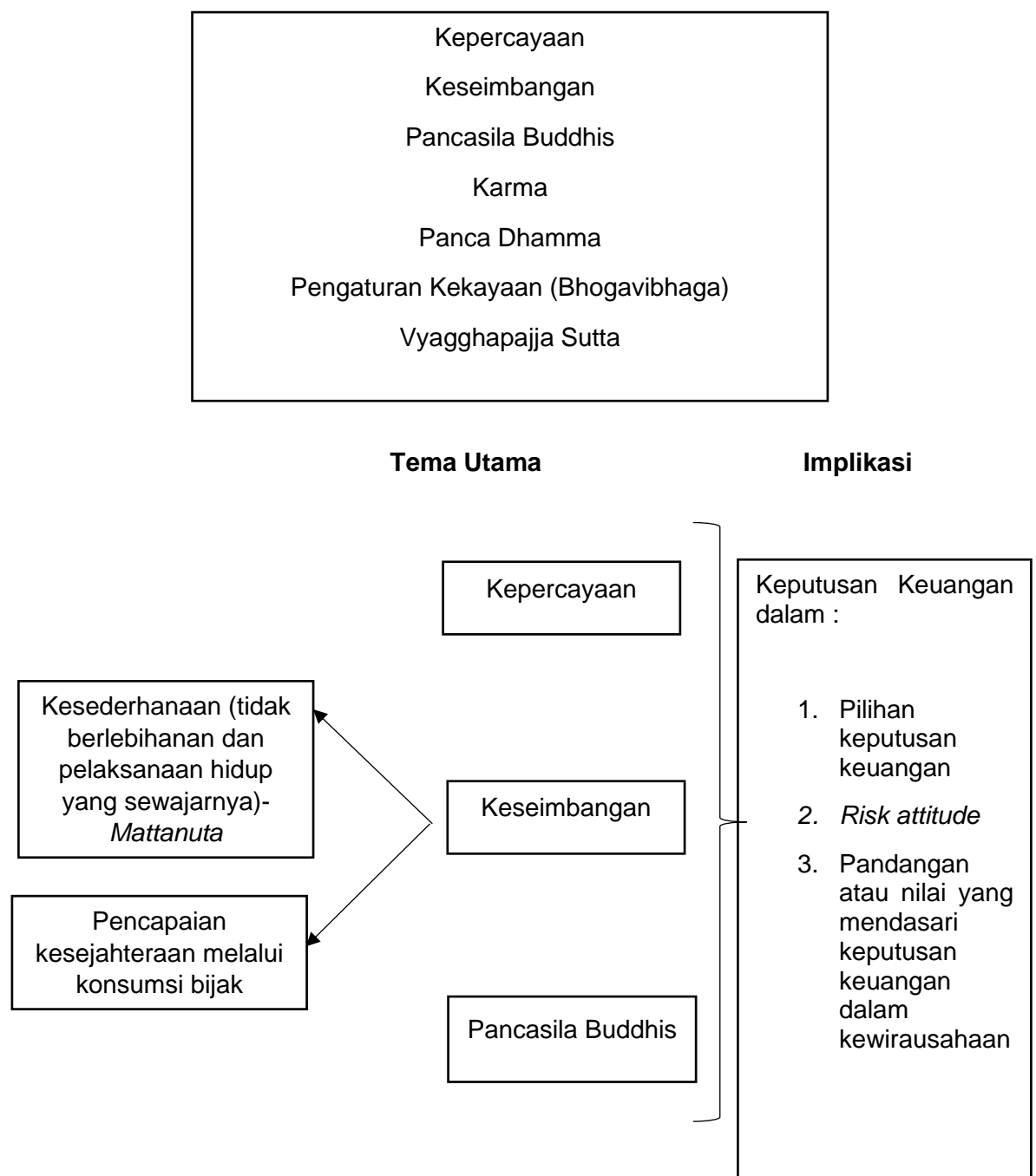
Lanjutan Gambar 4.25 :

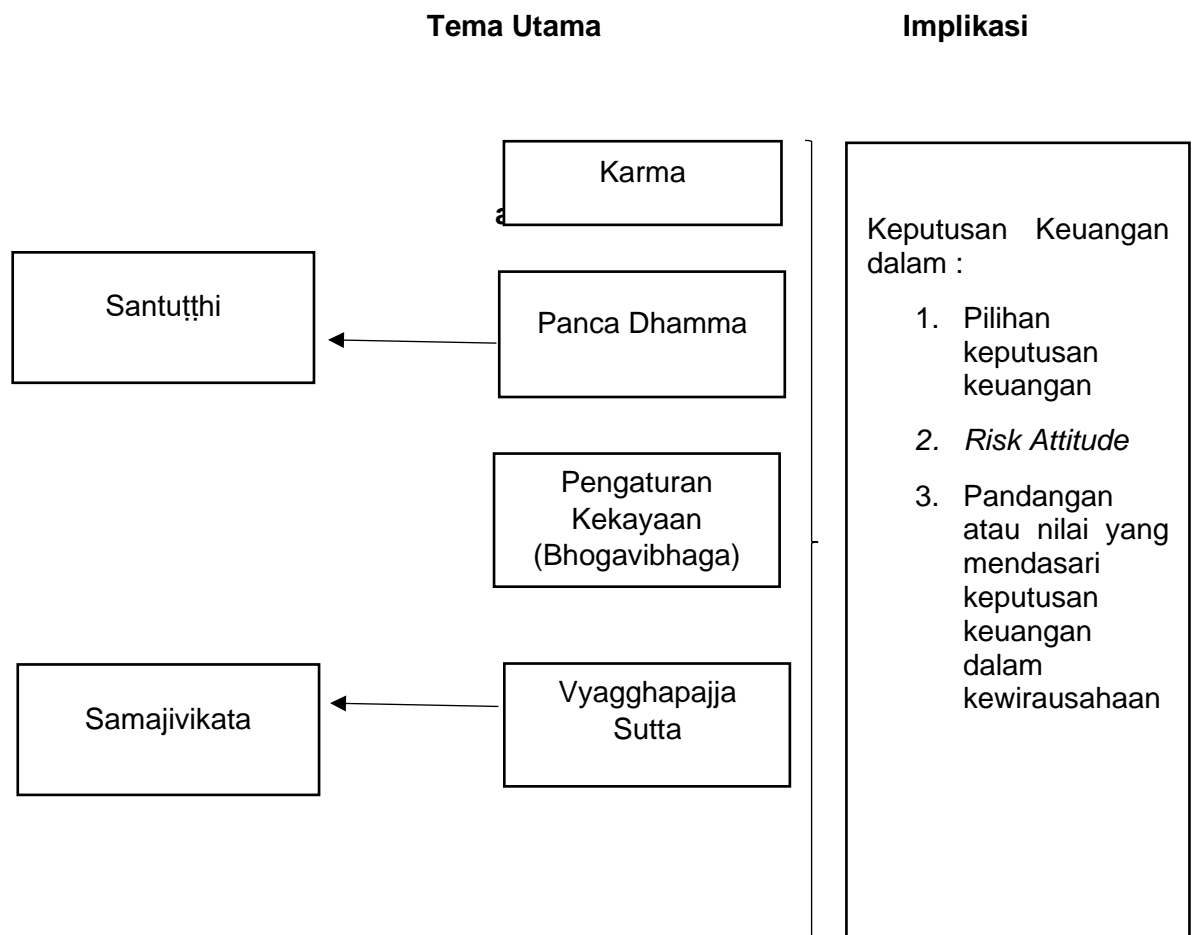


Gambar 4.26 menyajikan tema yang menggambarkan peranan nilai agama Buddha dalam keputusan keuangan .

Gambar 4.26

Analisis Tema: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan

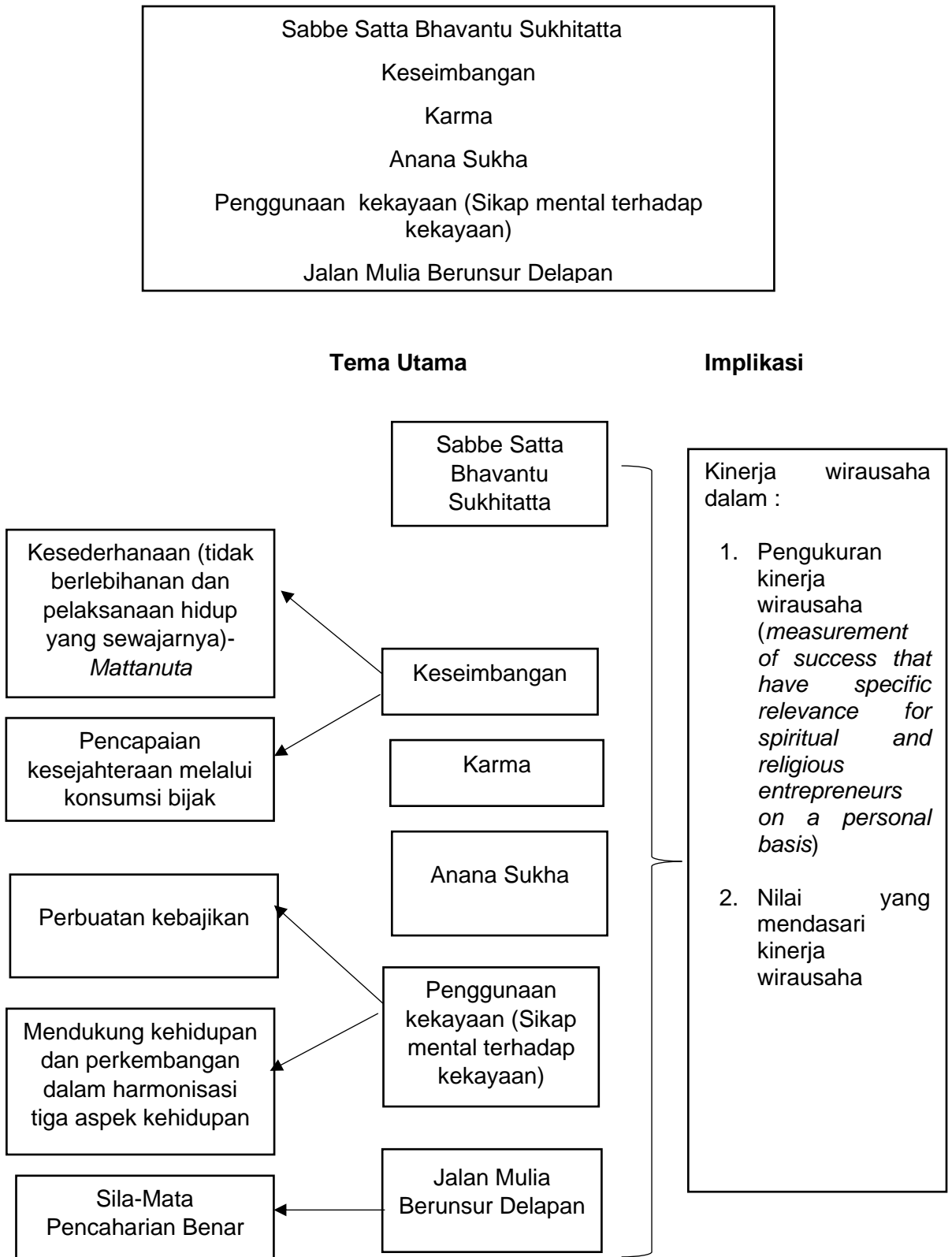


Lanjutan Gambar 4.26 :

Analisis tema atas peranan nilai agama Buddha yang melatarbelakangi keputusan kinerja wirausaha maka diperoleh tema-tema penelitian yang menyajikan tema yang menggambarkan peranan nilai agama Buddha dalam kinerja wirausaha dalam gambar 4.7 sebagai berikut:

Gambar 4.27

Analisis Tema: Peranan Nilai Agama Buddha dalam Kinerja Wirausaha



4.10 Kesimpulan Tema

Bab ini menyajikan temuan penelitian dari studi fenomenologi pada UKW Buddhis yang sukses akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan Kinerja wirausaha . Tema-tema yang diturunkan dari tahapan analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengalaman esensial yang secara umum atas peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha pada UKW Buddhis. Pengalaman esensial umum terdiri dari tema-tema yang terbagi dalam tiga bagian sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.28

Tema Utama Penelitian

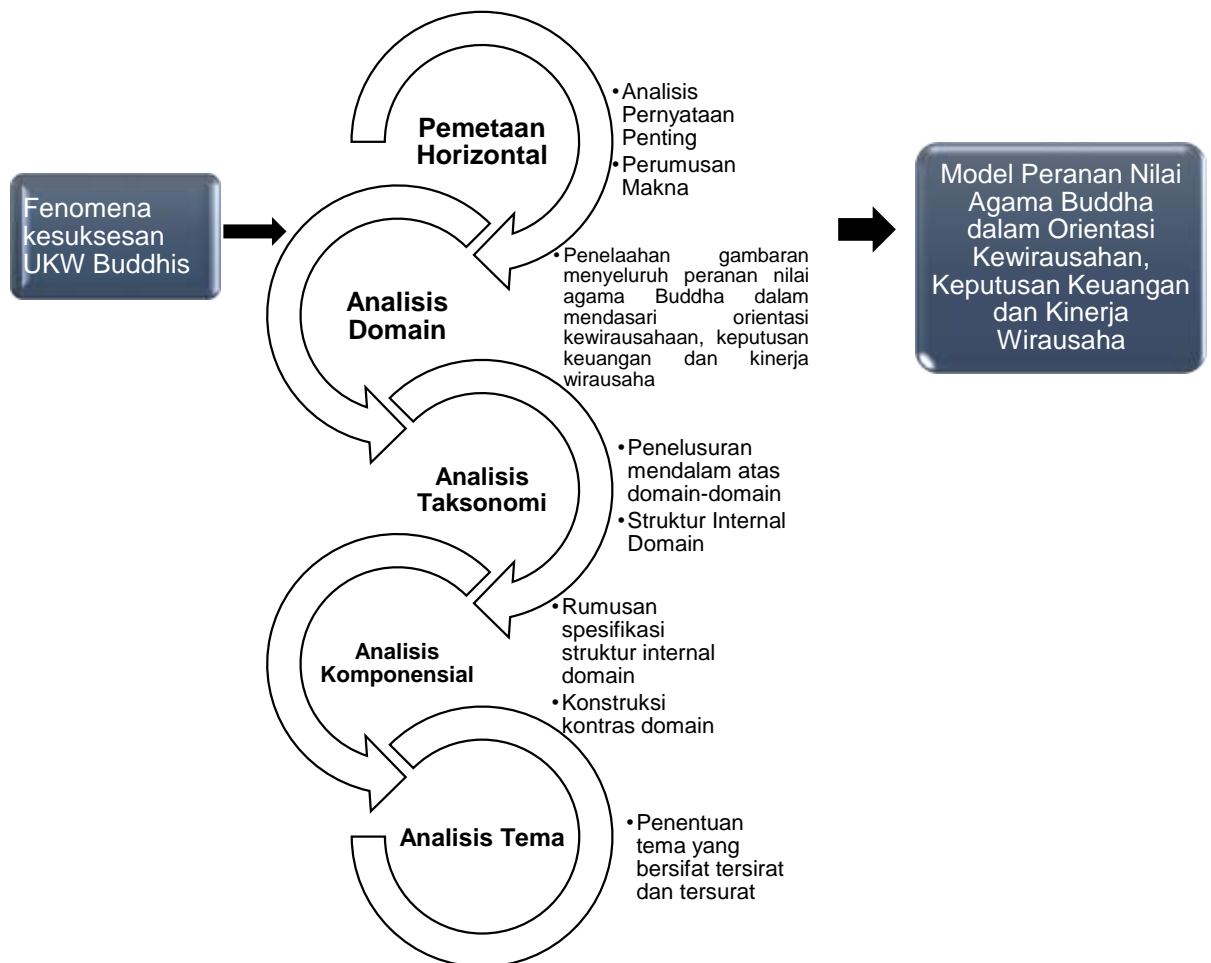
Orientasi Kewirausahaan	Keputusan Keuangan	Kinerja Wirausaha
<ul style="list-style-type: none"> •Keseimbangan •Karma (Hukum Sebab Akibat) •Jalan Mulia Berunsur Delapan •Pancasila Buddhis •Vyagghapajja Sutta •Hukum Tilakkhana •Dasa Paramita •Arah timur : hubungan orang tua dan anak •Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan •Sikap mental terhadap kekayaan 	<ul style="list-style-type: none"> •Kepercayaan •Keseimbangan •Pancasila Buddhis •Karma •Panca Dhamma •Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga) •Vyagghapajja Sutta 	<ul style="list-style-type: none"> •Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta •Keseimbangan •Karma •Anana Sukha •Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap kekayaan) •Jalan Mulia Berunsur Delapan

4.11 Gambaran Tahapan Analisis Data

Gambaran ini menjelaskan prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Tahapan ini menggambarkan tahapan analisis data dan menunjukkan proses penentuan tema akhir. Tema-tema yang dihasilkan menunjukkan kesamaan pengalaman penting esensi dari pengalaman UKW Buddhis. Berdasarkan tema-tema tersebut maka dibangun suatu model teoritik yang terintegrasi tentang peran budaya yaitu agama Buddha dan nilai-nilainya dalam kaitannya dengan interaksinya pada orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan serta kebermanfaatannya pada kinerja wirausaha.

Gambar 4.29

Tahapan Analisis Data



4.12 Keabsahan Data Penelitian

Pengecekan terhadap keabsahan data perlu dilakukan untuk memastikan bahwa data sebagai hasil penelitian adalah sah. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan metode yang digunakan untuk menguji keabsahan data yaitu: (1). kredibilitas, (2) transferabilitas, (3) ketergantungan, dan (4) konfirmasi.

1. Kredibilitas

Kredibilitas dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan sejauh mana peneliti merepresentasikan pengalaman informan. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan triangulasi, (data, teori, pakar, metode), *member checking* dan *research reflectivity*. Triangulasi dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan ungkapan verbal yang diperoleh dari hasil wawancara dari setiap informan antar waktu sehingga dapat diperoleh konsistensi dari informasi tersebut. Triangulasi dalam penelitian ini juga diperoleh dengan memanfaatkan informan-informan yang relevan dengan penelitian ini (*multiple participant*). Informan-informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah UKW Buddhis yang sukses dengan lamanya pengalaman dan jenis usaha yang bervariasi. Dari 14 informan yang digunakan dalam penelitian ini, salah satunya adalah UKW Buddhis yang merupakan keturunan etnis Jawa sedangkan 13 informan lainnya adalah UKW Buddhis dengan keturunan etnis Tionghoa. 14 informan tersebut memenuhi kriteria informan yang ditetapkan adalah UKW Buddhis yang sukses.

Triangulasi teori dilaksanakan dengan membandingkan antara data lapangan dengan teori yang digunakan. Penelitian mendukung teori-teori yang digunakan untuk mengangkat keniscayaan peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari dan mendorong kewirausahaan yaitu teori yaitu *theory of economic development*, teori sosiologi kewirausahaan, teori nilai, teori institusional dan teori identitas. *Theory of economic development* digunakan untuk menggambarkan peran agama sebagai suatu modal spiritual dengan jaringan eksternalitasnya yang mendasari praktik penerapan bisnis dan pilihan wirausaha dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. *Theory of economic development* dapat digunakan dalam

pengembangan penelitian terkait *entrepreneurial orientation* dalam mengungkap peranan nilai religi dalam mendasari *entrepreneurial venture*. Data lapangan menemukan adanya nilai-nilai agama Buddha yang mendasari dorongan pembentukan usaha (*entrepreneurial impetus*) dan pilihan jenis usaha. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat relevansi antara temuan data lapangan dengan *Theory of economic development*.

Teori nilai dan sosiologi kewirausahaan juga digunakan untuk menunjukkan bahwa keyakinan agama dapat membentuk suatu perilaku ekonomi dan nilai religi mendasari praktik bisnis yang dijalankan oleh wirausaha, serta komitmen pada pedoman serta nilai agama mendasari pelaksanaan nilai-nilai yang memungkinkan mendorong inovasi, pemikiran dan tindakan independen. Teori nilai juga memberikan suatu perspektif teoritis mengenai bagaimana nilai-nilai kognitif agama mendasari keputusan keuangan. Data lapangan menemukan adanya faktisitas konstruksi nilai-nilai keagamaan Buddhis yang muncul dalam perilaku kewirausahaan baik dalam pengambilan risiko, inovasi usaha, agresivitas kompetitif dan proaktif usaha. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat relevansi antara temuan data lapangan dengan teori nilai dan sosiologi kewirausahaan.

Teori institusional digunakan untuk mengungkap pembentukan suatu organisasi melalui seperangkat kepercayaan, aturan, norma dan teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu legitimasi terbentuk melalui pencapaian kinerja. Teori ini dapat digunakan untuk memahami dan mengungkap peranan agama dan nilai-nilainya dalam salah satu tujuan penelitian ini yaitu terkait pengukuran keberhasilan bisnis seorang wirausaha dengan menggunakan basis pengukuran yang personal seperti pencapaian pada komunitas, pelanggan

maupun pemangku kepentingan lainnya. Data lapangan menemukan adanya nilai-nilai agama Buddha yang mendasari dalam pengukuran Kinerja wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat relevansi antara temuan data lapangan dengan teori institusional.

Teori identitas digunakan untuk menggambarkan peran identitas keagamaan dalam memberikan makna dan arti yang esensial dalam tindakan kewirausahaan (Powell dan Baker, 2014). Identitas peran keagamaan dapat memberikan landasan fundamental bagi setiap tindakan kewirausahaan yang menggambarkan agama dan sistem kepercayaan yang diyakini oleh sekelompok sosial dapat mendorong dan mendasari orientasi kewirausahaan (Tajfel dan Turner, 1979; Dana, 2009; Ysseldyk *et al.*, 2010). Data lapangan memberikan gambaran akan peranan agama dan nilai-nilai dalam memfasilitasi bagaimana wirausaha berperilaku dalam kewirausahaan khususnya dalam pengambilan risiko, inovasi usaha, agresivitas kompetitif dan proaktif usaha. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat relevansi antara temuan data lapangan dengan teori identitas.

Teori struktur modal yaitu *Pecking Order Theory* (Myers, 1984) bahwa perusahaan lebih memilih menggunakan sumber dana internal dibandingkan dengan menggunakan sumber dana eksternal dan dalam teori perilaku keuangan (*behavioral finance theory*) yang menemukan adanya perilaku irasional dalam pengambilan keputusan investasi (Kahneman dan Tversky, 1979). Data lapangan menemukan pemilihan keputusan keuangan dan perilaku UKW Buddhis sukses dalam pengambilan keputusan keuangan yang dilatarbelakangi oleh nilai-nilai agamis. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat relevansi antara data lapangan dengan teori struktur modal dan ilmu perilaku keuangan.

Triangulasi teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dengan hasil pengamatan langsung di lokasi usaha dan dokumentasi pengamatan. Hasil wawancara tentang penerapan karma baik, sikap mental dan penggunaan kekayaan serta bentuk-bentuk upaya penerapan kebajikan untuk kebermanfaatan kinerja usaha yang dilakukan oleh informan, disesuaikan dengan pengamatan langsung di lapangan dan bukti foto berupa kegiatan sosial, *fangsen*, *pattidana*. Berdasarkan perbandingan tersebut, maka terdapat keselarasan antara hasil wawancara dari informan dan hasil observasi langsung serta dokumentasi berupa bukti foto.

Member Checking juga dilakukan dengan tujuan mengecek temuan penelitian dengan informan untuk menjamin keakuratan temuan data lapangan. Peneliti melakukan *Member Checking* melalui pengecekan informasi kembali atas transkrip wawancara kepada masing-masing informan dengan cara menyerahkan transkrip hasil wawancara untuk kemudian diperiksa dan memastikan adanya penambahan informan oleh informan.

2. Transferabilitas, ketergantungan dan konfirmabilitas

Dalam pelaksanaan penelitian guna menguji keabsahan data maka disusun jurnal reflektif yang berisi refleksi pribadi, reaksi peneliti maupun informan, dan keputusan metodologis. Jurnal reflektif juga termasuk diskusi dengan tim Promotor disertasi penelitian dan rekan penelitian kualitatif untuk peneliti renungkan proses yang terjadi selama penelitian. Untuk kepentingan kebergantungan maka wawancara diusahakan langsung ke tempat informan melakukan aktivitas usahanya ataupun kunjungan peneliti ke lokasi usaha informan dengan harapan

pengambilan datanya lebih akurat dan peneliti dapat melakukan pemotretan obyek, dan mencatat informasi.

External audit bertujuan untuk menghindari bias atas hasil temuan penelitian, sehingga peneliti perlu melakukan cek silang dengan seseorang di luar penelitian, misalnya seorang pakar atau ahli yang dapat memberikan penilaian secara berimbang. Penggunaan auditor luar bertujuan untuk meningkatkan tingkat ketergantungan dan konfirmabilitas melalui pemeriksaan mereka terhadap prosedur analisis data dan hasil. Eksternal audit dilakukan dengan cara meminta pendapat orang di luar penelitian (mereka yang tidak terlibat dalam seluruh proses penelitian), yaitu Pemuka agama Buddha yaitu Bhante Dhamiko Terra. Peneliti berdiskusi dengan temuan penelitian, yaitu nilai-nilai agama Buddha yang melatarbelakangi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha melalui manifestasi nilai-nilai pribadi agama dalam kehidupan wirausaha dan keberhasilan usahanya. Temuan data lapangan memberikan pemahaman yang sama akan konsep ekonomi dalam Buddhis bahwa konsep ekonomi harus memberikan manfaat kepada banyak orang dengan tidak merugikan diri sendiri, tidak merugikan orang lain, juga tidak merugikan lingkungan. Namun demikian, diperlukan penerapan Dhamma sebagai pedoman dan pegangan hidup bagi umat Buddha termasuk ketika pelaksanaan prinsip usaha ekonomi sehingga wirausaha yang dijalankannya tidak membawa kerugian untuk diri dan keluarganya, orang lain dan lingkungannya.

External audit juga dilakukan dengan berdiskusi dengan Bapak Marga Singgih selaku Ketua Perkumpulan Tridharma (Sam Kauw Hwee) untuk meminta pendapat atas hasil temuan penelitian dan disampaikan pemahaman yang sama

akan temuan penelitian bahwa konsep ekonomi dalam agama Buddha berprinsip melaksanakan mata pencaharian yang benar dan tidak melanggar Pancasila Buddhis melalui pengamalan nilai-nilai agama Buddha.

Gambar 4.30

Wawancara dengan Bapak Marga Singgih



BAB V

ANALISIS DATA DAN PROPOSISI

Bab ini memuat analisis data, proposisi dan modal mengenai peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan Kinerja wirausaha. Hasil studi fenomenologi memberikan gambaran mendalam tentang pengalaman UKW Buddhis akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan Kinerja wirausaha .

5.1 Nilai Agama Buddha Dalam Orientasi Kewirausahaan

Bagian ini membahas peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan dalam realitas UKW Buddhis sukses di Kota Bekasi. Penelaahan data tidak hanya spesifik pada pengalaman yang disampaikan oleh informan, namun juga melalui pengkajian literatur ajaran agama Buddha, jurnal dan buku terkait sebagai konstruksi kesadaran historis yang diyakini menjadi nilai dasar Buddhis yang dimanifestasi oleh UKW Buddhis. Orientasi kewirausahaan mencakup proses pengambilan keputusan dalam tujuan pembentukan entri baru dengan dimensi kunci yaitu kecenderungan akan otonomi, inovatif, pengambilan risiko, agresivitas kompetitif dan proaktif (Lumpkin dan Dess, 1996). Manifestasi nilai-nilai agama Buddha dalam dimensi orientasi kewirausahaan yang disampaikan nforman berdasarkan pengalamannya merupakan peristiwa pribadi yang secara intensional mendasari praktik kewirausahaan.

Terdapat tema universal dari setiap informan akan peranan nilai agama

Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan yaitu pencapaian keseimbangan. Pencapaian keseimbangan memiliki dua subtema yaitu kesederhanaan (tidak berlebihan dan pelaksanaan hidup yang sewajarnya) atau *Mattanuta* dan pencapaian kesejahteraan melalui konsumsi bijak. Bagian ini memberikan ringkasan dari arti pencapaian keseimbangan dalam orientasi kewirausahaan.

5.1.1 Kesederhanaan (tidak berlebihan dan pelaksanaan hidup yang sewajarnya)

Dalam agama Buddha, kegiatan ekonomi berorientasi kepada kualitas pencapaian kesejahteraan melalui kebijaksanaan akan sikap hidup yang tidak berlebihan dan sewajarnya (Payutto, 1994). Konsep keseimbangan dalam agama Buddha yaitu *Mattanuta* dengan pemahaman pelaksanaan aktivitas ekonomi yang mengarah kepada pencapaian kualitas kehidupan (Payutto, 1994) memberikan suatu perspektif rekonsiliasi perbedaan motivasi kewirausahaan yang berfokus pencapaian motif ekonomi dengan penerapan akan kepatuhan pada prinsip agama.

Berdasarkan esensi pengalaman informan diperoleh intersubjektivitas atau kesamaan pemahaman pengalaman antar informan akan konsep keseimbangan dalam orientasi kewirausahaan. Pemahaman akan pelaksanaan hidup yang sewajarnya untuk pencapaian kesejahteraan memberikan suatu kesadaran akan peranan agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan,. Peranan yang mendasari dimensi orientasi kewirausahaan dalam inovasi pemilihan jenis inovasi usaha, pandangan dan sikap wirausaha akan agresivitas kompetisi, dan sikap proaktif dalam usaha. Berdasarkan pengalaman yang diungkap oleh informan terdapat

independensi dalam pelaksanaan kewirausahaan yang dapat memfasilitasi penerapan tujuan non-ekonomi yaitu penerapan nilai agama Buddha akan keseimbangan batin. Dalam Dhammapada 204 agama Buddha disampaikan bahwa kesehatan merupakan keuntungan yang paling besar, kepuasan adalah kekayaan yang paling berharga, kepercayaan adalah saudara yang paling baik dan Nibbana adalah kebahagiaan yang tertinggi.

Dhammapada 204 (Sangasumana, 2019) memaparkan mengenai *Arōgyā paramā lābhā* (Kesejahteraan Material), *santutthi paramam dhanam* (Kesejahteraan mental), *vissāsa paramā nāthi* (Kesejahteraan sosial) dan *Nibbānan paramam sukhan* (Kesejahteraan spiritual). Berdasarkan penuturan pengalaman informan, pelaksanaan kewirausahaan ditujukan untuk pemenuhan penghidupan namun juga memperhatikan pencapaian dalam sisi kepuasan batin. Sikap kesederhanaan atau tidak berlebihan menunjukkan bahwa kegiatan usaha tidak diarahkan semata sebagai sarana pemenuhan keinginan wirausaha namun merupakan perwujudan kontrol akan kualitas pencapaian kewirausahaan. Konsep keseimbangan batin berkaitan dengan Empat Kebenaran Mulia. KONSEPSI Empat Kebenaran Mulia memaparkan pandangan bahwa kehidupan merupakan penderitaan yang di dalamnya terdapat ketidakpuasan maupun ketidakkekalan, keinginan yang berlebihan atau keserakahan (*tanha*) dan ketidaktahuan (*avijja*) sebagai pangkal dari penderitaan hidup; upaya melenyapkan keserakahan (*lobha*), kebencian (*dosa*), dan kebodohan batin (*moha*) untuk mengurangi penderitaan; dan *Hasta Ariya Magha* atau Jalan Mulia Berunsur Delapan yang umat Buddha gunakan sebagai jalan universal untuk menghilangkan penderitaan untuk mencapainya tujuan akhir nirwana (Du, 2014; Pace, 2013; Hansen, 2008).

Agama Buddha memberikan suatu pandangan bahwa pengendalian akan

keinginan dapat mengurangi penderitaan (Brazier, 2003). Pengendalian akan keinginan yang tidak terbatas ditunjukkan sebagai otoritas diri dalam konsep kesederhanaan dan pencapaian kesejahteraan. Perspektif Buddhis akan keseimbangan dikenal sebagai *Mattanuta* yaitu kesadaran mengenai keseimbangan melalui pemahaman konsumsi bijak (Payutto, 1994). Sikap hidup akan kesederhanaan digunakan untuk mengurangi investasi yang berlebihan dalam inovasi usaha yang berkaitan dengan pengejaran keinginan yang berlebihan. Bentuk inovasi usaha yang dipilih oleh UKW Buddhis mempertimbangkan terciptanya keseimbangan pada kualitas kehidupan maupun kebahagiaan yang memberikan ketenangan dan kedamaian. Inovasi usaha memperhatikan keselarasan mengenai konsep akan keseimbangan dimana prinsip Empat Kebenaran Mulia dan Tiga Corak Kehidupan (Hukum *Tilakkhana*) mendasari pengambilan bentuk inovasi usaha yang berlebihan. Nilai agama Buddha berperan sebagai sistem informal dan mekanisme formal yang memiliki dampak pada mitigasi inovasi usaha yang berlebihan. Sebagaimana penjelasan UKW Buddhis berikut ini:

Untuk pempek ini, awalnya saya dagang hanya yang ukuran jumbo dan kecil. Sekarang saya bikin juga yang ukuran menengah, jadi awalnya 2 macam harga sekarang jadi 3 macam harga. Saya kembangkan sederhana saja. Bagi saya harus *balance* antara agama dan mata pencaharian dengan rajin beribadah, usaha yang keras dan sebab akibat yang kita pegang. Kita harus berpikir risiko dari setiap inovasi atau tindakan yang kita lakukan (Ango).

Pemaparan UKW Buddhis menitikberatkan makna kesederhanaan pada esensi pentingnya pencapaian kesejahteraan melalui evaluasi dan pembatasan diri pada bentuk pelaksanaan inovasi usaha yang berlebihan dan pencapaian pemanfaatan usaha yang bijak untuk kualitas kehidupan. UKW Buddhis

memamparkan bentuk pilihan inovasi usaha yang disesuaikan dengan pendekatan risiko yang dipilih. Penerapan nilai agama mempengaruhi perilaku kewirausahaan yang berkaitan dengan pengambilan risiko atau *entrepreneurial risk taking* (Liu *et al.*, 2019; Covin dan Slevin, 1991; Kriger dan Seng 2005).

Sebagaimana yang disampaikan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Mulai dari 1990an, saya mulai jual baju seragam sekolah dan masuk ke tahun 2000an, saya mulai jual seragam pemda, seragam pegawai negeri. Kalau jual seragam *kan* risikonya tidak terlalu besar, tidak seperti baju *fashion* yang modelnya cepat ganti. Kalau mengikuti *fashion*, bisa 1-2 bulan berlalu sudah ganti model lagi, nanti yang tidak laku terjual saya obral. Saya mulai menjual seragam karena risikonya lebih rendah. Kalau bersaing dengan Mall dan supermarket saya menyerah, kalah model kalau *fashion*. Saat ini saja pengunjung saya *kan* kebanyakan langganan yang sudah puluhan tahun atau pembeli umum yang memang mencari seragam sekolah, baju koko untuk lebaran, atau kain sarung. Ada juga pembeli saya yang beli baju untuk orang tuanya, karena orang tuanya tidak mau beli baju kalau bukan di toko Sinar Terang (Ernawati).

Hal yang serupa juga disampaikan oleh UKW Buddhis Ibu Padma sebagai berikut:

Dari awal mama saya berjualan seragam sekolah. Saya sekarang jual kerudung, serbet, pakaian *baby*, pakaian dalam tadinya saya *ngak*. Saya juga jual celana *training* dan sabuk sekolah karena ada hubungannya dengan seragam sekolah juga. Kalau *ngak* begitu saya repot.. Kalau seragam *kan* saya bebas milih mau ukuran apa. S, M, XL suka-suka. Bagi saya inovasi *yah* tuntutan kalau tidak akan *kelindes*, namun sewajarnya saja karena semua *kan* *ngak* ada yang abadi *kan* Anicca (Padma).

Penjelasan UKW Buddhis memberikan gambaran bahwa konsep keseimbangan memberikan suatu dorongan kepada UKW Buddhis untuk memaknai dunia usaha sebagai beban perspektif duniawi. Konsep keseimbangan digunakan dalam menilai keputusan pengambilan risiko kewirausahaan seperti

pemilihan jenis inovasi usaha. Konsep keseimbangan dan ketidakkekalan dari perspektif Buddhis memberikan pandangan UKW Buddhis dalam penghindaran risiko dalam kewirausahaan. Temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Chan *et al.*, 2014; Neubert *et al.*, 2017; Marques, 2012 bahwa perspektif Buddhis karma dan ketidakkekalan memberikan pandangan bahwa risiko kewirausahaan merupakan hal yang tidak kekal dimana wirausaha memiliki kendali untuk menentukan nasib usaha yang dijalani yang mendorong pengambilan risiko yang lebih besar. Penelitian ini memberikan pandangan bahwa perspektif Buddhis akan keseimbangan mendasari sikap pengambilan risiko kewirausahaan yang rendah dan terukur sesuai dengan batas kemampuan wirausaha demi menghindari terjadinya dampak yang merugikan dari kegiatan kewirausahaan yang tidak terkendali. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa agama mendasari perilaku wirausaha dan keputusan vital kewirausahaan dalam pengambilan risiko berkaitan dengan inovasi strategis wirausaha dalam bentuk modal spiritual sesuai dengan studi oleh Allport, 1996; Neubert *et al.*, 2017 dimana religiusitas secara intrinsik merepresentasikan pemahaman inovasi bisnis.

Perspektif Buddhis akan keseimbangan memberikan pemahaman pada pemilihan bentuk inovasi usaha yang tidak hanya menitikberatkan pada pemenuhan kepuasan pelanggan untuk mencapai posisi pasar, namun pada perwujudannya dalam peningkatan kualitas kehidupan. Makna kualitas kehidupan bagi UKW Buddhis adalah tidak hilangnya kesejahteraan dengan timbulnya ketidakseimbangan hidup, menurunnya kesehatan dan kebahagiaan (Payutto, 1994). Pengambilan risiko kewirausahaan oleh UKW Buddhis menggambarkan bahwa keputusan strategis inovasi usaha yang memiliki risiko mempertimbangkan dampak keputusan tersebut pada kualitas kehidupan dengan

kecenderungan pengambilan risiko yang tidak berlebihan atau risiko yang rendah sesuai dengan batas kemampuan sesuai dengan penerapan *Mattanuta* dalam Buddhisme.

Dalam praktik kewirausahaan, UKW Buddhis mempertimbangkan adanya risiko spiritual selain risiko operasional, risiko keuangan maupun risiko lainnya seperti kebijakan Pemerintah dan kondisi politik. Oleh karenanya, pengambilan risiko kewirausahaan diarahkan pada risiko usaha yang rendah dengan memperhatikan keselarasan keberhasilan kewirausahaan pada tujuan agama Buddha. Praktik manajemen risiko UKW Buddhis identik dengan perspektif ekonomi Buddhis yaitu peranan aktivitas ekonomi dalam memberikan kesempatan bagi individu untuk berkembang baik secara internal dan sosial dengan tidak hanya menjadikan kegiatan ekonomi sebagai sarana pemenuhan egoisme kebutuhan individu (Payutto, 1994). Aktivitas kewirausahaan ditujukan untuk pencapaian kesejahteraan melalui penciptaan keseimbangan dalam keseluruhan struktur kehidupan. Praktik manajemen risiko kewirausahaan bagi UKW Buddhis diidentikan dengan upaya untuk mengeliminir risiko salah satunya adalah risiko spiritual melalui penerapan konsepsi keseimbangan untuk mencapai kesejahteraan yang menuntun pada pemenuhan kebutuhan akan kualitas kehidupan atau kebahagiaan.

Pengambilan risiko kewirausahaan mengarah kepada pertimbangan biaya dan manfaat dibandingkan dengan pertimbangan biaya dan pendapatan. Pertimbangan biaya diarahkan kepada kesesuaian biaya dengan kewajaran batas kemampuan internal UKW Buddhis. Pertimbangan manfaat diarahkan pada pelaksanaan aktivitas kewirausahaan yang tidak merugikan diri sendiri sehingga menyebabkan menurunnya kualitas kehidupan diri maupun makhluk lainnya.

Praktik kewirausahaan UKW Buddhis memiliki manajemen risiko yang beroperasi pada basis nilai-nilai agama Buddha. Konsep mengenai keseimbangan juga melandasi pandangan dan sikap UKW Buddhis dalam agresivitas kompetitif. Dalam Buddhisme, keseimbangan meniadakan dampak merugikan dari kegiatan usaha yang tidak terarah serta sikap yang berlebihan dalam merespon kompetisi usaha. Keseimbangan dalam Buddhisme memberikan suatu sikap UKW Buddhis dalam berpautan dengan pesaing dan responsif dalam menghadapi tantangan usaha. Sebagaimana penjelasan UKW Buddhis berikut ini:

Bagi saya, kompetisi itu sama-saja, selama saya tidak iri dan bisa membumi, ya sudahlah. Yang terpenting, saya bisa menyesuaikan diri, jangan iri hati, hidup sederhana saja sesuai kebutuhan harian. Saya menghadapi kompetisi dengan inovasi yang dilakukan *yah*, walau perlu waktu juga dalam pelaksanaannya. Tidak merugikan orang lain dan baik terhadap orang lain. Kalau keluarga saya *tuh* tidak *ngoyo* sekali, kalau memang karma tidak akan kemana. Dalam Buddhisme juga ada pandangan akan hidup sederhana, tidak berlebihan, kehidupan benar dan karena kita percaya dengan karma, apa yang kita tabur akan kita tuai juga nantinya (Cu Teng).

Penjelasan UKW Buddhis memberikan makna bahwa kompetisi usaha disikapi dengan kesederhanaan dan bukan sebagai pemuasan akan ego. Prinsip dasar dari Buddhisme yang menitikberatkan pada ketidakkekalan dan perubahan mendasari sikap UKW Buddhis dalam menghadapi kompetisi usaha. Sikap ini ditunjukkan dalam penjelasan UKW Buddhis sebagai berikut:

Kompetisi pasti ada, cuma kita *kan* masing-masing saja. Saya tidak menganggap customer itu abadi, *ngak* customer itu tidak abadi, *anicca* tadi kan. Jadi dia bisa ke orang lain, ngak masalah nanti saya kan bisa dapat yang baru lagi. Hidup ini penuh perubahan *kan*. Awalnya dia ambil sama saya terus lalu *ngak* ambil ke saya lagi *yah* jangan bersedih. Karena di agama Buddha juga diajarkan mengenai penderitaan, hidup adalah penderitaan. Salah satunya mungkin

seperti itu, namun jangan bersedih karena pasti ada jalan keluarnya. Sesuai dengan *Anicca*, pasti ada perubahan. Jadi ketika ada perubahan itu saya *ngak* boleh terlalu sedih, saya harus bangkit, berpikir positif (Joni).

Pemaparan UKW Buddhis tersebut memberikan makna bahwa kompetisi usaha sebagai proses yang berubah dan berevolusi. Dalam *Atthaloaka Dhamma* pada agama Buddha terdapat delapan kondisi yang tidak dapat dihindari yang terdiri dari empat kondisi yang selalu diinginkan yaitu Untung (*labha*), Kemasyhuran (*yaso*), Dipuji (*pasamsa*), dan Bahagia (*sukha*), selain juga empat kondisi yang tidak diinginkan yaitu Rugi (*alabha*), Tak terkenal (*ayaso*), Dicela (*ninda*) dan Menderita (*dukkha*). Maknanya bahwa kehidupan termasuk dalam kehidupan wirausaha berlangsung secara seimbang dimana pasang surut kemajuan dan kemunduran dalam usaha akan kerap kali berganti (Hansen, 2008) yang memberikan perspektif bagi UKW Buddhis dalam menyikapi kompetisi usaha. Perspektif Buddhis akan kemelekatan memberikan pandangan bagi UKW Buddhis bahwa kemelekatan kepada pengejaran pencapaian dalam kompetisi usaha merupakan perwujudan pemuasan akan hasrat keinginan yang mengarah kepada penderitaan dan hilangnya kebijaksanaan.

UKW BUddhis menyikapi kompetisi usaha sebagai kewajaran yang terjadi dalam kehidupan usaha dan proses dan kondisi yang tidak permanen dan terus berubah sehingga kompetisi dihadapi dengan sikap yang tidak berlebihan dan sewajarnya dengan menerima perubahan dan berupaya mengungguli persaingan melalui inovasi yang berkelanjutan dan memberikan kualitas serta pelayanan maksimal sesuai dengan batas kemampuan. Sikap proaktif dalam usaha berkaitan dengan cara untuk mengantisipasi kebutuhan di masa mendatang melalui upaya pemanfaatan peluang baru dalam usaha yang didasari oleh

perspektif Buddhis akan kesederhanaan. Sebagaimana yang dipaparkan oleh UKW Buddhis berikut:

Saya jadi lari ke online, jadi sekarang saya masukin ke shopee, dikit-dikit *lah*. Kalau di shopee yang beli memang dari jauh *yah*, dari Kalimantan, Surabaya, kalau *ngak* menyesuaikan nanti saya *kegiles* lagi. Nama toko *online*-nya Lily Seragam, baru setahun ini *kok*. Bagi saya tetap ketenangan batin yang utama, kenyamanan di hati, ketika *ngak* pusing memikirkan sesuatu yang belum diraih. Punya target boleh, tapi saya raihnya *step by step* saja (Padma).

Penjelasan UKW Buddhis menggambarkan pengejaran peluang usaha sebagai upaya kewirausahaan dalam mewujudkan kebahagiaan melalui pencapaian materi yang berfokus pada pencapaian keseimbangan melalui pengembangan kualitas kehidupan. Upayaa proaktif dalam pengejaran peluang usaha mempertimbangkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh UKW Buddhis. Upaya proaktif dalam usaha diwujudkan melalui inovasi pada teknologi sistem penjualan maupun pelayanan kepada konsumen dengan memberikan keunikan pelayanan. Pandangan akan proaktif dalam usaha dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu *Samajvivikata* untuk hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan. Dalam *Vyagghapajja Sutta* terdapat empat syarat kebahagiaan agar suatu usaha dapat berkembang. dimana salah satunya adalah *Samajvivikata*. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Proaktif dalam usaha perlu, tapi balik lagi harus cocok-cocokan juga kalau usaha itu sama seperti pribadi masing-masing. Seumpama saat ini, saya lihat bisnis foodie lagi booming ya, kalau hanya mengejar yang dilihat saja tapi tidak masuk ke diri sendiri yah susah tidak akan jalan juga dalam agama Buddha juga disampaikan untuk berusaha sesuai dengan kemampuan (Florensia).

Penjelasan UKW Buddhis dalam sikap proaktif usaha mengandung makna pengejaran peluang usaha dicermati dengan perspektif Buddhis akan keseimbangan dengan memahami kebermanfaatannya dari peluang usaha tersebut melalui pemikiran bahwa peluang usaha dapat memberikan kebahagiaan dalam kehidupan. Proaktif terhadap pemanfaatan peluang usaha tidak hanya bertujuan pada pencapaian materi dan otonomi usaha yang lebih besar namun secara definitif memberikan kebebasan dalam mencapai tujuan agama. Esensi pengalaman UKW Buddhis menggambarkan bahwa penyesuaian akan keseimbangan merefleksikan nilai duniawi dan spiritual sebagai suatu harmonisasi dan bukan menjadi konflik kepentingan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.1: Perspektif Buddhis yaitu kesederhanaan atau *Mattanuta* mendasari pelaksanaan dan pemilihan jenis inovasi usaha, agresivitas kompetitif serta sikap proaktif dalam kewirausahaan yang ditujukan untuk memberikan keseimbangan dalam pencapaian kualitas kehidupan dan kesejahteraan.

Proposisi 5.2: Perspektif Buddhis yaitu kesederhanaan dan keselarasan akan keseimbangan mendasari pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis pada kecenderungan pengambilan risiko yang rendah (keputusan inovasi bisnis) yang disesuaikan dengan batas kemampuan internal dan menitikberatkan pada pencapaian kesejahteraan dalam kualitas kehidupan pribadi wirausaha.

Proposisi 5.2.1: Praktik manajemen risiko kewirausahaan bagi UKW Buddhis diidentikkan dengan upaya untuk mengeliminir risiko salah satunya

adalah risiko spiritual melalui penerapan konsepsi keseimbangan untuk mencapai kesejahteraan yang menuntun pada pemenuhan kebutuhan akan kualitas kehidupan. Praktik kewirausahaan UKW Buddhis memiliki manajemen risiko yang beroperasi pada basis nilai agama Buddha dengan pertimbangan kepada biaya dan manfaat dibandingkan dengan biaya dan pendapatan.

5.1.2 Karma

Dalam esensi pengalaman yang disampaikan oleh informan diperoleh suatu intersubjektivitas pemahaman pengalaman antar informan mengenai peranan nilai agama Buddha yaitu karma dalam mendasari orientasi kewirausahaan. Perspektif Karma berperan dalam dimensi inovasi, pengambilan risiko, agresivitas kompetitif dan proaktif dalam usaha. UKW Buddhis memaknai karma sebagai perbuatan yang didasari oleh niat. Kehidupan kewirausahaan tidak terlepas dengan buah karma yang dibentuk oleh wirausaha sendiri. Karma merupakan konsekuensialisme dari tindakan yang dapat dimanifestasikan segera atau diakumulasikan (Keown, 1996; Reichenbach, 1990). Karma mendasari penetapan tujuan dan keputusan kewirausahaan yang mengarah kepada pencapaian keseimbangan.

Makna karma dalam esensi pengalaman UKW Buddhis tidak ditunjukkan sebagai pengharapan akan kesuksesan dalam kewirausahaan melalui pandangan bahwa pencapaian kinerja bertumpu kepada karma di masa lampau. Praktik kewirausahaan yang dijalani dengan baik sesuai dengan nilai-nilai agama akan membuat kondisi karma di masa lalu matang melalui upaya menimbun karma baik. Dalam agama Buddha, karma berjalan secara tidak linear dimana keadaan yang

terjadi di masa kini merupakan kondisi yang terbentuk dari kondisi di masa lampau dan saat ini, sedangkan perbuatan saat ini tidak hanya membentuk masa depan namun masa kini (Hansen, 2008).

Penjelasan UKW Buddhis menggambarkan besarnya peranan karma dalam kewirausahaan. Penerapan konsepsi mata pencaharian yang benar dalam praktik kewirausahaan merupakan perwujudan upaya menanamkan karma baik. Karma merupakan perbuatan yang datang dari pikiran dan niat dimana hubungan kausal sebab akibat mendasari buah dari perbuatan tersebut. Pada suatu kesempatan dilaksanakan wawancara akan peranan karma dengan Bapak Marga Singgih selaku Ketua Perkumpulan Tridharma (Sam Kauw Hwee) yang menyampaikan bahwa karma merupakan akuntansi kehidupan yang menjelaskan terjadinya berbagai bentuk ketidakseimbangan dalam hidup.

Dalam Buddhisme, hukum Paticca Samuppada menjelaskan kesalingterkaitan antar segala sesuatu dimana segala yang berkondisi akan saling bergantung sehingga tidak ada hal yang abadi dalam dunia (Hansen, 2008). Karma mendorong keputusan strategis kewirausahaan yang bersifat jangka panjang dan hubungan dengan pemangku kepentingan dalam usaha (Flammer dan Bansal, 2017; Brigham *et al.*, 2014; Marques, 2012). Karma memberikan refleksi kepada keputusan kewirausahaan melalui pemahaman bahwa keputusan strategis maupun operasional usaha yang dilakukan oleh wirausaha dapat menciptakan suatu bentuk karma bagi wirausaha (Valliere, 2008).

Peranan karma dalam keputusan strategis inovasi usaha berkaitan dengan hukum alam (Niyama Dhamma) yaitu Kamma Niyama atau hukum sebab akibat. Hukum sebab akibat memberikan penjelasan bahwa segala tindakan sengaja atau tidak disengaja akan menghasilkan sesuatu yang baik atau buruk (Hansen, 2008).

Dengan pemahaman karma UKW Buddhis berupaya mengurangi karma dengan memilih tindakan dan keputusan dalam kewirausahaan yang dapat memupuk karma baik. UKW Buddhis meyakini bahwa kinerja inovasi usaha merupakan hasil dari tanggung jawab atas karma yang dimilikinya dan secara cermat memikirkan keputusan yang berkaitan dengan karma dari keputusan tersebut. Sebagaimana yang dijelaskan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Penyediaan barang yang mengikuti perkembangan seperti saya sediakan hebel disbanding batu bata, lalu penyediaan atap poly carbonat, kalau jaman dulu hanya ada genteng dan asbes saja. Kalau jaman sekarang, penjualan material bangunan itu lebih spesifik. Kita juga kebagian pelanggan lama yang sudah biasa beli sama kita kan, yang sudah biasa bayarnya tempo ke kita bisa 1 atau 2 minggu kemudian baru bayar.

Jadi saat ini bisnisnya terbagi-bagi *yah*. Tetapi, biar bagaimanapun saya punya keyakinan bahwa rejeki sudah ada yang *atur* kita tinggal berusahanya saja. Namanya berusaha, tergantung karma kita. Dalam agama Buddha, karma itu bisa berbuah cepat atau lambat, Begitu pula saat ini saya bisa duduk disini bukan semata-mata karena Tuhan, tapi tergantung karma juga. Ini tempat penitipan motor dan mobil saya di lokasi usaha ini, pernah juga hanya 1-2 motor dan mobil yang titip, semua tergantung karma saya sendiri (Didi).

Penjelasan UKW Buddhis karma dapat memberikan pertimbangan dalam orientasi keputusan strategis inovasi usaha di masa depan terkait dengan sebab akibat atau konsekuensi yang dapat ditimbulkan dari keputusan tersebut. UKW Buddhis meyakini kinerja inovasi usaha tidak terlepas dari karma sehingga memberikan suatu sikap penerimaan akan kondisi usaha yang dialaminya dengan meyakini bahwa semua yang berkondisi adalah tidak kekal. Karma juga mendasari UKW Buddhis dalam pengambilan risiko kewirausahaan. Esensi pengalaman UKW Buddhis menggambarkan risiko sebagai bentuk konsekuensi

dari tindakan individu yang berdampak kepada aktivitas kewirausahaan.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Kalau risiko itu pasti berimbang dengan profit yang didapat. Namun, kalau saya sudah berusaha dan *mentok*, dalam arti tidak bisa mendapatkan keuntungan yang diharapkan, titik akhir saya harus menerima dengan hal ini. menerima bukan milik kita, ini prinsip saya. Kebetulan ini sesuai dengan prinsip istri saya, daripada kita stress berlebihan nanti malah menambah penyakit. Saya punya prinsip bahwa yang ditipu dan menipu ternyata lebih sukses yang ditipu. Kalau menipu itu kan pikirannya akan terus merasa kurang, semakin turun pula kepercayaan orang-orang terhadap dirinya. *Oke lah* pada saat itu orang tersebut ditipu, rugi namun sesungguhnya karma buruknya sedang berkurang (Susisno).

Pemaparan UKW Buddhis akan karma pada pengambilan risiko usaha kewirausahaan memberikan sikap kehati-hatian dalam pengambilan risiko karena sifat dari karma yang berjalan tidak linear. Perbuatan mengandung karma yang dapat memberikan konsekuensi merugikan cenderung dihindari karena perspektif Buddhis keseimbangan memberikan pemahaman bahwa kehidupan usaha dapat berperan sebagai antesenden yang dapat menambah karma dalam kehidupan pribadi wirausaha. Konsepsi Buddhisme akan karma dan keseimbangan memberikan perspektif yang lebih luas akan peranan nilai agama sebagai sistem budaya melalui peranan kognitif yang membentuk perilaku pengambilan risiko kewirausahaan. Keyakinan akan karma juga dimanifestasikan dalam dimensi agresivitas kompetitif. Adanya efek yang merugikan yang timbul dari munculnya kompetisi diyakini sebagai buah dari karma. Seperti penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Bagi kami kompetisi sih biasa saja, *ngak* pengaruh. Optimis saja kalau dagang ini *sih*. Bahkan ada yang membuat cabang soto Anda yang palsu di Harapan Indah, tapi disana *ngak* ada khasnya kita yaitu

bawang acar ini. ini. Ini kekhasan kami sejak dulu. Kami tahu ada cabang palsu ketika ada yang lapor kesini. Saya biarkan saja, rejeki sih masing-masing *yah*, biarin saja. Soto kami kan rasanya *kan* beda.. Karma *kan* berjalan, biarkan saja. Kalau ada persaingan dari soto baru *kan* artinya karma buruk kita berbuah, biarkan saja. Pokoknya kami berusaha *positive thinking*, *ngak* usah jahat dan kesal sama orang lain. Kita juga kan sering mendengarkan ceramah Bhante, jadi kita bisa legowo juga (Wahyuni dan Inkata).

UKW Buddhis memaparkan bahwa upaya memutus karma dengan menyikapi kompetisi usaha melalui sikap yang tidak berlebihan dan tidak diwarnai oleh kebencian dan keserakahan yang dapat menciptakan karma yang menimbulkan penderitaan dan beban. Pemahaman akan upaya untuk terbebas dari karma memberikan pandangan bagi UKW Buddhis untuk tidak melakukan upaya yang agresif dalam menghadapi dan mengungguli persaingan dan membuat keputusan strategis di luar batas kemampuan. UKW Buddhis memiliki keterbukaan kuat untuk mengungguli pesaing dan berinovasi dalam usaha dimana keyakinan akan karma memberikan suatu kesadaran akan penerimaan dari efek kompetisi usaha sebagai bentuk kausalitas pada kondisi yang saling bergantung dan ketidakkekalan.

Esensi pengalaman UKW Buddhis tentang karma pada dimensi proaktif mengandung makna bahwa karma memberikan efek kepada hasil kewirausahaan dalam upaya mengantisipasi kebutuhan pelanggan dan pencarian peluang baru. Karma diyakini sebagai bentuk konsekuensi dari upaya yang dilakukan oleh UKW Buddhis, sebagaimana penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya membuka usaha penitipan motor ini di samping usaha ini, awalnya dulu kan coba-coba, dicoba buka *eh* ada saja motor mobil yang masuk dititipkan, jadinya *yah* sudah lanjut saja, lumayan juga *kan*. Saya orangnya tidak bisa diam, jadi harus ada yang dikerjakan. Pengembangan usaha tergantung karma juga, saya bisa duduk disini

tergantung karma juga. Ini tempat penitipan motor dan mobil saya, pernah juga hanya satu sampai dua motor dan mobil yang titip, semua tergantung karma saya sendiri (Didi).

Penuturan UKW Buddhis menggambarkan individu dapat menciptakan karmanya yang memberikan motivasi untuk proaktif dalam pengembangan usaha untuk menciptakan karma baru bagi kemajuan dalam penghidupan diri. Melalui karma, UKW Buddhis mengembangkan sikap optimis pada potensi pemanfaatan peluang usaha baru untuk kemajuan dalam kualitas kehidupan. Keyakinan karma memberikan bentuk pertanggungjawaban UKW Buddhis dalam kewirausahaan dengan berupaya mencari peluang pengembangan usaha yang dapat menciptakan karma baru untuk kemajuan kehidupan. Nilai dari penerapan karma adalah refleksifitas upaya dan tindakan nyata UKW Buddhis dalam mendorong penciptaan karma melalui kewirausahaan dengan sikap yang optimis dan berlandaskan Dhamma sebagai suatu proses sebab akibat yang menciptakan realitas atau kenyataan.

Berdasarkan uraian tentang peranan karma maka dapat disusun proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.3: Perspektif Buddhisme yaitu karma mendasari sifat *entrepreneurial* UKW Buddhis pada dimensi orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan dilaksanakan dengan tujuan untuk menciptakan *karma* baik dan tidak menciptakan *karma* tambahan yang dapat mendatangkan beban atau penderitaan bagi UKW Buddhis

Proposisi 5.4: Perspektif Buddhisme yaitu *karma* mendasari perilaku UKW Buddhis untuk secara cermat mempertimbangkan nilai etis dan konsekuensi sebab akibat dari setiap keputusan strategis kewirausahaan dalam dimensi orientasi kewirausahaan.

Proposisi 5.5: *Karma* melahirkan sikap penerimaan UKW Buddhis pada pencapaian kinerja wirausaha yang merupakan realitas dari sebab akibat yang terhubung secara internal maupun eksternal.

Proposisi 5.6: *Karma* melahirkan sikap optimis bagi UKW Buddhis bahwa keputusan maupun tindakan kewirausahaan yang dilaksanakan dalam dimensi orientasi kewirausahaan dapat mendatangkan karma baik untuk kualitas kehidupan UKW Buddhis.

5.1.3 Jalan Mulia Berunsur Delapan

Berdasarkan esensi pengalaman yang disampaikan oleh UKW Buddhis terdapat pemahaman yang serupa akan peranan nilai agama Buddha yaitu Jalan Mulia Berunsur Delapan dalam mendasari orientasi kewirausahaan. Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Kebijaksanaan (*Pañña*) Pikiran Benar, Sila-Mata Pencapaian Benar dan Sila-Ucapan Benar yang mendasari dimensi orientasi kewirausahaan yaitu inovasi, pengambilan risiko, agresivitas kompetitif maupun proaktif.

Sila-Mata Pencapaian Benar menitikberatkan pada kebaikan yang dihasilkan dari kehidupan (*Payutto*, 1994). Mata Pencapaian Benar adalah upaya kehidupan yang bertanggung jawab dengan menerima konsekuensi dari

perbuatan yang dilakukan melalui praktik penghidupan yang benar sesuai dengan hukum, tanpa paksaan maupun tipu daya yang dapat menyebabkan penderitaan (Right Livelihood Association, 2005; Vipassana Fellowship, 2005). Dalam Mata Pencaharian Benar terdapat lima sifat mata pencaharian yang harus dihindari yaitu penipuan, ketidaksetiaan, penujuman, kecurangan, dan memungut bunga yang tinggi (lintah darat) serta lima jenis mata pencaharian yang harus dihindari seperti berdagang senjata, makhluk hidup, daging maupun minum-minuman yang memabukkan serta berdagang racun (Hansen, 2008). Mata Pencaharian Benar mendasari dalam evaluasi jenis pemilihan bentuk usaha. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Di dalam agama Buddha mengenal Delapan Jalan Kebenaran, salah satunya mata pencaharian benar. Jadi bisnis inti saya *kan* berhubungan dengan air, kebutuhan sehari hari untuk masyarakat, jadi di dalam Buddhis tidak boleh menjual senjata, makhluk hidup, hal beracun itu *ngak* boleh. Kalau agama buddha sendiri *kan* mengajarkan jangan berbuat jahat, perbanyaklah berbuat baik. Kalau bisnis saya, jualan gas dan air kemasan ditambah pula saya menyediakan layanan *home service*, kapanpun customer membutuhkan dan saya segera memenuhi kebutuhan itu otomatis saya bisa berbuat baik dong. Apalagi kalau waktu mereka masak, gas habis, bisa saya hantarkan. Jadi saya buka usaha juga untuk berbuat baik (Joni).

Pilihan berwirausaha ditujukan untuk mencapai otonomi atau kebebasan diri yang dapat secara definitif digunakan sebagai sarana pengamalan tujuan agama. Salah satu bentuk pengamalannya melalui penerapan Mata Pencaharian Benar dalam evaluasi peluang maupun penciptaan usaha baru dengan pertimbangan akan nilai etika, kebermanfaatan serta konsekuensi logis yang timbul. Penerapan Mata Pencaharian Benar menunjukkan bahwa agama melatarbelakangi evaluasi peluang usaha dan karakteristik elemen lingkungan dalam tujuan strategis

kewirausahaan. Temuan dalam penelitian ini menggambarkan bahwa pilihan kewirausahaan merupakan bentuk pemenuhan keinginan diri akan suatu eksistensi karir yang dapat memenuhi keseimbangan akan pencapaian materi dan perkembangan spiritual. Temuan tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Katz, 1995; Carter *et al.*, 2004; Segal 2005, Mitroff dan Denton 1999, Adamu *et al.*, 2011 dimana salah satu faktor motivasi berwirausaha adalah definisi spiritualitas.

Konsepsi Mata Pencaharian Benar digunakan dalam evaluasi inovasi usaha pada bagaimana inovasi tersebut diperoleh dengan cara yang etis dan pemanfaatannya pada tiga aspek kehidupan yaitu diri sendiri, masyarakat maupun lingkungan hidup. Buddhisme memberikan suatu kerangka bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan dan struktur yang ada secara sosial (Valliere, 2008). Esensi pengalaman UKW Buddhis menggambarkan konsepsi Mata Pencaharian Benar selaras dengan upaya perolehan materi dari inovasi usaha. Penerapan Mata Pencaharian Benar diyakini oleh UKW Buddhis tidak memberikan halangan dalam pencapaian tujuan ekonomi namun merupakan refleksifitas evaluasi atas dampak penerapan inovasi. Hal tersebut dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Inovasi yang saya lakukan sampai dengan saat ini adalah melakukan multi usaha, didepan ini saat ini kami sewakan untuk lapak usaha makanan bubur ayam dan soto ayam. Harapannya, setelah rumah utama ini kami pindah kesini, rumah lama yang di depan itu kami mau usaha kuliner. Bertahaplah, ini agak terhenti karena lagi masa pandemi. Bagi saya yang penting ketenangan batin, berusaha tetap jalan tapi batin juga tenang. Sesuai ajaran Buddhis juga, mata pencaharian benar dan usaha benar (Cu Teng).

Konsepsi Mata Pencaharian Benar mendasari pandangan dan sikap UKW Buddhis untuk selalu mempertimbangkan nilai etis pada cara pencapaian tujuan kewirausahaan, pemanfaatan hasil kewirausahaan serta sebab akibat atau konsekuensi yang timbul dari setiap keputusan strategis kewirausahaan yang mengandung risiko. Sikap dan pandangan tersebut juga didasari oleh model ekonomi Buddhis yang berlandaskan Dhamma yang menitikberatkan pada pertimbangan etika serta pemahaman proses sebab akibat dan realitas dari aktivitas ekonomi (Payutto, 1994). Dengan menerapkan konsepsi Mata Pencaharian Benar dalam praktik kewirausahaan, UKW Buddhis meyakini bahwa kewirausahaan yang dijalankannya dapat terhindar dari karma buruk yang terwujud dalam bentuk risiko usaha yang dapat menurunkan kualitas kehidupan. Penerapan konsepsi Mata Pencaharian Benar dalam orientasi kewirausahaan memberikan suatu konstruksi yang dapat memperkaya konstruksi teori kewirausahaan khususnya pada peranan kontekstual religiusitas dalam kewirausahaan. Penuturan wirausaha menjelaskan relevansi pengalaman peranan nilai Buddhisme Mata Pencaharian Benar dalam risiko kewirausahaan sebagai berikut:

Kalau di obat, risiko yang paling sering adalah kesalahan dalam pemberian obat. Pasien juga kan berbeda-beda karakternya, makanya itu butuh kesabaran menghadapi pasien yang berbeda karakternya. Itu juga kan jadi faktor risiko saya sebagai dokter, kalau kita melayaninya tidak sabar dan marah, nanti mereka bisa *complain*. Lalu berikutnya dalam hal pemberian obat, saya juga harus bertanya yang standarlah apakah ada alergi obat atau tidak, sehingga saya bisa meminimalkan faktor risiko dalam pemberian obat ke pasien. Kalau resep palsu bisa kita lihat dari caranya menulis, tulisan tangan antara dokter dan bukan dokter pasti ada bedanya. Kalau obat palsu, saya berusaha membeli dari sumber resmi saja, Perusahaan Besar Farmasi (PBF) resmi, distributor resmi. Kadang ada juga sales obat yang menawarkan obat yang dari belakang *lah*, saya tolak pasti walau misalkan pun itu obat

asli tapi itu bukan hal yang baik dan tidak sesuai dengan nilai agama Buddha juga (Untung).

Konsepsi Mata Pencapaian Benar juga mendasari pandangan UKW Buddhis pada sikap proaktif dalam kewirausahaan. Mata Pencapaian Benar memandu UKW Buddhis dalam mencari pengembangan peluang usaha baru yang sesuai dengan esensi Mata Pencapaian Benar. Evaluasi peluang usaha baru disesuaikan dengan pemenuhan akan doktrin Mata Pencapaian Benar terhadap sifat mata pencapaian yang sebaiknya dihindari dan peluang usaha yang ditujukan untuk pemenuhan empat kebutuhan dasar bagi keberadaan manusia (Payutto, 1994). Perilaku UKW Buddhis dalam mengeksploitasi peluang merupakan konstruksi dari nilai keyakinan agama yang tertanam dalam konteks sosial budaya yang membentuk perilaku ekonomi wirausaha. Peluang usaha merupakan suatu pengembangan yang dicapai melalui suatu proses pembelajaran dalam formasi lingkungan sosial budaya dalam formalisasi entitas baru (Fletcher, 2006; Sanz-Velasco, 2006).

Salah satu praktik dalam konsepsi Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu pengembangan kebijaksanaan (Pañña) yang memberikan gambaran adanya interaksi yang dinamis dari agama dan nilai-nilainya dalam mendasari orientasi kewirausahaan UKW Buddhis dan memberikan legitimasi pada keberlangsungan kewirausahaan. Kebijaksanaan dalam Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Pikiran Benar merupakan suatu pikiran yang terbebas dari keserakahan, kebencian, dan kekejaman ataupun kekerasan (Hansen, 2008). UKW Buddhis memaknai perspektif Pikiran Benar dalam dimensi proaktif kewirausahaan sebagai bentuk pikiran yang terbebas dari adanya keserakahan maupun kebencian. Sikap proaktif

dalam pengembangan usaha diwujudkan dalam bentuk pengembangan usaha yang sewajarnya dengan pencapaian keseimbangan sebagai tujuan utama.

Agama Buddha mengenal dua jenis keinginan yaitu *Taṇhā* yang merupakan keinginan akan obyek yang menyenangkan dan *Chanda* berupa keinginan akan kebahagiaan (Payutto, 1994). UKW Buddhis meyakini bahwa pengembangan kewirausahaan melalui upaya pengejaran peluang usaha merupakan sarana penerapan konsepsi pengembangan kebijaksanaan (*Pañña*). Bentuk penerapan pengembangan kebijaksanaan diwujudkan dalam evaluasi peluang usaha yang dapat memberikan manfaat dan menciptakan harmonisasi pada tiga aspek kehidupan. Evaluasi peluang usaha yang dilandasi oleh pengembangan kebijaksanaan atau pencapaian keinginan *Chanda* (keinginan akan kebahagiaan) direfleksikan UKW Buddhis melalui motivasi internal diri yang secara kognitif mengukur nilai etis maupun moral dari bentuk peluang usaha serta konsekuensi sebab akibat yang timbul dari eksploitasi peluang usaha tersebut. Sebagaimana penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Awalnya dulu anak-anak cerita ke saya, melamic mulai tidak laku, banyak yang beralih ke HPL. Lalu anak-anak minta pertimbangan saya bagaimana, lantas saya sampaikan bahwa kita harus ikuti perkembangan jaman. Prinsip saya, peluang usaha apapun apabila dikelola dengan baik dan benar tentu akan mendatangkan keuntungan, tapi kalau usaha yang seharusnya mendatangkan keuntungan tapi dikelola tidak benar, bangkrut, bisa tidak laku. Fondasi agama perlu selama saya mengembangkan usaha karena Agama itu membuat kita tidak terlalu serakah dalam hidup, kita juga tidak terlalu banyak mengeluh, lebih kuat, lebih tabah (Salim).

Penjelasan makna kebijaksanaan bagi UKW Buddhis menunjukkan agama berperan sebagai komponen budaya di luar keunikan diri dalam mendasari

pertimbangan etis dan pengambilan keputusan strategis kewirausahaan. Buddhisme menekankan kepada kausalitas antara tindakan dengan konsekuensi serta keterkaitan tindakan diri dalam pengaruhnya terhadap aspek kehidupan lain melalui prinsip ketidakkekalan yang mendorong pelaksanaan keputusan strategis kompetisi maupun proaktif usaha secara berhati-hati dan tidak berlebihan atau cenderung serakah. Penjelasan Sila-Ucapan Benar merujuk empat syarat yaitu ucapan benar sesuai kenyataan, ucapan beralasan memiliki tujuan, ucapan bermanfaat, dan ucapan tepat pada waktunya (Hansen, 2008). Ucapan Benar memiliki makna pada esensi pengalaman UKW Buddhis dalam manifestasi dimensi agresivitas kompetitif. Perspektif Ucapan Benar dimanifestasikan dalam bentuk upaya mengungguli pesaing melalui perwujudan perilaku usaha yang jujur kepada pelanggan akan kualitas dan pelayanan yang dimilikinya. Sebagaimana penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Kalau dalam menghadapi kompetisi, saya jualan dengan jujur, karena baju begini juga ada *grade* kualitasnya. Kalau memang kualitasnya bagus, saya akan bilang bagus. Kalau kualitasnya biasa saja, saya akan bilang biasa. Terkadang ada juga pembeli yang *complain* kenapa barang saya mahal, dan mereka sering membandingkan harga dengan tempat lain. Untuk pelanggan seperti ini, saya akan jelaskan bahannya berbeda, walau sama model dan jenis tapi bahan juga menentukan harga. Saya selalu menjaga kualitas dan saya jujur dalam berjualan. Kalau ada barang bagus namun harganya agak tinggi yah pasti akan saya sampaikan, ini memang tinggi harganya tapi kualitasnya saya jamin (Ernawati).

Penjelasan UKW Buddhis akan peranan perspektif Buddhis yaitu Ucapan Benar mengandung makna yang melahirkan nilai-nilai akan komitmen UKW Buddhis dalam memberikan pelayanan maupun produk yang sesuai dengan realitas mutu dan kualitas yang disediakan. UKW Buddhis juga memiliki

kecenderungan berorientasi kepada mutu seperti yang dimiliki oleh karakteristik etnis Tionghoa (Harrison, 1972; Kong, 2003, Rahayu, 2013) yaitu *meritocracy* memiliki kebanggaan akan mutu produk yang dihasilkan yang mencerminkan refleksi kemampuan diri wirausaha,

Berdasarkan uraian tentang Jalan Mulia Berunsur Delapan (Mata Pencapaian Benar, Pengembangan Kebijakan, Ucapan Benar) di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.7: Konsepsi *Jalan Mulia Berunsur Delapan* melahirkan nilai bagi UKW Buddhis untuk merefleksikan nilai etis dan dampak kebermanfaatannya terhadap aspek-aspek kehidupan dari setiap keputusan strategis kewirausahaan yang diambil.

Proposisi 5.8: Konsepsi *Jalan Mulia Berunsur Delapan* memberikan dasar bagi UKW Buddhis untuk merealisasikan pencapaian tujuan keseimbangan maupun peningkatan kualitas kehidupan melalui implementasi *Kebijakan (Pañña)*, *Pikiran Benar*, *Sila Mata Pencapaian Benar* dan *Sila-Ucapan Benar* pada pelaksanaan keputusan strategis kewirausahaan dalam dimensi orientasi kewirausahaan.

Proposisi 5.9: Penerapan konsepsi *Jalan Mulia Berunsur Delapan* yaitu *Kebijakan (Pañña)*, *Pikiran Benar*, *Sila Mata Pencapaian Benar* dan *Sila-Ucapan Benar* mendasari UKW Buddhis dalam membangun kepercayaan dan komitmen dari pemangku kepentingan dalam kewirausahaan yang dijalankannya.

5.1.4 Pancasila Buddhis

Dalam esensi pengalaman UKW Buddhis dijelaskan bahwa nilai agama Buddha yaitu Pancasila Buddhis mendasari keputusan otonomi wirausaha dalam evaluasi peluang pemilihan jenis pembentukan usaha maupun pengambilan risiko usaha. Pancasila Buddhis memberikan lima aturan yaitu bertekad menghindari menyakit makhluk hidup, pengambilan barang yang tidak diberikan, perbuatan asusila, ucapan tidak benar, makanan atau minuman yang dapat menyebabkan lemahnya kesadaran (Hansen, 2008). Pancasila Buddhis merupakan lima aturan moralitas Buddhis untuk mewujudkan individu yang bersusila yang mampu berkata, berbuat dan bermata pencaharian benar. Sebagaimana yang dijelaskan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya juga *ngak* semua yang mau kontrak, saya terima begitu saja, beberapa waktu lalu saja ada yang mau kontrak disini untuk jual sembako *plus* pom bensin mini, saya *ngak* mau. Takut risiko karena jualan bensin. Walau kita dapat uang tapi faktor risiko *kan* harus kita perhatikan juga, padahal orang itu berani bayar mahal. Dulu juga ada yang mau sewa tapi dijadikan panti pijat, saya *ngak* mau *kan* tidak sesuai dengan Pancasila Buddhis (Mei Hwa).

Penjelasan UKW Buddhis menggambarkan Pancasila Buddhis sebagai landasan dalam pembentukan moralitas pada keputusan strategis wirausaha yang ditujukan untuk terbebas dari penderitaan sesuai dengan Empat Kebenaran Mulia Buddhisme. Pancasila Buddhis berkaitan erat dengan karma yang dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai tekad untuk melatih diri untuk menghindari terjadinya karma. Pancasila Buddhis mendasari pengaruh kognisi UKW Buddhis dalam menilai kesesuaian evaluasi peluang pembentukan usaha dan pengambilan risiko kewirausahaan dengan aturan moralitas dan keseluruhan proses sebab akibat

yang dinamis dan kompleks. Evaluasi kesesuaian tersebut ditujukan agar kegiatan kewirausahaan mencapai keharmonisan dan keseimbangan antara lahiriah dan batiniah sesuai dengan tujuan agama Buddha.

Temuan ini menggambarkan bagaimana tantangan dalam pencapaian kewirausahaan diseimbangkan dengan konsep ekonomi Buddhis yang berlandaskan Dhamma. Konteks tantangan ini senada dengan studi (Yarnall, 2000) akan keseimbangan antara prinsip agama dengan kewirausahaan dimana keputusan kewirausahaan diawali dengan upaya pemanfaatan peluang untuk mencapai tujuan wirausaha (Birley, 1984; Katz dan Gartner, 1988; Reynolds dan Miller, 1992) yang disesuaikan dengan pengetahuan, pengalaman dan pendidikan (Shane, 2000) serta keseimbangan tujuan penerapan nilai agama. Pancasila Buddhis melahirkan nilai berupa pelaksanaan latihan kemoralan bagi UKW Buddhis dalam berupaya menyeimbangkan tujuan berwirausaha dengan tujuan diri yang selaras dengan konsep non inti dan Empat kebenaran Mulia. Pelaksanaan Latihan kemoralan ditujukan untuk mencapai tujuan akhir nirwana yaitu kondisi ketenangseimbangan batin atau pikiran.

Berdasarkan uraian tentang Pancasila Buddhis di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.10: Pancasila Buddhis melahirkan nilai kesadaran akan moralitas, etika serta realitas sebab akibat yang muncul dari setiap keputusan kewirausahaan dalam pemilihan peluang pembentukan usaha maupun pengambilan risiko usaha dalam orientasi kewirausahaan UKW Buddhis.

5.1.5 *Vyagghapajja Sutta*

Dalam esensi pengalaman UKW Buddhis dijelaskan bahwa *Vyagghapajja Sutta* dimanifestasikan dalam dimensi orientasi kewirausahaan dalam inovasi usaha, agresivitas kompetitif maupun proaktif usaha. Dalam *Vyagghapajja Sutta* terdapat empat syarat kebahagiaan yaitu *Utthanasampada*: rajin dan bersemangat dalam bekerja untuk mendapatkan penghidupan yang baik, *Arakkhasampada*: menjaga dengan hati-hati kekayaan yang diperoleh secara benar, *Kalyanamitta*: memiliki teman-teman yang baik yang dapat memberikan nasihat, yang penuh keyakinan (*saddha*), taat aturan (*sila*), penuh kedermawanan (*caga*), dan penuh kebijaksanaan (*pañña*), dan *Samajivikata*: hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan (Hansen, 2008). Dalam *Sigalovada Sutta* dijelaskan bahwa Buddhisme melandasi konsep ekonomi dengan menyarankan pentingnya bekerja keras serta pemanfaatan waktu yang berharga untuk memperoleh kekayaan, menabung untuk masa depan, pemenuhan kewajiban dalam keluarga serta kehati-hatian dalam pengeluaran dan menghindari sifat boros (Walshe, 2010).

Vyagghapajja Sutta melahirkan nilai-nilai karakter UKW Buddhis dalam memperoleh keberhasilan dalam kewirausahaan yang dijalannya. UKW Buddhis memiliki sifat kewirausahaan atau *entrepreneurial* melalui perwujudan karakter yang proaktif yang ditunjukkan dalam keuletan dan kerja keras pada setiap keputusan strategis wirausaha, UKW Buddhis juga bekerja keras dalam mewujudkan pengambilan keputusan risiko kewirausahaan yang didasari penilaian pertimbangan konsekuensi sebab akibat, *Vyagghapajja Sutta* melahirkan nilai pentingnya berwirausaha secara efektif dan efisien dengan

memanfaatkan jaringan relasi yang terbentuk dari kepercayaan serta berhati-hati dalam pengelolaan keuangan dalam keputusan *entrepreneurial venture*. Sebagaimana yang dijelaskan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Usaha ini juga dibentuk karena di dalam Buddhisme *kan* diajarkan agar boleh menyerah terpaksa ke dalam suatu keadaan saja, kehidupan *kan* harus dilalui dengan semangat. Dulu juga ada salah satu calon penyewa yang mau sewa disini, sudah masuk semua etalase dan barang tapi ternyata dia *ngak* ada uang sama sekali untuk bayar sewa. Saya *ngak* marah dan saya biarkan saja barangnya masih di kios saya padahal dia belum bayar sewa dan akhirnya dia benar-benar *nyerah* sendiri dan angkut sendiri barangnya. Dalam bisnis kios usaha gini kita *ngak* boleh kaku juga, harus fleksibel apalagi kita juga memiliki niat membantu orang lain yang mungkin kesusahan bayar uang sewa langsung *full* dimuka. (Mei Hwa).

Gambaran serupa juga ditunjukkan oleh UKW Buddhis dalam pengambilan risiko kewirausahaan sebagai berikut:

Risiko usaha saya seperti *expired* di beberapa barang, lalu kalau cat *sih* tidak ada *expired nya yah*, barang lain yang dari besi risiko nya karatan, sedangkan kalau yang dari plastik biasanya termakan usia jadi pecah. Saya harus mampu melihat nilai usaha sendiri *yah*, ketika usaha saya masih bagus *ya bolehlah* saya stok agak banyak sehingga saya pun mendapatkan harga bagus dari distributornya. Risiko itu tidak bisa dipisahkan dari keuntungan, semakin keuntungan besar maka semakin besar pula risikonya, apapun jenis usahanya. Kalau mau berusaha, jangan mikirin risikonya terus, nanti bisa tidak semangat ke depannya. Agama Buddha mengajarkan hidup apa adanya, hindari risiko, sebab akibat. Siapa berbuat jahat ya tanggung akibatnya, berbuat baik pun tanggung akibatnya. Bagi saya risiko *yah* dijalani saya karena usaha ini kan turun-menurun, saya jalankan kewajiban saya agar usaha dan tempat ini tetap berlangsung (Didi).

Vyagghapajja Sutta mendasari pola manajemen UKQ Buddhis yang cenderung sentralistik dimana UKW Buddhis berperan sebagai pengambil

keputusan utama dalam pengambilan risiko, keputusan inovasi maupun dalam proaktif menghadapi kompetisi usaha. Pola manajemen UKW Buddhis didasari oleh perspektif Buddhisme yaitu *Vyagghapajja Sutta* bahwa UKW Buddhis memiliki tanggung jawab secara internal untuk memastikan kewirausahaan yang dijalannya merupakan bentuk penerapan penghidupan yang benar untuk menghindari terjadinya penderitaan dan penurunan kualitas kehidupan. Pola manajemen tersebut selaras dengan studi yang dilakukan mengenai karakteristik wirausaha Tionghoa (Rahayu, 2013) dimana mayoritas UKW Buddhis merupakan keturunan etnis Tionghoa

Gaya kepemimpinan yang menonjol dari UKW Buddhis merupakan gaya kepemimpinan yang bersifat otokratis dimana wirausaha tersebut merupakan pendiri sekaligus pengambil keputusan strategis dalam kewirausahaan. Gaya kepemimpinan otokratis ditunjukkan pada kecenderungan pengambilan keputusan mandiri secara otokratis. Pengambilan keputusan otokratis tersebut didasari adanya pertimbangan karma atau efek konsekuensi logis yang muncul dan memiliki dampak dalam kualitas kehidupan UKW Buddhis. *Vyagghapajja Sutta* membentuk gaya kepemimpinan UKW Buddhis sesuai dengan keyakinan bahwa praktik serta dampak kewirausahaan merupakan tanggung jawab internal diri UKW Buddhis. *Vyagghapajja Sutta* melahirkan nilai bagi UKW Buddhis pada pentingnya ketekunan, kerja keras, orientasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan mutu terbaik kepada konsumen, keinginan untuk berupaya dalam beradaptasi dengan lingkungan eksternal maupun mengambil risiko kewirausahaan melalui pertimbangan keseimbangan batin. Gaya kepemimpinan

tersebut sesuai dengan karakteristik wirausaha Tionghoa (Rahayu, 2013) yang memiliki gaya kepemimpinan otokratis.

Berdasarkan uraian tentang Pancasila Buddhis di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.11: *Vyagghapajja Sutta* melahirkan nilai yang membentuk karakter kewirausahaan UKW Buddhis yang dimanifestasikan dalam dimensi orientasi kewirausahaan. *Vyagghapajja Sutta* juga mendasari pola manajemen maupun gaya kepemimpinan yang dimiliki oleh UKW Buddhis yang melatarbelakangi kesuksesan UKW Buddhis.

5.1.6 Hukum Tilakkhana

Dalam esensi pengalaman UKW Buddhis disampaikan bahwa *Hukum Tilakkhana* mendasari orientasi kewirausahaan dalam dimensi inovasi usaha, pengambilan risiko kewirausahaan, agresivitas kompetitif dan proaktif kewirausahaan. Dalam agama Buddha, hukum tilakkhana merupakan hukum kebenaran mutlak yang mengacu kepada tiga corak kehidupan yang diyakini terjadi dan melekat pada segala yang berkondisi yang terdiri atas *Sabba Sankhara Anicca* (ketidakekalan atau perubahan), *Sabbe Sankhara Dukkha* (tidak memuaskan atau penderitaan) dan *Sabbe Dharma Anatta* (tidak ada jiwa yang abadi) (Hansen, 2008). Buddhisme memandang bahwa corak kehidupan terdiri dari tiga prinsip inti yaitu keinginan sebagai sumber penderitaan (*Dukkha*), saling

ketergantungan dan ketidakkekalan (*Pratitya-Samutpada* dan *Anitya*), dan non-diri (*Anātman*) (Du *et al.*, 2016; Du, 2014; Pace, 2013).

Hukum Tilakkhana memberikan makna kepada UKW Buddhis untuk memperoleh materi sesuai Mata Pencapaian Benar dalam Buddhisme secara bersemangat dan menggunakan materi yang dapat bermanfaat pada tiga aspek kehidupan. UKW Buddhis meyakini kompetisi sebagai bagian dari tiga corak kehidupan dan merupakan suatu yang berkondisi sehingga dimaknai sebagai bentuk ketidakkekalan dan berevolusi dengan perubahan. Risiko usaha disikapi melalui pandangan akan *Sabba Sankhara Anicca* (ketidakkekalan atau perubahan) dimana risiko usaha merupakan bentuk penderitaan yang terwujud dari bentuk ketidakkekalan. Sebagaimana penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Risikonya, barang kelamaan kalau *ngak* laku. Misalkan kaos oblong putih ini nih, kalau kelamaan *ngak* laku *kan* berubah warna kekuningan. Kalau beli seragam tapi ada rusaknya, saya bisa tukar. Risikonya kecil sih. Saya beli selusin atau setengah lusin, membeli *ngak* terlalu banyak. Saya beli yang laku saja. *Kan* saya selalu mencatat yang laku mana saja. Usaha sepi *yah* mungkin karena global juga kali *yah*. *Yah* namanya jualan. Saya bersabar saja semua *kan* pasti berlalu, semua tidak ada yang abadi, *annicca kan* (Padma).

Penuturan UKW Buddhis menggambarkan bahwa kondisi usaha, risiko dan kompetisi usaha bersifat tidak kekal dan merupakan kondisi yang saling bergantung dari adanya realitas sebab akibat yang senantiasa muncul dan lenyap. Pandangan UKW Buddhis tersebut didasari salah satu dari perspektif tiga corak kehidupan yaitu *Sabba Sankhara Anicca* sebagai dasar dari suatu fenomena. Temuan ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Pace (2013)

mengenai prinsip inti akan kondisi yang saling bergantung dan ketidakkekalan atau tidak permanen. Penelitian ini menggambarkan Buddhisme memberikan penekanan kepada sifat kewirausahaan UKW Buddhis melalui hubungan kausalitas dari orientasi kewirausahaan dengan sebab akibat yang muncul yang dapat berpengaruh kehidupan diri maupun kewirausahaan.

Hukum Tilakkhana melahirkan pemahaman UKW Buddhis pada fenomena kewirausahaan sebagaimana fenomena kehidupan dalam suatu lingkaran atau *bhavacakra* yang berupa kondisi yang saling bergantung dari suatu penderitaan. Melalui pandangan tersebut, UKW Buddhis menunjukkan sifat *entrepreneurial* dalam motivasi berwirausaha melalui pelaksanaan mata pencaharian benar serta melahirkan optimisme dalam diri UKW Buddhis bahwa kondisi kewirausahaan merupakan pengalaman secara fenomenologi akan ketidakkekalan yang tidak terikat pada kondisi tertentu. Oleh karenanya, UKW Buddhis menunjukkan sifat *entrepreneurial* yang dilandasi oleh nilai agama Buddha yaitu *Hukum Tilakkhana*. Penelitian ini memaparkan bahwa nilai agama Buddha berperan sebagai komponen yang membentuk budaya dalam kewirausahaan dengan memberikan orientasi pada pertimbangan nilai etika yang dapat menghindari pelaksanaan orientasi kewirausahaan yang tidak diinginkan serta mendatangkan penderitaan dan karma. Pandangan Buddhisme bermanifestasi dalam orientasi kewirausahaan UKW Buddhis yang mendasari hubungan dan penerapan perilaku etis UKW Buddhis kepada karyawan, pelanggan maupun pemasok.

Berdasarkan uraian tentang *Hukum Tilakkhana* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.12: *Hukum Tilakkhana* melahirkan nilai bagi UKW Buddhis akan pentingnya penilaian etika dalam setiap keputusan orientasi kewirausahaan sehingga tidak mendatangkan karma maupun penderitaan dalam aktivitas kewirausahaan.

Proposisi 5.13: Risiko maupun kompetisi usaha diyakini merupakan bentuk perwujudan penderitaan sesuai dengan perspektif *Hukum Tilakkhana* dan merupakan bentuk ketidakkekalan sehingga melahirkan sikap optimisme dalam diri UKW Buddhis untuk secara optimal mengembangkan kewirausahaannya melalui implementasi orientasi kewirausahaan. *Hukum Tilakkhana* mendasari pengambilan keputusan risiko kewirausahaan dan upaya untuk mengungguli pesaing melalui pelaksanaan praktik kewirausahaan yang sewajarnya, tidak berlebihan serta menghindari keserakahan yang dapat mendatangkan *karma* dan penderitaan.

Proposisi 5.14: Konsep non-diri maupun *Dukha* (penderitaan) dalam *Hukum Tilakkhana* mendasari pelaksanaan orientasi kewirausahaan dengan tidak hanya berpusat pada pencapaian individualitas diri namun memperhatikan efek kausalitas sebab akibat yang muncul.

5.1.7 Dasa Paramita

Dalam esensi pengalaman UKW Buddhis disampaikan bahwa kebajikan atau paramita dalam nilai agama Buddha mendasari orientasi kewirausahaan pada dimensi otonomi, inovasi, agresivitas kompetisi dan proaktif. Buddhisme

mengenal *Dasa Paramita* atau sepuluh kebajikan yang harus dilatih oleh seorang umat Buddha. Berdasarkan pengalaman UKW Buddhis dituturkan bahwa komponen kebajikan yang dimanifestasikan dalam dimensi orientasi kewirausahaan adalah *Dana*, *Sacca*, *Viriya* dan *Metta*. *Dana* merupakan perwujudan sikap dermawan dan gemar menolong orang lain; *Sacca* berupa perwujudan dari sikap kejujuran dan menepati janji; *Viriya* berupa perwujudan dari tekun, bersemangat, ulet; dan *Metta* adalah perwujudan dari cinta kasih luhur, tanpa perbedaan (Hansen, 2008). Sebagaimana penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya menyukai berwirausaha, awalnya memang coba-coba namun lama-kelamaan *enjoy* karena dengan wirausaha saya bisa memberi dan berdana. Dulu saya lulusan Sekolah Asisten Apoteker kalau sekarang namanya Sekolah Menengah Farmasi yah, dan saya sempat bekerja jadi apoteker di apotik. Awalnya saya coba-coba jualan obat, jadi dulu saya jualan campur, ada obat, kelontongan, dan baju juga. Ternyata baju yang lebih laku makanya saya jualan baju sampai sekarang (Ernawati).

Penuturan UKW Buddhis tersebut menggambarkan bahwa *Dana* menjadi motivasi dalam membentuk kewirausahaan. Dalam kebahagiaan duniawi menurut pandangan Buddhisme terdapat tiga tujuan yaitu *manussa sampati*, *saga sampati*, dan *nibbana sampati*. *Manussa sampati* adalah kebahagiaan hidup sebagai perumah tangga dan sebagai umat awam di dunia yang memiliki kekayaan, kesuksesan, nama baik dan jabatan. *Manussa sampati* dicapai melalui prinsip-prinsip usaha yang dilakukan dalam keseharian hidup. *Saga sampati*, dicapai setelah meninggal dunia dan *Nibbana sampati* adalah yang tertinggi. Salah satu tujuan umat awam sebagai perumah tangga adalah sejahtera secara materi yang menjadi tujuan dalam berwirausaha. Dalam Khotbah Sang Buddha disampaikan

bahwa dalam Dhamma, harta terdiri atas harta bergerak, harta tidak bergerak, harta yang diandaikan sebagai kaki dan tangan dan harta yang diandaikan sebagai pengikut. Harta yang diandaikan sebagai kaki tangan adalah keahlian dan kemampuan, dan harta bagai pengikut adalah amal, kebajikan, berdana, melatih sila dan melatih samadi.

Dalam Buddhisme, umat awam diklasifikasikan ke dalam tingkatan akan cara memperoleh kekayaan yaitu penggunaan kekayaan untuk diri sendiri maupun kebahagiaan orang lain, sikap kebijaksanaan yang diterapkan dalam memandang kekayaan dan memiliki kebebasan spiritual dalam menyikapi kekayaan (Payutto, 1994). Pandangan tersebut mendasari keyakinan UKW Buddhis bahwa kewirausahaan adalah sarana untuk berbagi kebajikan dan mewujudkan konsepsi harta sebagai pengikut. Konsepsi bahwa pencapaian wirausaha digunakan sebagai sumber pengamalan kebajikan memberikan suatu pencapaian individu UKW Buddhis dalam memperoleh kedewasaan diri dan penyempurnaan secara individualitas.

Pencapaian materi dari kinerja wirausaha merupakan motivasi internal UKW Buddhis untuk mengamalkan perspektif pemanfaatan kekayaan dalam Buddhisme. Dengan perbuatan berdana, UKW Buddhis menerapkan upaya untuk mengurangi penderitaan dan merefleksikan praktik atau latihan ketidakmelekatan. Dalam Buddhisme dijelaskan individu yang mendapatkan materi dengan menerapkan konsepsi Mata Pencaharian Benar secara benar dan mengaplikasikan pemanfaatan kekayaan materi tidak hanya untuk pemenuhan diri sendiri namun juga bagi orang lain maka dikatakan sebagai pemenang di alam dunia maupun di alam selanjutnya (Digha Nikaya-D.III.181).

Prinsip lainnya yang diterapkan oleh UKW Buddhis adalah *Viriya* yaitu tekun, bersemangat dan ulet dalam kehidupan berwirausaha. Penerapan prinsip *Viriya* merupakan upaya diri UKW Buddhis dalam mencapai kemenangan di alam ini maupun alam selanjutnya dan diyakini sebagai cara untuk merealisasikan keseimbangan dalam kehidupan. UKW Buddhis meyakini penerapan prinsip *Viriya* memiliki keselarasan dengan penerapan prinsip *Santutthi* (kepuasan dengan apa yang dimiliki) dimana UKW Buddhis berupaya secara maksimal dalam mencari penghidupan namun memiliki batasan internal akan makna kepuasan pencapaian kewirausahaan. Keselarasan tersebut diyakini oleh UKW Buddhis memberikan keseimbangan dalam berwirausaha khususnya dalam harmonisasi pada aspek diri, keluarga maupun orang lain. Sebagaimana yang disampaikan oleh UKW Buddhis dalam penerapan prinsip *viriya* dalam proaktif dalam peluang usaha sebagai berikut:

Yah ke depannya saya arahnya ke pabrik-pabrik sekitar sini. Contohnya nanti saya mau jualan masker lah atau sarung tangan, yang ada hubungannya dengan teknikal atau laboratory Saya sudah mulai seh, walau orderannya belum banyak. Itu juga awalnya dari minuman juga, kan saya jual minuman kemasan, mie instant yah awalnya dari situ. Awalnya saya tawarin dari situ dan mereka mau. Dalam Buddhisme juga harus bersemangat dan harus dimanfaatkan bila ada peluang usaha (Joni).

Prinsip *Sacca* yaitu sikap kejujuran dan menepati janji juga diterapkan oleh UKW Buddhis dalam pelaksanaan kewirausahaan. Kejujuran diyakini oleh UKW Buddhis sebagai sumber daya untuk mendapatkan kepercayaan. Pandangan Buddhisme dalam Dhammapada 204 diuraikan bahwa kepercayaan adalah saudara yang paling baik. Hubungan dalam kewirausahaan baik kepada pemasok, agen maupun pelanggan didasari oleh hubungan pribadi yang dibangun atas

dasar kepercayaan sehingga tercipta jaringan pemasaran, relasi maupun kerjasama yang luas. Dasar kepercayaan inilah yang digunakan oleh UKW Buddhis dalam dimensi orientasi kewirausahaan yaitu dasar otonomi usaha, pelaksanaan inovasi maupun proaktif dalam kewirausahaan. Hubungan relasi yang berlandaskan kepercayaan ini sesuai dengan karakteristik wirausaha Tionghoa (Rahayu, 2013). Oleh karenanya, kejujuran menjadi kunci bagi UKW Buddhis dalam mendapatkan kepercayaan untuk keberlangsungan wirausaha. Agama berperan sebagai elemen sentral untuk membangun sistem kepercayaan dalam kewirausahaan.

Pengembangan cinta kasih dalam Buddhisme yaitu *Metta* merupakan perwujudan pelaksanaan kewirausahaan UKW Buddhis yang berlandaskan Dhamma sesuai konsep ekonomi Buddhis. UKW Buddhis memaknai kewirausahaan sebagai bentuk upaya untuk memberikan kebahagiaan bagi orang lain berupa perbuatan kebajikan. Dalam Buddhisme terdapat kebahagiaan harmonis yaitu keinginan untuk membawa kebahagiaan kepada makhluk lain (Payutto, 1994), Oleh karenanya, UKW Buddhis melaksanakan kegiatan inovasi kewirausahaan dan kompetisi usaha yang dilandasi oleh pengembangan cinta kasih. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Setiap orang itu saya anggap customer saya jadi mereka harus saya layani. Kalau dalam Buddhisme itu kan ada *Metta*, *Karuna*, *Mudita* dan *Upekkha*, salah satunya *yah* ini pengembangan cinta kasih, *Metta*. Jadi saya dalam usaha tuh dilandasi itu juga. Tujuan menjadi murni (Joni).

Metta atau cinta kasih digunakan sebagai landasan dari pertimbangan etika atau kemoralan dalam hubungan UKW Buddhis dengan pelanggan maupun dalam keputusan strategis inovasi, agresivitas kompetitif dan proaktif dalam usaha.

Upaya pengembangan cinta kasih atau *metta* digunakan untuk menghubungkan antara realitas dari alasan bias akan keadaan faktual. Pertimbangan etika memberikan pandangan yang subyektif atau bias namun berperan dalam mempertimbangkan sebab akibat yang timbul dari setiap keputusan orientasi kewirausahaan. Pengembangan cinta kasih atau *metta* juga ditunjukkan dalam relasi UKW Buddhis dengan karyawan. Karyawan dianggap sebagai mitra yang memiliki andil dalam keberlangsungan kewirausahaan sehingga UKW Buddhis berupaya agar karyawan mempunyai kesejahteraan dan mandiri. Gambaran hubungan tersebut menunjukkan pola hubungan paternalistik yang ditunjukkan oleh UKW Buddhis kepada karyawan khususnya kepada karyawan yang dianggap loyal.

Dalam Digha Nikaya iii.189-192, Sigalovada Sutta terdapat lima cara atasan memperlakukan karyawan yaitu dengan memberikan pekerjaan sesuai kemampuan, upah yang sesuai, perawatan ketika sakit, sesekali memberikan hadiah istimewa dan cuti atau liburan pada saat yang tepat. Penerapan Buddhisme dalam relasi hubungan dengan karyawan juga mewarnai pola manajemen UKW Buddhis dengan karyawan. Kepemimpinan paternalistik mewarnai pola relasi vertikal antara UKW Buddhis dengan karyawan dimana UKW Buddhis memberikan kepercayaan atas dasar pengembangan cinta kasih atau *metta* untuk karyawan dalam berperan dalam usaha yang dijalannya sesuai dengan tugas dan perannya. Gaya kepemimpinan UKW Buddhis tersebut senada dengan karakteristik wirausaha Tionghoa yang juga memiliki gaya kepemimpinan paternalistik (Kong, 2003; Rahayu, 2013). Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Bagi saya sukses usaha yang utama adalah apabila saya dapat memaksimalkan kesejahteraan karyawan saya sendiri. Pada kondisi pandemi saat ini, saya fokus mempertahankan karyawan karena tanpa bantuan mereka, usaha ini tidak dapat berdiri sekian tahun lamanya dan bantuan mereka juga berarti bagi saya. Usaha ini bertahan karena ada sumbangsih dari mereka. Karyawan saya ada empat orang dan rata-rata merupakan karyawan lama serta bahkan ada yang ikut kerja dengan saya sejak tahun 1990. Saya menganggap hal tersebut adalah berdana yang sesuai dengan nilai Buddhis karena mereka masing-masing memiliki keluarga. Ibaratnya makan tidak makan yang penting kumpul (Ernawati).

Berdasarkan uraian tentang *Dasa Paramita* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.15: *Paramita* atau kebajikan yaitu *Berdana*, *Sacca*, *Viriya* dan *Metta* mendasari filosofi nilai usaha serta gaya kepemimpinan UKW Buddhis dalam pelaksanaan orientasi kewirausahaan. *Paramita* atau kebajikan melahirkan nilai yang mendasari terbangunnya kepercayaan dalam interaksi kewirausahaan dengan pemangku kepentingan.

5.1.8 Arah timur : hubungan orang tua dan anak

Nilai Buddhisme yaitu arah timur mengenai hubungan orang tua dan anak mendasari orientasi kewirausahaan dalam dimensi otonomi usaha, inovasi maupun proaktif dalam kewirausahaan. Dalam Buddhisme, arah timur mengenai hubungan orang tua dan anak pada Sigalovada Sutta menjelaskan cara anak memperlakukan orang tuanya maupun cara orang tua menunjukkan kasih sayang kepada anaknya. Konsepsi Arah timur memaparkan hubungan dengan orang tua yaitu anak akan menjaga tradisi dan warisan keluarga serta melakukan upacara

pelimpahan jasa kepada keluarga yang telah meninggal. Selain juga, cara orang tua menunjukkan kasih sayang kepada anak yaitu menyerahkan harta warisan kepada anak pada saat yang tepat. UKW Buddhis mengungkap bahwa arah timur mengenai hubungan orang tua dan anak mendasari dimensi otonomi usaha, inovasi maupun proaktif dalam kewirausahaan.

Motivasi otonomi kewirausahaan merupakan bentuk perwujudan konsepsi arah timur mengenai hubungan orang tua dan anak. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Motivasi saya berwirausaha karena meneruskan usaha orang tua ya wajib menjaga aset orang tua. Kalau toko bangunan ini *kan* asalnya dari usaha orang tua yaitu Bapak saya yang dimulai sejak tahun 1960 atau 1970an sudah ada. Dulu papa saya diajari berdagang bahan bangunan oleh kakek saya sendiri dan tokonya berada di seberang jalan ini. Kalau kakek saya sudah berdagang material bangunan sejak tahun 1940an sudah lama sekali. Dalam agama Buddha, terdapat ajaran bahwa kita harus dapat menjaga aset orang tua dan saling menjaga antar saudara. Apabila kami bersaudara hidup akur maka leluhur yang ada di alam sana akan bahagia dan terlahir di alam bahagia. Di dalam agama Buddha meskipun ada keluarga kita yang sudah meninggal namun kita tetap wajib mengingat jasa mereka ketika masih hidup. Saya meneruskan usaha ini selain menjaga aset dan warisan orang tua tetapi juga karena ingin berbakti kepada orang tua (Didi).

Esensi pengalaman UKW Buddhis tersebut menggambarkan bahwa otonomi dalam kewirausahaan ditujukan untuk menjaga aset leluhur serta pengamalan praktik pelimpahan jasa dalam agama Buddha. Kegiatan pelimpahan jasa dalam agama Buddha dikenal dengan *Pattidana* yaitu kegiatan yang dilakukan untuk orang yang telah meninggal yang bertujuan agar mendiang turut berbahagia atas kebajikan yang dilakukan oleh sanak keluarganya yang masih hidup. Dalam

Buddhisme, kegiatan tersebut bertujuan untuk menolong makhluk yang terlahir di salah satu alam menderita yaitu alam *Peta*. *Pattidana* dalam Buddhisme dilakukan dengan harapan agar mendiang dapat terlahir kembali dalam alam yang lebih berbahagia. *Pattidana* mengkondisikan agar mendiang turut berbahagia ketika melihat sanak keluarganya berbuat kebajikan atas namanya. Dengan turut berbahagia, maka mendiang telah menanam karma baik melalui pikiran karena karma tidak sebatas diwujudkan dalam perbuatan, melainkan bisa juga lewat pikiran dan ucapan. Bilamana kegiatan tersebut berulang maka mendiang akan memiliki semakin banyak timbunan jasa kebajikan.

Otonomi kewirausahaan dilaksanakan untuk menjaga dengan baik warisan maupun harta peninggalan keluarga sehingga kewirausahaan memberikan manfaat bagi keluarga maupun makhluk lainnya. Motivasi otonomi kewirausahaan untuk mengelola dengan baik warisan dari orang tua diyakini UKW Buddhis sebagai bentuk perwujudan pelimpahan jasa (*Pattidana*) dalam perspektif Buddhisme. Agama tidak terlepas dari tradisi maupun ritual budaya dari masyarakat yang membentuknya (Ronen dan Shenkar, 2013). Tradisi budaya Tionghoa memiliki keeratan dalam perwujudan sikap bakti UKW Buddhis kepada leluhur. Tradisi budaya Tionghoa yang rutin dilakukan oleh UKW Buddhis adalah sembahyang kepada leluhur sebanyak dua kali dalam sebulan yaitu sembahyang *Ce It* dan *Cap Go* serta melakukan sembahyang besar sebanyak tiga kali dalam setahun. Tradisi lainnya adalah dengan melakukan pembersihan makam serta melakukan persembahan atau doa kepada leluhur sebagai perwujudan sikap bakti kepada leluhur. Penerapan tradisi tersebut juga memiliki keterkaitan erat pada perspektif Buddhisme dalam *Dīgha Nikāya sutta ke-31 (Sigalovāda Sutta)* dalam

pelaksanaan arah timur orang tua dan anak yaitu mengurus persembahan kepada sanak keluarga yang telah meninggal.

Faktor adanya regenerasi usaha juga merupakan salah satu yang mendasari proaktif UKW Buddhis dalam pengejaran peluang baru. Keberlanjutan usaha melalui regenerasi usaha menjadi dasar yang esensial dalam keputusan strategis UKW Buddhis dalam mengeksploitasi peluang pasar maupun pengembangan produk dan jasa baru. Regenerasi usaha ini merupakan salah satu perwujudan dari konsepsi pelaksanaan arah timur hubungan orang tua dan anak yaitu cara orang tua menunjukkan kecintaan kepada anaknya dengan menyerahkan warisan kepada anaknya pada waktunya. Sebagaimana yang disampaikan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya maunya simple saja, tidak mau pusing karena *toh* belum tentu saya dagang *sparepart* begini lalu anak saya tertarik meneruskan. Bahkan ada juga *lho*, usaha *sparepart* begini yang akhirnya malah diserahkan ke anak buah untuk diteruskan karena anak kandungnya tidak ada yang mau dagang. Teman saya contohnya, dia ini usaha *sparepart* mobil kecil, dikarenakan anak-anaknya tidak ada yang mau meneruskan usahanya, *malahan* sekarang usaha itu diserahkan ke anak buah untuk dilanjutkan (Susisno).

Pemaparan UKW Buddhis akan pentingnya regenerasi usaha menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha ditentukan oleh elemen *guanxi* atau hubungan yang menjadi elemen dasar dalam struktur sosial di Cina (Kong, 2003). Perspektif Buddhisme akan peran orang tua kepada anaknya untuk memberikan warisan kepada anaknya merupakan wujud dari hubungan atau *guanxi* yang bersifat jangka panjang yang didasari atas pertimbangan keuntungan jangka panjang. UKW Buddhis memiliki kepercayaan untuk mempertahankan keberlangsungan

usaha kepada generasi penerus atau keturunannya bukan kepada karyawannya karena dasar ikatan sosial, tingkat kepercayaan serta sistem kelembagaan dari kewirausahaan yang dijalani oleh UKW Buddhis. Esensi pengalaman UKW Buddhis memberikan pemahaman bahwa kepercayaan atau relasional dalam bentuk sistem kelembagaan yang erat dapat memberikan kenyamanan dalam pemenuhan kepentingan terkait pencarian kekayaan atau materi maupun pelaksanaan kepentingan dan visi individu dalam kewirausahaan. Oleh karenanya, UKW Buddhis menekankan pentingnya regenerasi usaha khususnya melalui usaha yang diwarisi kepada keturunannya untuk pembentukan *guanxi* kewirausahaan yang bersifat jangka panjang.

Berdasarkan uraian tentang *Arah Timur Pelaksanaan Hubungan Orang Tua dan Anak* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

- . **Proposisi 5.16:** *Arah Timur Pelaksanaan Hubungan Orang Tua dan Anak* dalam perspektif Buddhisme memberikan motivasi otonomi dalam kewirausahaan, sikap proaktif dalam eksploitasi peluang pasar maupun pengembangan produk dan jasa baru. *Arah Timur Pelaksanaan Hubungan Orang Tua dan Anak* memberikan dasar pembentukan sistem kelembagaan maupun *guanxi* dalam pelaksanaan orientasi kewirausahaan.

5.1.9 Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan

Dalam esensi pengalaman UKW Buddhis disampaikan bahwa harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan yaitu diri sendiri, orang lain maupun lingkungan

mendasari manifestasi dimensi inovasi dan proaktif. . Dalam model ekonomi Buddhis ditekankan bahwa kegiatan ekonomi berhubungan dengan tiga aspek kehidupan manusia yaitu manusia, masyarakat dan lingkungan hidup yang saling berhubungan (Payutto, 1994).Makna harmonisasi bagi UKW Buddhis adalah kewirausahaan yang dijalani tidak memberikan dampak yang merugikan bagi tiga aspek kehidupan. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Usia saya bertambah tua, sehingga saya harus memilih item usaha apa yang akan saya fokuskan ke depannya untuk masa tua saya.. Niat saya, saya bisa berwirausaha namun sambil beribadah, bisa tiap hari kebaktian di vihara dan toko saya tutup. Saya sehari bisa dua kali puja bakti *Iho*, pagi di Vihara Kusalacitta dan sorenya di Vihara Komsen, belakang Kaspea Bangunan. Kalau saya turutin nyari uang *kan ngak* ada cukupnya. Saya hanya ingat pesan papa saya saja, kalau hidup harus berbuat baik, jangan menipu orang lain, kalau ada hutang harus dilunasi, jangan melarikan diri dari hutang, dan jangan tidak menghargai alam seperti dalam nilai-nilai Buddhis (Mei Hwa).

Penjelasan UKW Buddhis memberikan pemahaman bahwa UKW Buddhis memiliki keterbukaan akan inovasi maupun proaktif pada peluang usaha. Perspektif Buddhis akan cinta kasih mendasari komitmen UKW Buddhis dalam pencapaian harmonisasi dalam setiap keputusan strategis kewirausahaan. Studi oleh Fry (1994) memberikan gambaran bahwa tujuan kewirausahaan dalam perspektif Buddhisme adalah optimalisasi kesejahteraan yang berlaku untuk semua pemangku kepentingan dengan komitmen dan dedikasi yang tinggi yang mendukung nilai-nilai kemanusiaan. Prinsip kebajikan dan keadilan juga memberikan warna dalam pelaksanaan kewirausahaan melalui penerapan budaya Tionghoa sebagai wujud agar kewirausahaan yang dijalannya tidak merugikan

tiga aspek kehidupan sebagaimana perspektif Buddhisme. Budaya Tionghoa yang diterapkan dalam kewirausahaan untuk pencapaian tujuan keselarasan atau harmonisasi adalah *Cengli* atau kepatutan dan kewajaran. *Cengli* dimaknai dengan keadilan atau etika untuk kesetaraan maupun kebajikan (Seng, 2006).

Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Selama menjalani usaha, saya selalu memegang nilai budaya *Cengli* yang berarti kepatutan. Saya mengambil untung, memperlakukan pelanggan dan karyawan dengan sepatutnya. Saya juga berupaya selalu jujur, tidak curang dan dapat dipercaya (Salim).

Dalam upaya untuk mencapai keharmonisan dalam kewirausahaan maka pembatasan pencapaian keuntungan dibatasi oleh penerapan budaya kepatutan atau kewajaran yaitu *Cengli* sebagai bentuk penerapan kebajikan. Dalam *Sutta Pitaka* agama Buddha dijelaskan mengenai nasihat Sang Buddha dalam perolehan kekayaan bahwa kekayaan diperoleh dengan cara yang bermoral melalui daya upaya yang dimiliki tanpa adanya motif eksploitasi (Payutto, 1994). Temuan penelitian ini memberikan pemahaman bahwa perspektif buddhisme berperan sebagai mekanisme pemantauan yang bersifat eksternal yang membentuk nilai dalam individu UKW Buddhis untuk memiliki pertimbangan etis dalam keputusan orientasi kewirausahaan. Nilai agama Buddha berperan sebagai sistem yang memperkaya penerapan etika dalam lingkungan usaha dan sistem pemantauan eksternal yang bersifat informal (Du *et al.*, 2016; Vitell, 2010). UKW Buddhis memaknai harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan sebagai penerapan kebijaksanaan atau *chanda* dalam penilaian etis atas kegiatan ekonomi yang dilakukan termasuk bentuk refleksi pertimbangan konsekuensi atau sebab akibat.

Kegiatan kewirausahaan baik dalam inovasi maupun pemanfaatan peluang usaha yang memberikan pencapaian kekayaan dimaknai sebagai sumber daya untuk mewujudkan kebahagiaan bagi kualitas kehidupan UKW Buddhis berupa keseimbangan serta bermanfaat bagi masyarakat maupun lingkungan hidup. UKW Buddhis memaknai sumber daya yang diberikan dari hasil kinerja wirausaha sebagai kelonggaran atau fleksibilitas untuk menerapkan bentuk tanggung jawab sosial kepada pemangku kepentingan termasuk karyawan, masyarakat atau komunitas maupun pemasok dan agen.

Berdasarkan uraian tentang *Harmonisasi Tiga Aspek Kehidupan* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.17: *Harmonisasi Tiga Aspek Kehidupan* dalam perspektif Buddhisme melahirkan sistem penilaian atau pertimbangan etis atas kondisi mental dan hubungan sebab akibat dari setiap keputusan strategis orientasi kewirausahaan. Tujuan pencapaian harmonisasi membentuk sistem pemantauan eksternal yang mengukur nilai etis dari kegiatan kewirausahaan dalam hal perolehan maupun pemanfaatannya yang ditujukan untuk pencapaian keseimbangan.

5.1.10 Sikap mental terhadap kekayaan

Esensi pengalaman UKW Buddhis memberikan eksplorasi akan peranan nilai agama Buddha yaitu sikap mental kekayaan dalam mendasari otonomi kewirausahaan. Dalam Buddhisme pada *Sutta Pitaka*, sikap mental terhadap kekayaan dipaparkan bahwa kekayaan tidak dijadikan suatu obsesi, sumber

kekhawatiran maupun kegelisahan dimana perlakuan kekayaan terletak pada pemahaman yang tepat akan manfaat serta keterbatasan yang mengarah kepada perkembangan kualitas diri (Payutto, 1994). Sebagaimana yang disampaikan oleh UKW Buddhis sebagai berikut

Kalau di dalam Buddhisme, semakin banyak kita bisa mendapatkan lebih dari usaha kita sendiri maka semakin banyak kesempatan kita untuk berbuat kebaikan. Saya meyakini dalam Buddhisme bahwa harta adalah sebagai alat untuk berbuat kebajikan sehingga usaha yang saya jalani ini mempunyai motivasi untuk pelayanan. Apabila motivasi saya hanya terbatas di *finansial* maka saya akan lebih banyak menerima kekecewaan. Tetapi bila motivasinya ditambah dengan pelayanan dan mampu membantu orang lain yang membutuhkan bantuan maka tercapailah nilai hidupnya. Melalui usaha *sparepart* truk yang saya jalani, saya juga secara tidak langsung juga dapat mendukung dan bermanfaat bagi usaha orang lain (Susisno).

UKW Buddhis memaknai kewirausahaan sebagai sarana untuk memberikan manfaat bagi tiga aspek kehidupan dan bukan sebagai beban yang dapat menyebabkan penderitaan. Konsep non-diri atau *annata* Buddhisme melahirkan nilai akan praktik kewirausahaan UKW Buddhis yang tidak mementingkan pemenuhan kepentingan diri namun menekankan pada efektifitas pemenuhan tanggung jawab secara luas bagi tiga aspek kehidupan. Sikap mental terhadap kekayaan Buddhisme berkaitan erat dengan konsep non-diri Buddhisme bahwa kekayaan tidak hanya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri (finansial) namun sebagai sumber daya untuk berbagi dengan orang lain dan sarana kebajikan. Perspektif tersebut mendasari motivasi otonomi kewirausahaan UKW Buddhis.

Model ekonomi dalam Buddhisme memberikan makna bagi UKW Buddhis bahwa pencapaian wirausaha tidak semata-mata diarahkan pada pengumpulan

kekayaan secara maksimum namun memperhatikan proses atau cara perolehan serta pemanfaatannya. Buddhisme memastikan bahwa kekayaan menuntun pada pengembangan potensi kualitas kehidupan (Payutto, 1994). Pandangan Buddhisme memberikan pemahaman akan pentingnya pengendalian keinginan untuk mengurangi penderitaan melalui prinsip non-inti, saling ketergantungan maupun ketidakkekalan (Pace, 2013; Brazier, 2003).

Sikap mental terhadap kekayaan dalam pandangan Buddhisme memberikan pemahaman bagi UKW Buddhis untuk melaksanakan otonomi kewirausahaan melalui penerapan sila Mata Pencaharian yang benar dengan dilandasi oleh prinsip *viriya (rajin)*. Pelaksanaan otonomi kewirausahaan bertujuan untuk pencapaian kebermanfaatan dalam tiga aspek kehidupan melalui evaluasi pertimbangan etika dari sisi akibat yang muncul dan motivasi internal yang melandasi keputusan kewirausahaan. Otonomi kewirausahaan dimaknai oleh UKW Buddhis bukan sebagai sumber kekhawatiran yang menimbulkan penderitaan atau beban namun berfokus sebagai sarana pencapaian keseimbangan. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya meyakini bahwa sukses bila diri sendiri berupaya positif dan percaya akan karma dan rejeki sudah ada porosnya sehingga tidak menjadi suatu kekhawatiran dan berikan saja yang terbaik (Florensia).

Berdasarkan uraian tentang *Sikap Mental Terhadap Kekayaan* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.18: *Sikap mental terhadap kekayaan* memberikan motivasi UKW Buddhis dalam pelaksanaan otonomi kewirausahaan yang berfokus kepada pencapaian keseimbangan kehidupan,

perwujudan kewirausahaan yang etis dan penciptaan kebermanfaatn bagi tiga aspek kehidupan. *Sikap mental terhadap kekayaan* melalui penerapan konsep non-inti (*annata*), saling ketergantungan maupun ketidakkekalan memitigasi UKW Buddhis dalam pengambilan keputusan orientasi kewirausahaan yang diluar batas kemampuan dan secara berlebihan.

5.2 Nilai Agama Buddha Dalam Keputusan Keuangan

Bagian ini membahas peranan nilai agama Buddha dalam mendasari keputusan keuangan dalam realitas UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi. Temuan penelitian ini mengungkap dan memberikan pemahaman akan peranan dimensi kognitif agama dan nilai-nilainya dalam keputusan keuangan. Penelitian ini juga mengungkap peranan sosial agama dalam peran wirausaha pada perkembangan struktur sosial dan perilaku ekonomi yaitu keputusan keuangan.

Terdapat pemahaman yang serupa dari esensi pengalaman yang disampaikan oleh informan akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari keputusan keuangan yaitu keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal maupun aset pribadi dan sumber rekanan usaha yang dilandasi oleh kecenderungan akan pemilihan risiko usaha yang rendah. Tema-tema nilai agamis yang mendasari pemilihan keputusan keuangan oleh UKW Buddhis yaitu kepercayaan, keseimbangan, Pancasila Buddhis, Karma, Panca Dhamma, Pengaturan Kekayaan (*Bhogavibhaga*) dan *Vyagghapajja Sutta*.

5.2.1 Kepercayaan

Dalam esensi pengalaman yang disampaikan oleh UKW Buddhis diungkapkan bahwa kepercayaan mendasari pemilihan keputusan keuangan. Dhammapada 204 (Sangasumana, 2019) menjelaskan mengenai *Arōgyā paramā lābhā* (Kesejahteraan Material), *santutthi paramam dhanam* (Kesejahteraan mental), *vissāsa paramā nāthi* (Kesejahteraan sosial) dan *Nibbānan paramam sukhan* (Kesejahteraan spiritual). Berdasarkan Dhammapada 204 dalam agama Buddha dipaparkan bahwa kepercayaan merupakan saudara yang paling baik. Perspektif tersebut dimaknai oleh UKW Buddhis bahwa pemilihan keputusan keuangan cenderung menggunakan sumber dana internal yang berasal dari internal hasil usaha maupun relasi kepercayaan bisnis dengan rekanan usaha. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Awalnya modal saya itu hanya modal dengkul dan berawal dari kepercayaan, tapi lama-lama berkembang, *ngak* menyangka. Saya sudah beberapa kali mendapatkan piagam penghargaan the best delaeer dari beberapa provider (Po Seng).

Esensi pengalaman UKW Buddhis memberikan pemahaman bahwa keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal khususnya dengan menggunakan sumber internal usaha maupun berasal dari hubungan bisnis yang berlandaskan kepercayaan. Temuan ini selaras dengan teori struktur modal yaitu Pecking Order Theory (Myers, 1984) akan kecenderungan menggunakan sumber dana internal dibandingkan dengan menggunakan sumber dana eksternal. Shete dan Garcia (2011) menunjukkan teori *Pecking Order* berperan kepada perusahaan kecil di India yang menggunakan sumber pendanaan internal dari modal internal maupun berasal dari anggota keluarga dan rekan terdekat dalam usaha.

Kālāmā Sutta (Anguttara Nikaya Vol.1) memaparkan bahwa kepercayaan diartikulasikan berdasarkan pengalaman nyata yang dirasakan secara langsung melalui pemahaman kebenaran dan makna dari kemunculan yang bergantung pada kondisi alam semesta serta pengaruhnya pada hubungan dan keadaan yang tidak kekal. Oleh karenanya, UKW Buddhis cenderung menggunakan modal internal maupun yang bersumber dari rekan terdekatnya atas dasar kepercayaan dimana UKW Buddhis menyatakan kesanggupan dalam memenuhi harapan atau ekspektasi pemenuhan komitmennya sehingga tidak menimbulkan tindakan yang menyebabkan karma atau penderitaan.

Buddhisme menggambarkan bahwa keinginan dan ketidaktahuan yang mencerminkan perilaku atau tindakan yang melekat dapat menimbulkan penderitaan maupun karma (Wallace, 2005). Dengan memilih sumber pendanaan eksternal berupa hutang memberikan pandangan bagi UKW Buddhis akan keharusan untuk mendapatkan kepercayaan yang melekat pada harapan akan komitmen pada pemenuhan kewajiban dari hutang yang timbul. Harapan tersebut diyakini dapat menimbulkan suatu kondisi ketergantungan pada faktor atau komponen di luar kontrol sehingga memberikan suatu kondisi bagi UKW Buddhis akan bentuk-bentuk keterikatan yang berlebihan yang mengarah pada penderitaan.

Pandangan akan kepercayaan juga dilandasi oleh konsepsi Jalan Tengah dalam Buddhisme akan penghindaran sesuatu yang ekstrim ataupun tidak etis serta penekanan pada pertimbangan penilaian etika (Vu dan Tran, 2019; Shen dan Midgley, 2007; Combs *et al.*, 2002). Konsepsi Jalan Tengah Buddhisme mendasari keputusan UKW Buddhis pada keputusan keuangan dengan menggunakan modal internal untuk menghindari terjadinya konsekuensi dari

keputusan yang dipandang dapat memberikan suatu kondisi yang ekstrim yang tidak dapat dipenuhi dan melanggar moralitas atau etis seperti kondisi ketidakmampuan dalam memenuhi kepercayaan dari *debt issuer*.

Jalan Tengah dalam Buddhisme memberikan pemahaman bahwa kepercayaan merupakan posisi tengah yang dinamis yang bergantung pada faktor internal dan eksternal individu (Vu dan Tran, 2019). UKW Buddhis menghindari pembentukan kepercayaan kewirausahaan dengan hanya bertumpu pada keadaan eksternal. UKW Buddhis memilih membangun kewirausahaannya dari sumber dana internal maupun modal kepercayaan dari rekan usaha terdekatnya dimana UKW Buddhis membangun kepercayaan melalui keterlibatan secara kolektif dalam upaya pencapaian kesejahteraan di aktivitas kewirausahaan.

Temuan penelitian ini mengungkap dan memberikan pemahaman akan peranan Buddhisme yaitu kepercayaan dimanifestasikan pada aspek kognitif di individu melalui bias perilaku UKW Buddhis dalam pemilihan keputusan keuangan. Penelitian ini juga memberikan eksplorasi akan peranan dimensi kognitif agama dan nilai-nilainya dalam mengungkap perilaku irasional UKW Buddhis dari bias perilaku pada keputusan keuangan.

Berdasarkan uraian tentang *Kepercayaan* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.19: Perspektif Buddhisme yaitu kepercayaan memberikan sikap dan pandangan UKW Buddhis untuk menghindari kondisi ketergantungan yang timbul dari harapan atau ekspektasi kondisi eksternal yang menimbulkan keterikatan dan menyebabkan penderitaan. Sikap dan pandangan tersebut mendasari keputusan keuangan UKW Buddhis menggunakan sumber dana internal

yang berasal dari internal hasil usaha maupun relasi kepercayaan bisnis melalui keterlibatan rekanan usaha secara kolektif dalam pencapaian kesejahteraan di kewirausahaan.

5.2.2 Keseimbangan

Esensi pengalaman UKW Buddhis mengungkap bahwa konsepsi Jalan Tengah Buddhisme akan keseimbangan mendasari pemilihan keputusan keuangan. Perspektif keseimbangan dalam Buddhisme merujuk kepada pemahaman akan pelaksanaan hidup yang sewajarnya dan tidak berlebihan (Payutto, 1994). Asumsi yang mendasari konsepsi Buddhisme akan Jalan Tengah adalah moderasi atau titik optimum yang mempertemukan kebahagiaan dengan kepuasan untuk menghindari timbulnya penderitaan serta penekanan pada nilai etis atau moral (Schroeder, 2004; Payutto, 1994). Konsep modersi ini mengarah kepada konsumsi yang moderat untuk pencapaian kesejahteraan (Schumacher 1973; Payutto, 1994; Zsolnai 2011). Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Selama ini saya menggunakan modal sendiri, ditabung sedikit-sedikit saya kumpulkan, tidak pernah meminjam dari bank. Kalau saya ini *kan* tidak biasa meminjam, jadi apa adanya saja pakai uang hasil sendiri. Kalau minjam ke bank, saya akan pusing dengan cicilan bulanannya. Ketika membangun awalnya saya bangun empat ruko dulu, lalu dari situ ada yang mengontrak dan uangnya saya pakai ditabung untuk membangun ruko selanjutnya. Sebagian uang kontraknya saya sisihkan, sebagian untuk kehidupan, sebagian lagi untuk jangka panjang. Bagi saya yang penting ketenangan batin, berusaha tetap jalan tapi batin juga tenang. Sesuai ajaran Buddhis juga, sejak awal saya tidak mau berhutang (Cu Teng).

Perspektif Buddhisme akan keseimbangan mendasari keputusan keuangan UKW Buddhis untuk menggunakan sumber dana internal sesuai dengan Teori *Pecking Order*. Konsep kebijaksanaan dari sikap hidup yang tidak berlebihan mendasari keputusan keuangan UKW Buddhis untuk memilih pendanaan dari sumber dana internal. Nilai keseimbangan menjadi sumber legitimasi kognitif dengan pemilihan keputusan keuangan yang ditujukan untuk penghindaran atas risiko dan sebagai kontrol akan aktivitas kewirausahaan dengan kesejahteraan sebagai kendali. Hutang sendiri dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai beban yang dapat menimbulkan penderitaan dan mengganggu keseimbangan hidup. Penerapan perspektif Buddhisme melahirkan nilai-nilai etos kerja akan keuletan dan ketekunan UKW Buddhis dalam mengembangkan usahanya melalui upaya pengumpulan modal secara bertahap tanpa efek yang dapat merugikan diri sendiri.

Pemilihan keputusan keuangan dengan menggunakan modal sendiri dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai kontrol akan sikap kesederhanaan dalam hidup untuk mencapai kualitas kehidupan dan kesejahteraan sehingga terhindar dari kemungkinan atas efek yang merugikan dari suatu kewirausahaan yang berlebihan dan di luar kontrol. Keseimbangan dalam perspektif Buddhisme memberikan batasan pada makna kepuasan dalam individu UKW Buddhis sehingga memiliki ketetapan akan makna kepuasan atau keseimbangan dalam kewirausahaan yang berdampak pada penghindaran keputusan keuangan kewirausahaan di luar batas kewajaran atau kemampuan. Pandangan keseimbangan ini mendasari pilihan keputusan keuangan pada kecenderungan pendanaan secara internal karena merefleksikan makna pencapaian kepuasan yang diyakini oleh UKW Buddhis. Pencapaian kepuasan kewirausahaan dimaknai bilamana perkembangan kewirausahaan dicapai melalui hasil usaha dengan tidak

memiliki hutang dan berada pada posisi mampu merealisasikan pencapaian materi kewirausahaan.

UKW Buddhis memaknai hutang adalah sebagai penderitaan dan beban. Aktivitas kewirausahaan dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai sarana atau sumber daya untuk merealisasikan salah satu jenis kebahagiaan menurut Buddhisme yaitu *Anana Sukha* (Hansen, 2008) yaitu kebahagiaan karena terbebas dari hutang. Dengan terbebasnya dari hutang maka UKW Buddhis merealisasikan bentuk kebahagiaan sesuai perspektif Buddhisme karena memiliki hasil kewirausahaan yang bersumber dari internal usaha dan mampu menikmati hasil kewirausahannya tanpa adanya beban hutang.

Berdasarkan uraian tentang *Keseimbangan* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.20: Perspektif Buddhisme keseimbangan melahirkan nilai etos kerja UKW Buddhis yaitu ketekunan dan keuletan untuk mencapai kinerja finansial kewirausahaan yang digunakan sebagai sumber daya internal untuk merealisasikan tujuan pencapaian keseimbangan dengan tidak menambah beban melalui keputusan pendanaan eksternal yaitu hutang. Perspektif Buddhisme yaitu keseimbangan berperan dalam membentuk perilaku bias kognitif UKW Buddhis pada pemilihan keputusan keuangan berupa pendanaan secara internal.

5.2.3 *Pancasila Buddhis*

Berdasarkan esensi pengalaman UKW Buddhis diungkapkan bahwa Pancasila Buddhis mendasari keputusan keuangan dalam pemilihan sumber pendanaan Internal. Perspektif Buddhisme Pancasila Buddhis memberikan kesadaran bagi UKW Buddhis secara psikologis untuk tidak melekat pada konteks kewirausahaan yang dijalannya melalui persepsi ketidakkekalan (Dutton *et al.*, 2014; Schuyler, 2012). Kebijakan dalam perspektif Buddhisme dijadikan dasar dalam perilaku ekonomi UKW Buddhis yang mengarah pada keputusan penggunaan modal internal. Kebijakan memberikan pemahaman akan fenomenologi atas cara kerja atau sistem dalam dunia saling berhubungan dan bergantung sehingga menghindari individu untuk menempatkan harapan serta ilusi diri yang dapat menyebabkan terjadinya siklus penderitaan atau *samsara* (Tideman, 2016). Hutang dimaknai oleh UKW Buddhis dapat menyebabkan terjadinya beban maupun kemelekatan khususnya dalam pemenuhan komitmen pembayaran. Nilai Pancasila Buddhis yaitu tekad untuk menghindari ucapan yang tidak benar menjadi suatu legitimasi kognitif dalam memilih keputusan keuangan yang bersumber dari sumber dana internal untuk menghindari terjadinya kemungkinan gagal bayar sehingga gagal memenuhi penerapan Pancasila Buddhis. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Untuk usaha, saya menggunakan modal internal. Ini juga *kan* ada modal kepercayaan orang sama saya sehingga pelan-pelan bisa berkembang lagi. Ada *sales* yang bisa bayar atau memberi tempo. Kalau modal sendiri saja sebenarnya dalam usaha itu berat untuk maju, memang butuh bantuan modal hutang. *Nah*, bentuk hutangnya apa, kalau bentuk uang pinjaman dari bank saya tidak berani, karena bunganya berat apalagi situasi pandemi saat ini. Lebih baik seperti saat ini saja, saya dapat hutang barang dan bisa bayar dua sampai tiga bulan kemudian, jauh lebih aman. Pikiran saya tidak mau

terbebani *lah* dalam hal hutang ke eksternal begitu. Selama kita bisa membayar hutangnya, sebenarnya tidak masalah kalau mau berhutang yah dalam agama Buddha. Tapi kan jangan sampai berbohong ke orang lain sesuai dengan Pancasila Buddhis, hutang itu biar bagaimana pun harus dibayar itu juga yang menjadi pertimbangan saya tidak ingin berhutang dan menggunakan modal sendiri (Ernawati).

Pancasila Buddhis memiliki peranan dalam mengevaluasi kemampuan internal UKW Buddhis khususnya dalam memberikan harapan pemenuhan komitmen pembayaran kepada pihak eksternal (*debt issuer*). Pancasila Buddhis diyakini oleh UKW Buddhis mendasari pemahaman dalam pembentukan kepercayaan usaha. Pancasila Buddhis memberikan mekanisme kontekstual yang secara responsif meninjau konsekuensi logis yang timbul dari setiap keputusan strategis kewirausahaan termasuk dalam keputusan keuangan. Pancasila Buddhis memberikan keseimbangan bagi UKW Buddhis dalam pengambilan keputusan dengan memikirkan rasionalisasi untuk pengembangan usaha melalui pertimbangan pemenuhan tantangan etika.

Pendekatan Pancasila Buddhis memberikan konteks pendekatan manajerial untuk menerapkan budaya wirausaha yang etis dengan pertimbangan akan karma dari setiap keputusan kewirausahaan. Gagasan akan karma memiliki relasional dengan perspektif Pancasila Buddhis dalam mendasari pemilihan keputusan keuangan melalui asumsi keputusan dalam mempengaruhi kepercayaan dari pihak yang terlibat dalam kewirausahaan. Karma memiliki peranan yang esensial dalam membentuk perilaku kejujuran maupun bagaimana UKW Buddhis menyeimbangkan akan tantangan dalam perkembangan usaha dan visi etis dalam konteks kewirausahaan. UKW Buddhis menyakini bahwa kegagalan pemenuhan

komitmen pembayaran hutang akan memberikan konsekuensi logis atau karma yang dapat berdampak pada kewirausahaan.

Temuan ini mengungkap dan memberikan pemahaman bahwa Pancasila Buddhis membentuk pendekatan dan pertimbangan manajerial untuk melihat nilai moral maupun konsekuensi karma khususnya dalam pembentukan kepercayaan usaha di mata pemangku kepentingan. Nilai Pancasila Buddhis yaitu tekad untuk menghindari ucapan yang tidak benar menjadi suatu legitimasi kognitif bagi UKW Buddhis dalam pemilihan keputusan keuangan. Pertimbangan manajerial tersebutlah yang menjadi dasar bagi UKW Buddhis dalam memilih keputusan keuangan yang bersumber dari modal internal.

Berdasarkan uraian tentang *Pancasila Buddhis* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.21: *Pancasila Buddhis* melahirkan nilai bagi UKW Buddhis untuk merefleksikan pertimbangan moral atau nilai etis beserta konsekuensi logis atau *karma* yang muncul dari setiap keputusan manajerial kewirausahaan termasuk keputusan keuangan. *Pancasila Buddhis* dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai suatu mekanisme informal yang membentuk perilaku ekonomi yang mendasari pemilihan keputusan keuangan yang bersumber dari modal internal usaha dalam kaitannya untuk menjaga kepercayaan usaha dan nilai etis kewirausahaan.

5.2.4 Karma

Berdasarkan esensi pengalaman UKW Buddhis diungkapkan bahwa karma mendasari pemilihan keputusan keuangan berdasarkan modal internal. Nilai agama Buddha akan karma yang timbul akibat risiko kegagalan pembayaran akibat hutang memberikan suatu bias perilaku yang signifikan yang mendasari keputusan keuangan. Karma dalam Buddhisme muncul dari hubungan simbiosis dan merupakan efek sebab akibat (James, 2004) serta merasionalisasikan konsekuensi tindakan yang berkaitan dengan keberlanjutan organisasi (Daniels, 2011). Karma memiliki keterkaitan erat dengan dalam pembentukan kepercayaan usaha jangka panjang. Sifat karma yang bersifat non-linear dan keyakinan dalam Buddhisme bahwa tidak ada yang dapat terlepas dari konsekuensi karma (Vu dan Tran, 2019; Rinpoche, 1994) mendasari keputusan keuangan UKW Buddhis. Sebagaimana yang dituturkan UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya hanya menggunakan modal internal saja, saya tidak mau pusing, sebenarnya dalam dunia usaha itu salah, saya membatasi kemampuan saya sendiri. Kemampuan saya segini, maka porsi belanja saya segini, jadi mengikuti kemampuan saya sendiri.

Pertimbangan risiko nanti bisa jadi membuat saya kepikiran, nanti ujung-ujungnya malah stress dan bisa sakit. Saya tidak mau itu. Hutang *kan* dibawa mati yah, kalau secara Buddhis mengenai hutang adalah kesepakatan berdua, dan kembali ke karma masing-masing. Makanya jangan sampai saya tidak membayar hutang walaupun saat itu *customer* saya juga belum bayar ke saya (Susisno).

UKW Buddhis memaknai karma sebagai suatu kesadaran maupun reflektivitas dalam pengambilan keputusan kewirausahaan jangka panjang yaitu keputusan keuangan yang berorientasi pada efek keberlanjutan usaha. Pengalaman UKW Buddhis mengungkap kecenderungan menghindari

penggunaan hutang dalam struktur modal didasari oleh bias perilaku kognitif yang dilandasi oleh keyakinan sifat dalam karma. Sifat karma bahwa karma dapat berlipat ganda dan setiap tindakan yang dilakukan dapat menerima karmanya baik secara langsung maupun pada kehidupan selanjutnya (Riponche, 2019) membentuk suatu nilai bagi UKW Buddhis untuk menghindari perbuatan yang menciptakan karma bagi dirinya. Dalam Dhammapadda 119-120 disampaikan bahwa *“Pembuat kejahatan hanya melihat hal yang baik selama buah perbuatannya belum masak, tetapi bilamana hasil perbuatannya itu telah masak, ia akan melihat akibat-akibat yang buruk.”*

Karma mendasari perilaku pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis termasuk dalam risiko keputusan keuangan. Konsep kemelekatan dan karma diyakini mendasari perilaku pengambilan risiko keuangan UKW Buddhis pada tingkat risiko yang rendah. Risiko diyakini oleh sebagai buah karma yang mendorong UKW Buddhis untuk melaksanakan praktik kewirausahaan secara benar melalui pertimbangan moral etis termasuk dalam keputusan keuangan. Dalam tujuannya untuk merealisasikan kebahagiaan sejati dalam Buddhisme yaitu pencapaian kesejahteraan dan terlepasnya penderitaan maka UKW Buddhis berupaya untuk menghindari perbuatan atau tindakan yang dapat mendorong terjadinya karma. Salah satunya adalah karma karena tidak mampu menjalankan komitmen pembayaran hutang. Karma menggambarkan bahwa tindakan individu dapat memiliki konsekuensi pada kehidupan saat ini maupun masa mendatang sehingga memberikan arahan bagi UKW Buddhis dalam pengambilan keputusan yang berorientasi jangka panjang (Marques, 2012). Salah satu bentuk keputusan kewirausahaan yang berorientasi jangka panjang adalah tercermin dari keputusan keuangan karena berkaitan dengan sumber daya finansial dan hubungan jangka

panjang dengan pemangku kepentingan (Brigham *et al.*, 2014; Flammer dan Bansal, 2017).

Karma memiliki peranan dalam membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan (Flammer dan Bansal, 2017). Untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan, UKW Buddhis cenderung menjalankan kewirausahaan secara berhati-hati dan menjaga kepercayaan pemangku kepentingan dengan memilih keputusan strategis kewirausahaan pada batas kendali UKW Buddhis. Dengan menjaga hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan, UKW Buddhis dapat mengurangi biaya transaksi kewirausahaan dan mendapatkan legitimasi usaha (Williamson 1985; North 1990; Shane dan Cable 2002; Brigham *et al.*, 2014). Dengan legitimasi usaha yang dimilikinya, UKW Buddhis cenderung menggunakan sumber dana internal maupun yang berasal dari rekan usahanya berdasarkan kepercayaan yang dibangunnya untuk mengurangi biaya transaksi kewirausahaan. Sebagaimana yang diuraikan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Untuk usaha, saya menggunakan modal internal. Ini juga *kan* ada modal kepercayaan orang sama saya sehingga pelan-pelan bisa berkembang lagi. Ada *sales* yang bisa bayar atau memberi tempo satu bulan, ada yang bisa dua bulan bahkan ada yang bisa tiga bulan tempo (Ernawati).

Pengalaman UKW Buddhis tersebut mengungkap keputusan keuangan wirausaha UKW Buddhis melalui penggunaan sumber dana yang bersumber dari modal internal hasil usaha maupun modal kepercayaan yang diberikan dalam bentuk pembiayaan oleh pemasok ataupun rekanan usaha dengan tingkat risiko yang lebih rendah dan biaya yang murah.

Berdasarkan uraian tentang *Karma* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.22: *Karma* mendasari refleksifitas UKW Buddhis dalam mempertimbangkan efek dan konsekuensi logis dari keputusan strategis keuangan kewirausahaan jangka panjang. *Karma* mendasari pembentukan kepercayaan usaha dengan pemangku kepentingan untuk pendanaan usaha dengan biaya yang murah dan risiko yang rendah. *Karma* mendasari adanya bias perilaku kognitif UKW Buddhis dalam pemilihan keputusan keuangan berupa pendanaan secara internal.

5.2.5 Panca Dhamma

Berdasarkan esensi pengalaman UKW Buddhis diungkapkan bahwa nilai agama Buddha yaitu Panca Dhamma (*Santuṭṭhi*) mendasari pembentukan kepercayaan yang dikembangkan secara internal di diri wirausaha akan keputusan keuangan. Perspektif Buddhisme yaitu *Santuṭṭhi* (kepuasan pada apa yang dimiliki) mengarahkan aktivitas kewirausahaan pada pemanfaatan sumber dana internal sebagai kontrol dalam pencapaian keseimbangan melalui sikap hidup yang sewajarnya. Panca Dhamma adalah sifat aktif atau Kalyanadharma dengan tujuan menjadikan individu yang mempraktekannya mulia. UKW Buddhis memaknai prinsip *Santuṭṭhi* dan prinsip *Viriya* secara seimbang dimana pelaksanaan kewirausahaan secara maksimal untuk penghidupan namun menekankan pada pencapaian keseimbangan untuk keluarga, diri sendiri maupun pengembangan spiritual.

Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut::

Bagi saya, hemat itu perlu, sederhana itu perlu, dari saya kecil sudah saya terapkan itu. Dari saya kecil sampai saya dewasa begini, saya tetap terapkan hidup hemat, sederhana, Saya tidak mau berhutang. Karena kalau prinsip saya, berhutang itu sama saja dengan menggunakan hak orang lain dulu, sebenarnya saya belum memaksimalkan usaha saya. Sebenarnya, saya mempunyai modal, namun kalau orang berhutang kan dia tidak memaksimalkan diri sendiri dulu. Akhirnya kadang salah jalan, difoya-foayakan dan cepat habis. Dalam agama Buddha ada salah satunya yaitu kebahagiaan terbebas dari hutang. Walaupun kecil, usahakan jangan berhutang. Kalau belum mampu, *mendingan* jangan beli dulu, kumpulin dulu uangnya baru beli. Buddha juga *kan* mengajarkan kesederhanaan, hiduplah dengan sederhana. Dalam Panca Dhamma Buddha bahwa harus sederhana. Definisi puas *kan* diri kita sendiri yang menentukan, mau penghasilan seberapa besar pun kalau dalam diri kita tidak merasa puas yah tidak akan cukup (Joni).

Penjelasan UKW Buddhis mengungkap pemahaman bahwa prinsip Santuṭṭhi mendasari pemilihan keputusan keuangan dengan menggunakan sumber dana internal dibandingkan hutang. Keputusan hutang dalam kewirausahaan dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai ketidakefektifan dalam memberdayakan kemampuan internal usahanya. UKW Buddhis memaknai sebagai ketidakmampuan dari internal diri dalam menggunakan atau menikmati kekayaan sesuai perspektif Buddhisme yaitu kebahagiaan umat awam. Gambaran dalam penelitian ini selaras dengan perspektif Buddhisme yaitu pemanfaatan kekayaan. UKW Buddhis mengartikulasikan pengalamannya yang didasari oleh perspektif Buddhis yaitu kekayaan diperoleh dari hasil kerja keras melalui aplikasi Mata Pencapaian Benar dan digunakan untuk menyokong kehidupan termasuk kehidupan kewirausahaan. Dengan perspektif tersebut, UKW Buddhis memilih penggunaan modal internal sebagai wujud apresiasi kerja kerasnya dalam wirausaha yang dijalani dan

memiliki suatu kebahagiaan dengan berada pada posisi kehidupannya yang memiliki materi untuk digunakan dalam menyokong kewirausahaannya.

Attribut personal diri UKW Buddhis yaitu hemat juga mendasari pemilihan keputusan keuangan dengan menggunakan modal internal. Ciri khusus yang melekat pada personal diri UKW Buddhis adalah konservatif atribut hemat. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya ini irit, tidak pernah menyia-nyiakan kesempatan yang datang. Sejak menikah, uang saya irit-irit, kumpul-kumpul biar hemat. Biasa kalau saya kelilingnya rajin, saya bisa dapat lumayan banyak, saya tabungkan, pokoknya begitu ada uang dapat, saya tabung (Ferry).

Penjelasan UKW Buddhis menggambarkan bahwa konservatif atribut hemat yang mendasari pengambilan keputusan keuangan melalui upaya penyimpanan hasil usaha untuk digunakan sebagai modal pengembangan usaha. Temuan penelitian ini selaras dengan studi mengenai karakteristik wirausaha Tionghoa (Rahayu, 2013; Sun, 1996; Whitley 1992) yang ditunjukkan melalui ciri-ciri khusus ketekunan, pemikiran positif optimis yang cerah, dan konservatif atribut hemat. Karakteristik yang ditunjukkan oleh wirausaha Tionghoa tersebut selaras dengan karakteristik diri yang dimiliki oleh UKW Buddhis dimana mayoritas UKW Buddhis tersebut merupakan keturunan Tionghoa. Temuan penelitian ini memberikan pemahaman bahwa keberhasilan kewirausahaan yang dijalani oleh UKW Buddhis juga terbentuk dari budaya maupun atribut etnis yang melekat pada karakteristik wirausaha.

Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa UKW Buddhis berupaya merealisasikan makna kebahagiaan sejatinya yaitu keseimbangan dalam pencapaian kesejahteraan dalam kewirausahaan. UKW Buddhis menerapkan

gaya hidup sederhana dan hemat untuk menerapkan realitas kehidupan yang sewajarnya yang menekankan pada pengendalian diri. Pengendalian diri tersebut memberikan kemampuan bagi UKW Buddhis untuk mengenali batas kemampuan internal yang mendasari keputusan keuangan dengan menggunakan modal sendiri sesuai dengan kapasitas internal yang dimiliki.

Berdasarkan uraian tentang *Panca Dhama* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.23: *Panca Dhamma* yaitu Santuṭṭhi melahirkan nilai pengendalian atau kontrol diri mengenai makna kepuasan dan keseimbangan dalam kewirausahaan. Dengan penerapan prinsip Santuṭṭhi, UKW Buddhis memilih penggunaan modal internal sebagai wujud apresiasi kerja kerasnya dalam wirausaha dan memiliki kebahagiaan dengan berada pada posisi kehidupannya yang memiliki materi untuk menyokong kewirausahannya.

5.2.6 Pengaturan Kekayaan (*Bhogavibhaga*)

Berdasarkan esensi pengalaman UKW Buddhis diungkapkan bahwa Pengaturan Kekayaan (*Bhogavibhaga*) memiliki peranan dalam mendasari keputusan keuangan. Dalam Buddhisme, dikenal dengan pengaturan kekayaan yaitu kekayaan yang didapat digunakan untuk diri sendiri, anak istri, orang tua, membantu teman ketika mereka ada kesulitan dan berdana kepada para pertapa dan brahmana. Dalam *Bhoga-Adiya A.III.45* dijelaskan lima manfaat dari memiliki kekayaan yaitu untuk membiayai kehidupan diri beserta keluarga, berbagi dengan kawan dan rekan sejawat, mempersiapkan cadangan, mempersiapkan untuk

pemberian kepada sanak keluarga; para tamu; kepada pemerintah, dan menyokong guru spiritual dan bhiku-bhiku (Payutto, 1994).

Dalam perspektif Buddhisme yaitu Bhogavibhaga D.III.188, pengaturan kekayaan dibagi menjadi empat bagian yaitu satu bagian untuk kehidupan sehari-hari dan pemenuhan kewajiban, dua bagian untuk investasi dalam pengembangan usaha, dan satu bagian untuk dipakai saat ada kesulitan (Payutto, 1994). Penerapan pengaturan kekayaan berdasarkan nilai agama Buddha mendasari UKW Buddhis dalam pemilihan keputusan keuangan untuk memilih sumber dana internal melalui 2/4 bagian yang digunakan untuk pengembangan usaha. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Kalau dari segi bisnis sebenarnya kurang bagus kali yah, tapi yah itulah saya. Saya lebih cari aman dan sesuai kemampuan sendiri saja, tidak berlebihan, bersyukur dengan apa yang ada. saya tidak berminat pinjaman seperti itu, dan saya juga bukan orang yang terlalu *ngoyo* dalam bisnis, artinya saya jalankan bisnis dengan modal yang ada. Selama ini saya *omitohud* lah dengan apa yang kita inginkan dan keinginan saya pun tidak terlalu besar. Sebenarnya ada juga di Buddhis bahwa 50% untuk pengembangan usaha, 25% untuk dipakai hidup, dan 25% nya untuk ditabung dan itu yang saya lakukan (Untung).

Penjelasan UKW Buddhis mengungkap penerapan konsep pengaturan kekayaan dalam Buddhisme dengan menyisihkan 2/4 bagian dari hasil kewirausahaan untuk diinvestasikan kembali untuk pengembangan usaha. Perspektif UKW Buddhis selaras dengan Anguttara Nikaya IV,285 bahwa salah satu keberhasilan dalam usaha adalah *Samajivikata* yaitu kesesuaian kehidupan sesuai dengan batas kemampuan melalui sikap hidup yang tidak boros dan kikir. Perspektif Buddhisme tersebut sesuai dengan karakteristik diri UKW Buddhis yang hemat dan memiliki pengendalian diri atas penggunaan hasil kewirausahannya.

Pengaturan Kekayaan (*Bhogavibhaga*) memiliki makna keputusan keuangan UKW Buddhis menggunakan modal sendiri yang bersumber dari internal usahanya melalui penggunaan hasil kewirausahaan dengan cara yang proporsional untuk mencegah kemerosotan usaha maupun hutang. Keputusan keuangan tersebut selaras dengan perspektif Buddhis yaitu *Samajivikata*. Pengaturan Kekayaan (*Bhogavibhaga*) memberikan suatu panduan bagi UKW Buddhis akan mekanisme pengaturan hasil kewirausahaan untuk digunakan kembali dalam perputaran modal usaha.

Berdasarkan uraian tentang *Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga)* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.24: *Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga)* memberikan mekanisme pengaturan penggunaan hasil kewirausahaan untuk diinvestasikan kembali sebagai modal dalam kewirausahaan. *Pengaturan Kekayaan* (berupa *Bhogavibhaga*) dalam Buddhisme membentuk mekanisme formal pengaturan struktur modal yang menggunakan modal internal sebagai sumber pendanaan usaha untuk memoderasi tujuan pencapaian kesejahteraan.

5.2.7 *Vyagghapajja Sutta*

Berdasarkan esensi pengalaman UKW Buddhis diungkapkan bahwa *Vyagghapajja Sutta* yaitu *Samajivikata* mendasari keputusan s untuk memilih penggunaan modal internal sebagai sumber pendanaan usaha. *Samajivikata* merupakan salah satu *Vyagghapajja Sutta* (Empat syarat kebahagiaan) yaitu hidup sesuai dengan batas-batas kemampuan (Hansen, 2008). UKW Buddhis

memaknai Samajivikata sebagai pendekatan yang mengarahkan penerapan keputusan kewirausahaan yang berimbang dengan keputusan strategis yang rasional melalui kepekaan atas nilai etis dari setiap kontekstual keputusan. *Samajivikata* juga dimaknai sebagai perwujudan kesesuaian kehidupan yang berperan dalam mendasari perilaku kognitif UKW Buddhis. Perilaku kognitif tersebut diterapkan UKW Buddhis pada pengamalan sikap hidup yang tidak boros dan cermat dalam menggunakan hasil kewirausahaan untuk perkembangan usaha. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Bagi saya yang penting ketenangan batin, berusaha tetap jalan tapi batin juga tenang. Sesuai ajaran Buddhis juga, sejak awal saya tidak mau berhutang, oleh karena itu dulu ketika saya buka bengkel, saya bekerja keras ketika masih muda dulu,. Tadi, salah satunya mata pencaharian benar, sesuai agama yang saya anut dan aturan-aturan didalamnya, kalau bisa punya terlalu banyak hutang karena hutang itu membuat hidup jadi penuh beban (Cu Teng).

Penjelasan UKW Buddhis mengungkap Samajivikata sebagai mekanisme informal diri untuk mengontrol batas kemampuan sumber daya finansial internal yang digunakan dalam struktur modal usaha. Perspektif Buddhis yaitu Samajivikata tidak memberikan batasan atau larangan akan pendanaan eksternal namun dijadikan mekanisme kontrol akan batas kewajaran dan pertimbangan kemampuan dalam pemenuhan komitmen pembayaran. Nasihat Sang Buddha kepada perumahtangga bahwa terdapat empat cara mengelola keuangan, yaitu uang itu diperoleh untuk ditabung, sebagian lagi untuk pengembangan usaha, sebagian lagi untuk keluarga, sebagian lagi untuk didermakan. Agama Buddha tidak melarang adanya hutang namun kembali kepada kesepakatan antara pemberi hutang maupun pihak yang berhutang sesuai dengan batas kewajaran.

Perspektif tersebut memberikan pandangan bagi UKW Buddhis dalam menentukan struktur permodalan dalam kewirausahaannya. UKW Buddhis cenderung memprioritaskan penggunaan modal internal dalam struktur modalnya dengan risiko rendah namun secara hirarkis beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bilamana dibutuhkan. Sebagaimana penuturan UKW Buddhis sebagai berikut:

Kalau saya porsinya menggunakan pembiayaan dari modal internal usaha namun *yah* saya juga menggunakan kalau memang dibutuhkan hanya sekitar 25% pembiayaan dari Bank itu pun untuk stok di bulan Maret atau April untuk kenaikan kelas saja. Tetapi saya lebih fokus dan memilih pendanaan dengan menggunakan modal usaha internal *yah* itu tadi supaya *gak* pusing, *ngak* mikirin. Ada atau *ngak* ada *yah* segini saja. Dalam Buddhis juga ada Sila kedua yaitu tidak boleh ingkar janji jadi berhutang juga harus dilunasi (Padma).

Penjelasan UKW Buddhis mengungkap pilihan keputusan keuangan wirausaha yang relevan dengan teori *pecking order* dimana keputusan pendanaan usaha dilakukan secara hirarkis sesuai dengan karakteristik pengambilan risiko yang rendah. Keputusan keuangan dimulai pemilihan sumber pendanaan dengan risiko terendah yaitu modal internal dan bertahap ke risiko yang lebih besar bilamana dibutuhkan. Peranan nilai agama Buddha yaitu Samajivikata memberikan suatu kesadaran dalam perilaku ekonomi UKW Buddhis bahwa batas kewajaran dalam struktur modal adalah pada prioritas penggunaan sumber dana internal termasuk juga dari dana hasil penjualan aset pribadi wirausaha. Perilaku tersebut diterapkan dalam bentuk penghindaran penggunaan pembiayaan eksternal dengan tingkat risiko yang besar melalui refleksi kognitif akan batas kecukupan dalam pengembangan usaha. Sebagaimana yang disampaikan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Saya pada dasarnya tidak suka berhutang, Akhirnya ya saya jual empang saja untuk menambah modal. Dalam Buddhis, ya kalau berhutang boleh-boleh saja tapi tetap harus beres atau selesai semua hutangnya. Sebenarnya dalam wirausaha saat ini hutang piutang merupakan hal yang paling lumrah *yah*. Saya juga masih sering ambil barang ke supplier dan bayarnya nanti bulan depan. Ketika dulu sebelum jual tambak juga saya sekeluarga tidak sanggup kalau untuk menyediakan modal sedemikian besar untuk stok HPL, tapi dengan menjual tambak itulah akhirnya wirausaha keluarga saya bisa bergeliat Kembali (Salim).

Penelitian ini mengungkap nilai agama Buddha memberikan suatu *tradeoff* keuangan perusahaan yang tradisional dari sisi teori struktur modal atas bagaimana bias kognitif pada elemen budaya menentukan pilihan struktur modal wirausaha. Berdasarkan uraian tentang *Vyagghapajja Sutta* di atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.25: *Vyagghapajja Sutta* mendasari pemilihan keputusan keuangan UKW Buddhis yaitu sumber dana internal secara hirarkis berdasarkan tingkat risiko yang sesuai dengan karakteristik pengambilan risiko UKW Buddhis pada risiko yang rendah. *Vyagghapajja Sutta* memberikan perspektif bahwa pencapaian kinerja wirausaha diperoleh dengan usaha yang benar serta pentingnya untuk dibangun dengan kekuatan yang bersumber dari internal yang memberikan bias kognitif dalam menentukan pilihan struktur modal secara internal.

5.3 Nilai Agama Buddha Dalam Kinerja Wirausaha

Bagian ini membahas peranan nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha dalam realitas UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi. Temuan penelitian ini mengungkap dan memberikan pemahaman peranan agama Buddha dalam mengekspos dan menginterpretasikan makna kinerja wirausaha dalam konteks kesuksesan usaha secara personal. Terdapat pemahaman yang serupa dari setiap esensi pengalaman yang disampaikan oleh informan akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari kinerja wirausaha yaitu *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta*, Keseimbangan, Karma, *Anana Sukha*, Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap kekayaan) dan Jalan Mulia Berunsur Delapan. Tema-tema yang terungkap dalam penelitian ini memberikan implikasi sebagai bentuk pengukuran kinerja wirausaha (*measurement of entrepreneurial success on a personal basis*) dan nilai yang mendasari kinerja UKW Buddhis.

5.3.1 *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta*

Dalam esensi pengalaman yang disampaikan oleh UKW Buddhis diungkapkan bahwa *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* atau semoga semua makhluk berbahagia dalam Buddhisme menjadi bentuk perwujudan kinerja wirausaha. Dalam Buddhisme yaitu *Karaṇīyametta Sutta* atau *Metta Sutta*, ungkapan "*Sabbe Sattā Bhavantu Sukhitattā*" memiliki makna akan pengembangan cinta kasih atau *Metta* kepada semua makhluk hidup (Hansen, 2008). Asumsi yang mendasari adalah tekad atau keinginan secara berkelanjutan untuk mengurangi penderitaan (Vu dan Tran, 2019; Lama, 1995). Implikasi praktis yang muncul adalah penghargaan atas keragaman perbedaan individu dan kontekstual budaya yang menumbuhkan iklim kewirausahaan yang inklusif bagi

kesejahteraan spiritual dalam organisasi (Vu dan Tran, 2019; Nishii dan Richi, 2014; Gotsis dan Grimani, 2017). UKW Buddhis memaknai *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* sebagai wujud dari upaya untuk mendorong pembentukan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap kewirausahaan melalui upaya yang ditunjukkan dalam memperhatikan kesejahteraan pemangku kepentingan pada tiga aspek kehidupan. Perspektif *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* mendorong arah kinerja wirausaha pada harmonisasi dengan proses sebab akibat dan tiga aspek kehidupan manusia yang saling berhubungan. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Sukses itu bilamana dapat bermanfaat bagi orang lain. Saya tidak mau merugikan orang lain, lebih baik saya yang rugi daripada saya merugikan orang lain. Selama masih ada kesempatan untuk saya berbuat baik maka saya selalu berupaya untuk berbuat baik. Saya berupaya agar semoga semua makhluk hidup berbahagia (Po Seng).

Penuturan UKW Buddhis memberikan pemahaman bahwa kinerja wirausaha merupakan suatu bentuk pendekatan yang ditujukan untuk mengarahkan kinerja wirausaha secara manajerial untuk membentuk kepercayaan pemangku kepentingan. Penerapannya dilakukan melalui perwujudan sikap kebijaksanaan dengan fokus pada pertimbangan bobot moral dan etika. Konsepsi *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* memberikan arah dan tujuan pencapaian kinerja wirausaha pada bagaimana kewirausahaan dapat berjalan harmonis dan mendukung tiga aspek kehidupan. Pencapaian kinerja wirausaha UKW Buddhis dilandasi oleh penerapan nilai pribadi UKW Buddhis yang selaras dengan perspektif Buddhisme yaitu cinta kasih, kejujuran dan kesederhanaan. Kinerja wirausaha tidak diarahkan kepada pemuasan akan keinginan pribadi UKW Buddhis akan pencapaian materi

semata. Perspektif Buddhisme akan non-inti dan kemelekatan memberikan implikasi bagi UKW Buddhis akan pentingnya peranan nilai etika serta pertimbangan pada keseluruhan proses sebab akibat pada ketiga aspek kehidupan dalam setiap keputusan strategis kewirausahaan yang berdampak pada kinerja wirausaha .

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa agama berperan sebagai lembaga yang melegitimasi pembentukan kepercayaan dalam usaha yang memiliki efek yang besar terhadap pencapaian kinerja wirausaha. UKW Buddhis memaknai kinerja wirausaha dalam perspektif *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* sebagai sumber daya dalam mendukung kehidupan dan perkembangan diri wirausaha khususnya pada manfaat yang dapat dihasilkan dari Kinerja wirausaha. Nilai agama Buddha berdampak secara positif dalam membentuk kepercayaan baik dalam hubungan antar pribadi maupun dalam tingkat dalam organisasi (Vu dan Tran, 2019). UKW Buddhis memaknai perspektif Buddhisme *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* melalui pelaksanaan praktik kewirausahaan secara benar yang mampu memberikan kebahagiaan bagi dirinya dan tidak merugikan atau menyakiti makhluk lainnya melalui penerapan kebajikan. Konsep pencapaian kinerja wirausaha dimaknai bahwa hasil pencapaian materi yang diperoleh dari kinerja wirausaha memberikan manfaat bagi kesejahteraan sosial bukan dijadikan suatu obsesi dalam diri yang menimbulkan penderitaan sebagaimana perspektif sikap mental terhadap kekayaan menurut Buddhisme.

Berdasarkan uraian tentang *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitata* tadi atas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.26: *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* memberikan makna bagi kinerja wirausaha UKW Buddhis bahwa kinerja wirausaha tidak berfokus pada pencapaian materi namun kepada pemanfaatan kinerja finansial kewirausahaan untuk mewujudkan harmonisasi dan kesejahteraan tiga aspek kehidupan yaitu individu diri, masyarakat maupun lingkungan. *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta* memberikan perspektif kinerja wirausaha yaitu pelaksanaan praktik kewirausahaan yang memperhatikan kesesuaian nilai etis dan moral dan tidak menimbulkan dampak yang merugikan bagi kepentingan diri maupun umum.

5.3.2 Keseimbangan

Berdasarkan esensi pengalaman UKW Buddhis diungkapkan bahwa keseimbangan menjadi indikator pencapaian kinerja wirausaha. Keseimbangan dalam perspektif Jalan Tengah Buddhisme memberikan pendekatan manajerial dalam kewirausahaan dengan moderasi sikap hidup yang sewajarnya dan tidak berlebihan. Jalan Tengah Buddhisme merujuk pada konsepsi kebijaksanaan, cinta kasih serta pandangan akan karma yang mendorong terciptanya kebermanfaatan yang lebih besar untuk komunitas (Vu dan Tran, 2019).

UKW Buddhis memaknai keseimbangan dalam kinerja wirausaha pada terwujudnya kinerja wirausaha yang berfokus pada pencapaian kesejahteraan yang mengarah kepada konsumsi yang bijak. Kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha akan keseimbangan, kesederhanaan dan tidak berlebih-lebihan. Kinerja wirausaha dimaknai dengan moderasi pada batas optimal pelaksanaan

aktivitas usaha. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Sukses usaha bagi saya bila usaha makin maju dari sisi finansial namun yang paling utama adalah kepuasan batin. Ketika memiliki pelanggan yang sudah lama dan tidak berpaling karena barang yang saya jual bagus, pengiriman cepat itu juga sudah kepuasan bagi saya. Sukses bagi saya ketika berusaha dengan senang, mencari untung dengan hati *enjoy*, dan tidak jauh dari anak istri. Sukses juga berarti mengetahui batas serta jangan sampai tersiksa dalam mencari uang dan menjalani bisnis. Nilai agama Buddha yang mengajarkan untuk hidup apa adanya dan menghindari risiko serta hidup memiliki kaitan sebab akibat. Nilai itulah yang saya pegang dalam pelaksanaan usaha karena kebaikan itu kan ajaran agama jadi nilai Buddhis yang saya jalankan untuk hidup apa adanya, sederhana, jangan memaksakan kekuatan sendiri, hidup penuh syukur dan hidup berbahagia (Didi).

Dengan perspektif keseimbangan, UKW Buddhis memiliki suatu arahan dan kemampuan internal dalam mengenali keinginan atau ambisi kewirausahaan yang mengarah pada timbulnya suatu penderitaan. Dengan prinsip Jalan Tengah Buddhisme, UKW Buddhis secara reflektif mengarahkan pencapaian kewirausahaan pada kehidupan yang seimbang antara pengejaran materi melalui pertimbangan etis dan kebermanfaatannya pada tiga aspek kehidupan. UKW Buddhis memikirkan orientasi jangka panjang dari setiap arah pencapaian kinerja wirausaha untuk kualitas kehidupan. Refleksifitas diri dari internalisasi perspektif keseimbangan memberikan arah bagi UKW Buddhis untuk mempertimbangkan dampak keputusan orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan pada kinerja wirausaha jangka panjang. UKW Buddhis memberikan prioritas pada keputusan strategis kewirausahaan yang berorientasi jangka panjang dengan kecenderungan untuk menghindari keputusan kewirausahaan yang bersifat jangka

pendek yang berorientasi pada pengejaran materi semata, tanpa pertimbangan yang matang dari sisi sebab akibat dan bobot moral etis.

Perspektif keseimbangan atau Jalan Tengah melahirkan karakter kepemimpinan pada UKW Buddhis akan kecenderungan pengambilan keputusan secara otokratis. Pengambilan keputusan tersebut didasari rasa kepemilikan dan tanggung jawab atas konsekuensi yang melekat dari setiap keputusan yang diambil oleh UKW Buddhis. Oleh karenanya UKW Buddhis memiliki kecenderungan untuk mengambil keputusan secara otokratis.

Berdasarkan uraian tentang *Keseimbangan* diatas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.27: Perspektif Buddhisme keseimbangan mendasari UKW Buddhis dalam merefleksikan pencapaian kinerja wirausaha melalui pertimbangan etis dan kebermanfaatan kewirausahaan untuk memoderasi pencapaian keseimbangan antara tujuan pengejaran materi dan harmonisasi pada tiga aspek kehidupan. Perspektif Buddhisme keseimbangan mendasari orientasi keputusan strategis kewirausahaan dalam orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan yang bersifat jangka panjang yang menitikberatkan pada kesejahteraan dan keseimbangan dalam kehidupan.

5.3.3 Karma

Esensi pengalaman UKW Buddhis mengungkap karma berperan dalam mendasari pencapaian kinerja wirausaha. Perspektif karma digunakan sebagai indikator atau nilai personal yang mendasari kinerja wirausaha. Tindakan subyektif yang didasari oleh nilai personal wirausaha mampu membentuk perilaku ekonomi dan pengambilan keputusan kewirausahaan (Dijkhuizen *et al.*, 2018; Wach *et al.*, 2016; Reijonen dan Komppula 2007). Karma memberikan kontekstual pendekatan manajerial dalam pembentukan budaya kewirausahaan yang etis dan berkelanjutan melalui internalisasi penggabungan konsep non-inti dan ketidakkekalan yang membentuk pelaksanaan prinsip etis, kesetaraan dan kejujuran.

Dalam kontekstual kewirausahaan, karma memberikan kontemplasi bagi UKW Buddhis dalam menetapkan arah tujuan pencapaian kinerja wirausaha. Sasaran kinerja wirausaha terwujud dalam keputusan strategis maupun operasional yang ditujukan untuk peningkatan kesejahteraan bagi tiga aspek kehidupan. Kinerja wirausaha tidak berfokus pada pencapaian materi dengan mengorbankan kesejahteraan umum yang memberikan konsekuensi karma. Dalam kosmologi Buddhis, bentuk kelahiran kembali dari individu ditentukan oleh karma (Hansen, 2008). Oleh karenanya, makna pencapaian kinerja wirausaha diartikulasikan oleh UKW Buddhis sebagai pengalaman dalam menjawab dilemma kewirausahaan untuk mengintegrasikan pengejaran tujuan finansial dengan penerapan tujuan kewirausahaan sebagai ekspresi pengamalan nilai-nilai agama. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Ketika kami bisa membantu orang-orang yang berwirausaha dengan memberikan harga sewa yang terjangkau sehingga kami jadi turut berbahagia. Dengan semua keterbatasan yang kami alami selama ini, menurut kami sukses itu ketika kami bisa memasarkan kios ini ke orang yang tepat sesuai dengan nilai-nilai agama Buddha dengan harga terjangkau. Kami juga ingin agar anak-anak semuanya dapat memiliki pendidikan yang lebih baik agar kehidupan ekonominya lebih mapan daripada orang tuanya. Selama ini yang menyewa kios kami rata-rata semua penyewa yang baik karena pada dasarnya karma baik kami juga. Kami banyak menerima kebaikan dalam bentuk apapun dari orang lain termasuk penyewa kios kami karena karma yang ada di dalam keluarga kami. Penyewa kami sendiri bahkan ada yang memasang keramik ubin dan mengecat tembok kios kami, jadi kios kami jadi pelan-pelan bagus (Mei Hwa).

Pemaparan UKW Buddhis menggambarkan bahwa pencapaian kinerja wirausaha bergantung kepada karma. Oleh karenanya, kinerja wirausaha diarahkan untuk menciptakan karma baik melalui pelaksanaan kewirausahaan yang beretika. Dalam Buddhisme, keinginan yang berlebihan adalah sebagai sumber penderitaan. Perspektif kebijaksanaan, karma dan penciptaan kebermanfaatannya menjadi landasan dalam kinerja wirausaha untuk terlepas dari penderitaan. Pencapaian kinerja wirausaha dilandasi oleh pemahaman nilai agama Buddha akan ketidakkekalan sehingga pencapaian usaha bukan diarahkan sebagai suatu obsesi atau beban.

Agama memberikan pemahaman akan peranan sosial budaya sebagai indikator dalam aspek kontekstual kewirausahaan. Agama berperan sebagai moderator lingkungan dan lensa perspektif dalam manajemen strategis perusahaan (Valliere, 2008). Pandangan Karma dalam Buddhisme tidak hanya sebagai aspek yang abstrak namun internalisasi pemaknaannya pada manifestasi pencapaian kinerja wirausaha dalam menyeimbangkan pertentangan tujuan

strategis kewirausahaan dari sisi obyektif finansial dan pembentukan kewirausahaan etis yang bermanfaat untuk kesejahteraan umum.

Berdasarkan uraian tentang *Karma* diatas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.28: Perspektif Buddhisme *karma* mendasari UKW Buddhis untuk merefleksikan sebab akibat yang muncul dari keputusan dan penetapan tujuan strategis kewirausahaan. Refleksivitas karma mendasari pencapaian keseimbangan kinerja wirausaha dari sisi pencapaian finansial obyektif dan penerapan praktik kewirausahaan yang etis untuk kebermanfaatan kesejahteraan umum untuk menciptakan *karma* baik bagi kualitas kehidupan.

5.3.4 Anana Sukha

Esensi pengalaman UKW Buddhis mengungkap bahwa perspektif Buddhisme yaitu *Anana Sukha* atau kebahagiaan karena terbebas dari hutang berperan dalam pencapaian Kinerja wirausaha . *Anana Sukha* merupakan salah satu bentuk kebahagiaan bagi umat awam perumah tangga (Hansen, 2008). Pencapaian kinerja wirausaha ini selaras dengan temuan penelitian ini akan peranan nilai agama Buddha dalam mendasari keputusan keuangan. Agama berperan sebagai modalitas dalam pemilihan keputusan keuangan pada pendanaan internal. Kinerja wirausaha dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak memiliki hutang yang menimbulkan beban dan kekhawatiran.

Temuan penelitian ini mengungkap perspektif *Anana Sukha* memiliki relevansi dalam praktik kewirausahaan. UKW Buddhis menginterpretasikannya dalam kontekstual sosial budaya yang membentuk perilaku keputusan keuangan

maupun kinerja wirausaha. perspektif *Anana Sukha* dimaknai sebagai bentuk kebebasan dari beban penderitaaan maupun kebahagiaan diri yang diwujudkan pada evaluasi keputusan dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun pengukuran kinerja wirausaha. Interpretasi manifestasi nilai agama memberikan pemahaman akan besarnya peranan agama dalam kewirausahaan.

Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Sukses usaha bagi saya kalau mampu memenuhi kebutuhan hidup saja dan tidak berhutang. Bagi saya, sukses bilamana kalau mau pergi ada kendaraan yang siap pakai dan memiliki rumah meskipun seadanya. Jangan saya sampai memiliki rumah bagus dan mewah tetapi hutang ke bank milyaran. Bagi saya mampu membayar sekolah anak pun sudah suatu kesuksesan (Ferry).

Pemaparan UKW Buddhis mengungkap makna pencapaian kinerja wirausaha dengan kebahagiaan terbebas dari hutang. UKW Buddhis berada pada posisi yang dapat memaknai pencapaian materi yang dihasilkan dari kinerja wirausaha. Dalam *Digha Nikaya*, kebahagiaan terletak pada fondasi ekonomi (Obadia, 2011) dengan hidup dalam keamanan ekonomi (*atthi-sukha*), menikmati kekayaan (*bhoga-sukha*), dan terbebas dari hutang (*anana-sukha*).

Kesuksesan dalam kewirausahaan tidak terletak pada maksimalisasi sisi finansial namun pada perolehan kekayaan yang etis, tidak merugikan dan mampu menggunakan hasil internal usaha dengan tidak memiliki beban berupa hutang. Pemahaman konsep akan akusisi kekayaan membentuk pemahaman pada pelaksanaan kewirausahaan tanpa adanya unsur eksploitasi, etis dan tidak menjadi beban yang mengganggu keseimbangan pada aspek kehidupan lainnya. UKW Buddhis menggunakannya hasil internal usaha secara tepat untuk perkembangan kewirausahaan tanpa adanya keterikatan dengan pendanaan

eksternal. Buddhisme memperhatikan keterkaitan tersebut dengan erat melalui pemahaman bahwa kebermanfaatan dan berbagi kepada sesama hanya dapat dilakukan dengan kekayaan yang diperoleh (Deegalle, 2016), dimana Buddhisme tidak menentang bentuk usaha pencapaian kekayaan. Berdasarkan uraian tentang *Anana Sukha* diatas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.29: *Anana Sukha* mendasari makna kinerja UKW Buddhis pada pencapaian kinerja wirausaha yang tidak menimbulkan beban dan kondisi kebergantungan dari adanya hutang. *Anana Sukha* memberikan makna akan kesuksesan kinerja wirausaha bahwa UKW Buddhis memanfaatkan hasil internal usahanya tanpa adanya hutang dalam menjalankan praktik kewirausahaan yang etis dan memberikan kebermanfaatan kepada aspek kehidupan lainnya.

5.3.5 Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap kekayaan)

Esensi pengalaman UKW Buddhis mengungkap perspektif penggunaan kekayaan berupa sikap mental terhadap kekayaan memiliki peranan dalam mendasari kinerja wirausaha. Dalam Sutta Pitaka Buddhisme dijelaskan kekayaan tidak boleh menjadi suatu sumber kekhawatiran dan obsesi yang menyebabkan beban dan dimanfaatkan secara tepat yang mengarah pada perkembangan kualitas kehidupan pribadi (Payutto, 1994). Pencapaian kinerja wirausaha dimaknai oleh UKW Buddhis sesuai dengan perspektif penggunaan kekayaan untuk kehidupan diri sendiri dan keluarga, keharmonisan masyarakat serta mendukung perbuatan kebajikan.

Salah satu bentuk pengamalan kebajikan yang dilakukan oleh UKW Buddhis adalah kinerja wirausaha dalam pemenuhan kesejahteraan karyawan. Karyawan diperlakukan sebagai kolega bahkan pada karyawan yang loyal dan bekerja dengan baik, UKW Buddhis memperlakukannya sebagai bagian keluarga dan memiliki rasa tanggung jawab untuk menyejahterakannya. Upaya dalam menyejahterakan karyawan ditunjukkan dengan memberikan pengetahuan dan keahlian agar mereka mandiri. Bentuk hubungan tersebut ditunjukkan dalam hubungan Paternalistik. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Bagi saya sukses usaha yang utama adalah apabila saya dapat memaksimalkan kesejahteraan karyawan saya sendiri. Saya bahkan menyusun target untuk karyawan saya misalnya dalam sekian tahun ke depan harus mempunyai rumah, jangan sampai setiap bulannya yang terjadi adalah saldo minus. Untuk mendukung hal tersebut, inventaris motor saya berikan termasuk bensin dan servis. Itu semua harapannya adalah di akhir bulan karyawan saya masih memiliki sisa uang untuk ditabung kalau bisa 50% dari sisa gajinya bisa ditabung (Susisno).

Gambaran akan kinerja wirausaha dari perspektif Buddhisme akan penggunaan kekayaan juga diungkap oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Sukses itu bilamana ada ketenangan dan keseimbangan batin, sehingga saya menjalani usaha tidak terlalu ambisi. Boleh saja melakukan inovasi, namun inovasi harus tersebut harus terukur karena inovasi pasti ada risiko. Sukses bilamana ada kenyamanan di hati agar tidak berat atau pusing memikirkan sesuatu yang belum kita raih. Target usaha boleh ada namun meraihnya bertahap langkah demi langkah. Dalam Buddhisme, ada annica yaitu semua tidak ada yang abadi atau ketidakekalan sehingga setia pasang surut usaha saya jalani dan hadapi saja (Padma).

Pemaparan UKW Buddhis memberikan pemahaman bahwa pencapaian kinerja wirausaha dari sisi finansial merupakan bentuk tanggung jawab UKW

Buddhis untuk merefleksikan secara internal nilai serta batasan dari pencapaian finansial. Refleksifitas tersebut membantu mengarahkan makna pencapaian kinerja wirausaha pada suatu sikap dan pandangan UKW Buddhis yang menghindari pengejaran pencapaian materi yang dilandasi oleh pemuasan keinginan semata atau keserakahan. Perspektif penggunaan kekayaan dan sikap mental terhadap kekayaan memitigasi tindakan atau keputusan kewirausahaan yang berorientasi pada pengejaran materi secara jangka pendek dan dilandasi oleh pemuasan keinginan yang berlebihan. Pencapaian secara finansial ditujukan sebagai sumber daya untuk memberikan manfaat kepada tiga aspek kehidupan dan tidak dijadikan suatu pertentangan maupun obsesi yang mengarah kepada terciptanya penderitaan bagi kehidupan UKW Buddhis. Aktivitas kewirausahaan dilaksanakan sesuai dengan konsep keseimbangan dalam Buddhisme. Kinerja wirausaha dimaknai dengan pencapaian kesejahteraan dengan refleksi dan pemahaman UKW Buddhis akan batas optimal pelaksanaan aktivitas kewirausahaan. Pengembangan kualitas kehidupan menjadi tujuan dari pencapaian kinerja wirausaha.

Berdasarkan uraian tentang *Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap kekayaan)* diatas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.30: *Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap kekayaan)* dalam perspektif Buddhisme memberikan makna bahwa pencapaian finansial kewirausahaan merupakan suatu sumber daya untuk menciptakan manfaat bagi tiga aspek kehidupan dalam bentuk pencapaian kesejahteraan umum dan pengembangan kualitas kehidupan UKW Buddhis.

5.3.6 Jalan Mulia Berunsur Delapan

Esensi pengalaman UKW Buddhis mengungkap bahwa Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Sila-Mata Pencaharian Benar mendasari kinerja wirausaha. Pencapaian kinerja wirausaha bilamana kewirausahaan dilaksanakan sesuai dengan Jalan Penghidupan yang benar sesuai dengan perspektif Buddhisme. Sebagaimana yang dituturkan oleh UKW Buddhis sebagai berikut:

Sukses usaha bila saya mampu menyekolahkan anak-anaknya sampai dengan sekolah tinggi. Usaha saya sukses kalau bila usaha saya dapat berguna bagi orang lain, bisa mengurangi pengangguran dan mereka pun yang menyewa ruko usaha saya dapat memiliki usaha yang benar serta menghindari perbuatan kriminal. Seperti tadi yang saya contohkan melalui tukang bubur yang menyewa ruko usaha ini maka saya secara tidak langsung bermanfaat bagi orang lain dalam menciptakan lapangan kerja dan saya bahagia bila bisa melihat kesuksesan usaha dari yang menyewa ruko usaha saya (Cu Teng).

UKW Buddhis memaknai pencapaian kinerja wirausaha sebagai keberhasilan dalam menerapkan konsepsi Mata Pencaharian Benar dalam kewirausahaan. Konsepsi Mata Pencaharian Benar dimaknai bukan sebagai suatu batasan yang membatasi aktivitas kewirausahaan dan memberikan dampak pada kinerja wirausaha seperti studi yang dilakukan oleh Dana (1995). Dengan konsepsi Mata Pencaharian Benar, UKW Buddhis melakukan evaluasi terhadap keputusan strategis kewirausahaan dalam orientasi kewirausahaan yang berdampak pada kinerja wirausaha. Temuan penelitian ini menunjukkan nilai agama khususnya perspektif Mata Pencaharian Benar berperan dalam mendasari evaluasi keputusan kewirausahaan. Temuan ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Valliere (2008) bahwa Mata Pencaharin Benar mempengaruhi dalam evaluasi peluang usaha.

Makna pencapaian kinerja wirausaha yang didasari oleh konsepsi Mata Pencapaian Benar memberikan bentuk perwujudan atas kebahagiaan yang sesuai dengan perspektif Buddhisme untuk umat awam perumah tangga (Payutto, 1994) yaitu kebahagiaan dalam memperoleh kekayaan. UKW Buddhis memaknai kinerja wirausaha sebagai wujud penerapan nilai agama Buddha yaitu memperoleh kekayaan berdasarkan konsepsi Mata Pencapaian Benar dengan menghindari bentuk kewirausahaan yang tidak mengaplikasikan konsepsi Mata Pencapaian Benar. Integrasi Mata Pencapaian Benar dalam model ekonomi ditunjukkan dalam model ekonomi Buddhis (Schumacher, 1973) bahwa ilmu ekonomi sebagai suatu jalan kehidupan yang benar untuk menyelesaikan permasalahan kehidupan.

Internalisasi nilai Mata Pencapaian Benar memberikan dampak kepada cara pelaksanaan kewirausahaan maupun pembentukan sifat orientasi kewirausahaan dari UKW Buddhis. Kehidupan kewirausahaan diarahkan pada pencapaian titik keseimbangan dengan pelaksanaan kehidupan pribadi wirausaha. Keseimbangan dimaknai sebagai pencapaian kinerja wirausaha karena mampu membentuk kewirausahaan yang selaras dengan penerapan Jalan Mulia Berunsur Delapan. Jalan Mulia Berunsur Delapan dengan Mata Pencapaian Benar sebagai salah satu Jalan Mulia diyakini UKW Buddhis sebagai jalan hidup yang menyelesaikan penderitaan dan permasalahan kehidupan. Dengan memiliki hasil kewirausahaan yang diperoleh dengan baik sesuai dengan perspektif Mata Pencapaian Benar dan bermanfaat bagi kesuksesan dan kesejahteraan umum, UKW Buddhis mewujudkan makna pencapaian kinerja wirausaha.

Pada suatu kesempatan dilakukan wawancara dengan Bapak Lauw Acep, S.Ag., M.Pd.B. (Dosen Sekolah Tinggi Agama Buddha Nalanda) mengenai hasil

temuan penelitian, yaitu nilai agama Buddha dalam peranannya pada kewirausahaan. Bapak Lauw Acep menuturkan bahwa "*Agama Buddha tidak hanya menekankan pada pembebasan penderitaan namun penggambaran akan kebenaran Dhamma yang secara pragmatis melalui Empat Kebenaran Mulia memberikan suatu pandangan psikologis bahwa dengan mengikis kekotoran batin dan pandangan terang dalam realitas akan memberikan kebahagiaan sejati*". Pandangan tersebut selaras dengan interpretasi penelitian ini bahwa UKW Buddhis melihat salah satu penyebab timbulnya penderitaan dalam batin adalah munculnya pengejaran nafsu keinginan dan kemelekatan. Oleh karenanya, bentuk kewirausahaan, keputusan strategis kewirausahaan dan kinerja wirausaha diarahkan pada penekanan keseimbangan. Kesederhanaan dan kebijaksanaan melalui penerapan Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu salah satunya melalui penerapan sila-Mata Pencapaian Benar.

Dengan penerapan Mata Pencapaian Benar, UKW Buddhis merealisasikan pandangan agama Buddha dalam ilmu ekonomi yaitu pencapaian tujuan untuk kehidupan sosial, pribadi dan lingkungan yang baik (Payutto, 1994). Temuan penelitian ini memberikan konstruksi akan makna dan interpretasi peranan nilai agama Buddha yaitu Mata Pencapaian Benar dalam individu UKW Buddhis dalam pencapaian Kinerja wirausaha . Penelitian ini juga memperkaya penelitian sebelumnya mengenai peranan dari keyakinan agama dalam konteks pengambilan keputusan kewirausahaan dari ragam tradisi agama.

Berdasarkan uraian tentang *Jalan Mulia Berunsur Delapan (Mata Pencapaian Benar)* diatas, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

Proposisi 5.31: *Jalan Mulia Berunsur Delapan (Mata Pencaharian Benar)* dalam perspektif Buddhisme mendasari makna pencapaian kinerja wirausaha UKW Buddhis yaitu membentuk dan mempraktikkan kewirausahaan dengan memperoleh pencapaian materi atau kekayaan sesuai dengan konsepsi Mata Pencaharian Benar yang merealisasikan pencapaian kesejahteraan dan keselarasan pada keseimbangan.

5.4 Model Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja Wirausaha

Orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha didasari oleh nilai agama Buddha untuk merealisasikan kebahagiaan sejati yaitu pencapaian kesejahteraan dan pengembangan kualitas kehidupan. Konsepsi beserta esensi nilai agama Buddha adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1

Esensi Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja wirausaha

Konsepsi agama Buddha	Esensi atau Makna Peranan Nilai
Keseimbangan	Dimensi pemilihan dan pelaksanaan jenis inovasi usaha, pandangan kompetisi serta sikap proaktif usaha, dan pengambilan risiko kewirausahaan pada kecenderungan risiko rendah (keputusan inovasi bisnis) sesuai batas kemampuan yang berfokus pencapaian kesejahteraan kualitas kehidupan. Keseimbangan melahirkan nilai etos kerja UKW Buddhis yaitu ketekunan dan keuletan untuk merealisasikan keseimbangan hidup dengan tidak menambah beban melalui pendanaan eksternal (hutang). Keseimbangan dalam perspektif Buddhisme dimaknai dengan pencapaian kinerja wirausaha melalui moderasi pencapaian materi dengan pertimbangan etis dan kebermanfaatannya pada tiga aspek kehidupan.

Konsepsi agama Buddha	Esensi atau Makna Peranan Nilai
Karma (Hukum Sebab Akibat)	Karma mendorong sifat <i>entrepreneurial</i> UKW Buddhis dalam dimensi inovasi, proaktif, pengambilan risiko kewirausahaan agresivitas kompetitif. Karma mendasari orientasi strategis kewirausahaan jangka panjang termasuk keputusan keuangan yang memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan serta konsekuensi logis untuk tujuan legitimasi usaha dalam mendapatkan biaya kewirausahaan yang lebih murah.
Jalan Mulia Berunsur Delapan	Melahirkan nilai UKW Buddhis untuk mengukur nilai etis dan kebermanfaatannya setiap keputusan strategis kewirausahaan dalam inovasi, pengambilan risiko kewirausahaan, agresivitas kompetitif maupun proaktif dalam kewirausahaan. Pencapaian kinerja wirausaha dimaknai sebagai wujud penerapan nilai agama Buddha yaitu memperoleh kekayaan berdasarkan konsepsi Mata Pencapaian Benar.
Vyagghapajja Sutta	Nilai yang membentuk karakter kewirausahaan UKW Buddhis dalam pengambilan risiko, keputusan inovasi, upaya mempertahankan keberlangsungan usaha dan proaktif usaha. Vyagghapajja Sutta mendasari pola manajemen maupun gaya kepemimpinan UKW Buddhis. <i>Vyagghapajja Sutta</i> mendasari pemilihan keputusan keuangan dengan sumber dana internal secara hirarkis sesuai dengan karakteristik pengambilan risiko UKW Buddhis pada risiko rendah.
Sikap mental terhadap kekayaan	Keputusan otonomi kewirausahaan dan refleksi nilai evaluasi etika melalui evaluasi akibat dan motivasi internal yang mendasari keputusan orientasi kewirausahaan. Sikap mental terhadap kekayaan memitigasi UKW Buddhis dalam mengambil keputusan orientasi kewirausahaan yang diluar batas kemampuan dan secara berlebihan.
Pancasila Buddhis	Nilai kesadaran akan moralitas, etika serta realitas sebab akibat yang muncul dari keputusan kewirausahaan dalam pemilihan peluang pembentukan usaha, pengambilan risiko usaha dan keputusan keuangan.
Hukum Tilakkhana	Pentingnya penilaian etika dalam keputusan orientasi kewirausahaan. Makna perspektif ketidakkekalan dan penderitaan mendasari pandangan bahwa risiko dan kompetisi usaha merupakan bentuk penderitaan yang terwujud dari ketidakkekalan.
Dasa Paramita	Nilai yang mendasari terbangunnya kepercayaan dalam interaksi sosial UKW Buddhis untuk keberlangsungan usaha. Filosofi nilai usaha ternasuk gaya kepemimpinan dalam pelaksanaan orientasi kewirausahaan pada inovasi, kompetisi maupun proaktif usaha
Arah timur : hubungan orang tua dan anak	Motivasi otonomi kewirausahaan, proaktif dalam eksploitasi peluang pasar maupun pengembangan produk dan jasa baru. Dasar dalam pembentukan sistem kelembagaan maupun guanxi dalam pelaksanaan orientasi kewirausahaan.
Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan	Sistem pemantauan eksternal yang mengukur nilai etis dari kegiatan kewirausahaan dalam hal perolehan maupun pemanfaatannya untuk pencapaian keseimbangan dalam tiga aspek kehidupan

Konsepsi agama Buddha	Esensi atau Makna Peranan Nilai
Kepercayaan	Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal yang berasal dari internal hasil usaha maupun bersumber dari relasi kepercayaan bisnis dengan rekanan usaha melalui keterlibatan secara kolektif dalam pencapaian kesejahteraan di kewirausahaan
Panca Dhamma	Nilai pengendalian atau kontrol diri akan makna kepuasan dan keseimbangan dalam kewirausahaan. Penggunaan modal internal sebagai wujud apresiasi kerja keras dalam wirausaha dan memiliki suatu kebahagiaan dengan berada pada posisi kehidupannya yang memiliki materi untuk menyokong kewirausahaan.
Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga)	Mekanisme pengaturan penggunaan hasil kewirausahaan untuk diinvestasikan kembali sebagai modal kewirausahaan yang tercermin dalam penggunaan modal internal sebagai sumber pendanaan usaha untuk moderasi pencapaian kesejahteraan
Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta	Kinerja wirausaha yang tidak berfokus pada pencapaian materi namun pemanfaatan kinerja finansial kewirausahaan pada terwujudnya harmonisasi dan kesejahteraan bagi tiga aspek kehidupan.
Anana Sukha	kesuksesan kinerja wirausaha yang mampu menggunakan hasil kinerjanya untuk pemanfaatan yang etis pada tiga aspek kehidupan tanpa adanya hutang yang menimbulkan beban atau penderitaan.

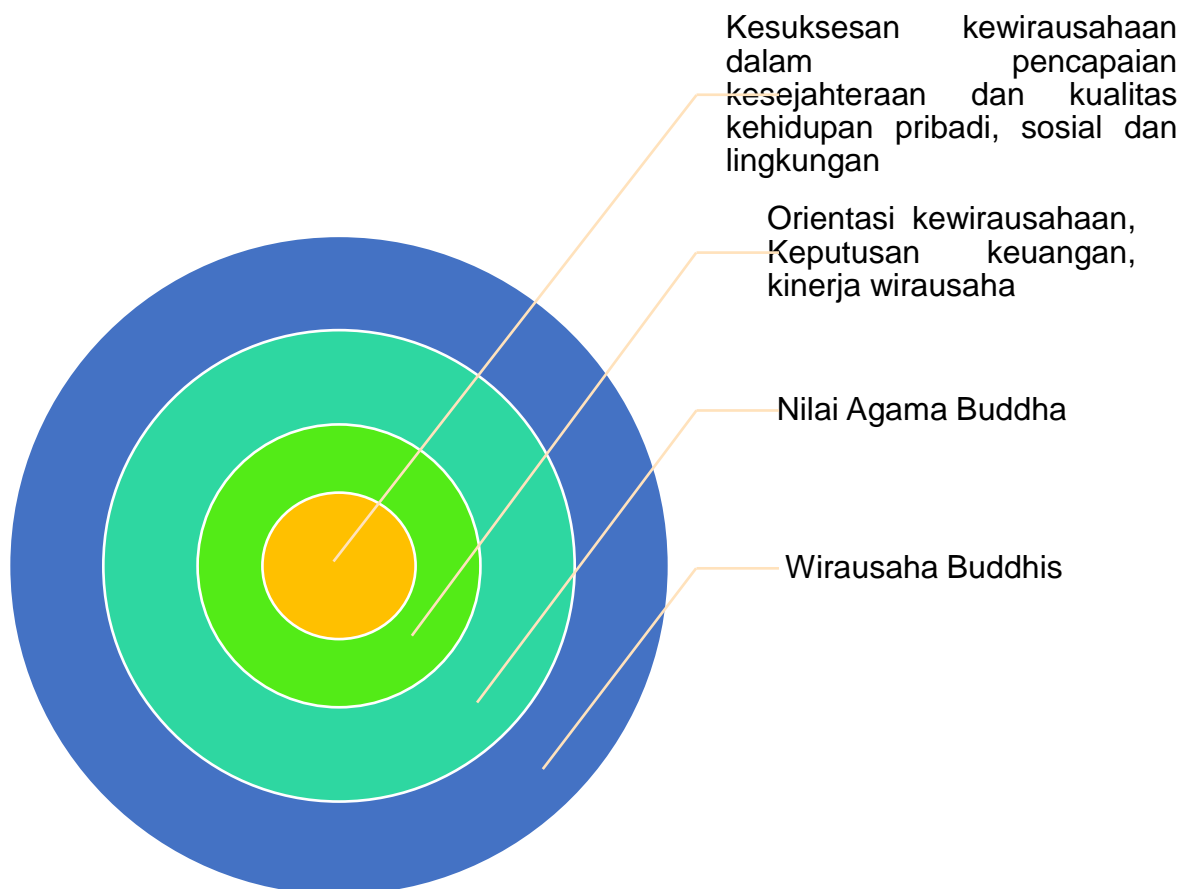
Agama Buddha memiliki fondasi ajaran pada pertanyaan kritis dari permasalahan kehidupan yaitu penderitaan. Agama Buddha tidak hanya memiliki inti pada esensi penderitaan dan cara untuk melepaskan penderitaan namun menggambarkan pandangan akan kebenaran Dhamma dalam Empat Kebenaran Mulia. Dalam ajaran agama Buddha, penekanannya pada cara menjembatani pikiran manusia yang melekat pada penderitaan dengan keinginan yang berlebihan maupun kekotoran batin dengan pencapaian pikiran yang tercerahkan dan kebahagiaan sejati. Oleh karenanya, UKW Buddhis menerapkan bentuk dan praktik kewirausahaan melalui penerapan prinsip Jalan Tengah yang memoderasi pencapaian kesejahteraan dan realisasi kebahagiaan sejati dengan menjaga harmonisasi dengan aspek kehidupan. Penerapan prinsip Jalan Tengah Buddhisme menekankan pertimbangan pada proses sebab akibat dan konsekuensi logis dari keputusan kewirausahaan. Kinerja wirausaha merupakan

bentuk nilai kewirausahaan yang merefleksikan pencapaian kinerja berupa materi dan immateri melalui pencapaian dari sisi keseimbangan mental dan sosial dan ketaatan dari sisi religiusitas nilai-nilai Buddhis dalam konteks sosial ekonomi. Kinerja wirausaha bagi UKW Buddhis merupakan dampak praktik kewirausahaan yang berbasis nilai-nilai agama Buddha.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperoleh model peranan nilai Agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha pada UKW Buddhis berikut ini:

Gambar 5.1

**Model Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan,
Keputusan Keuangan dan Kinerja Wirausaha**

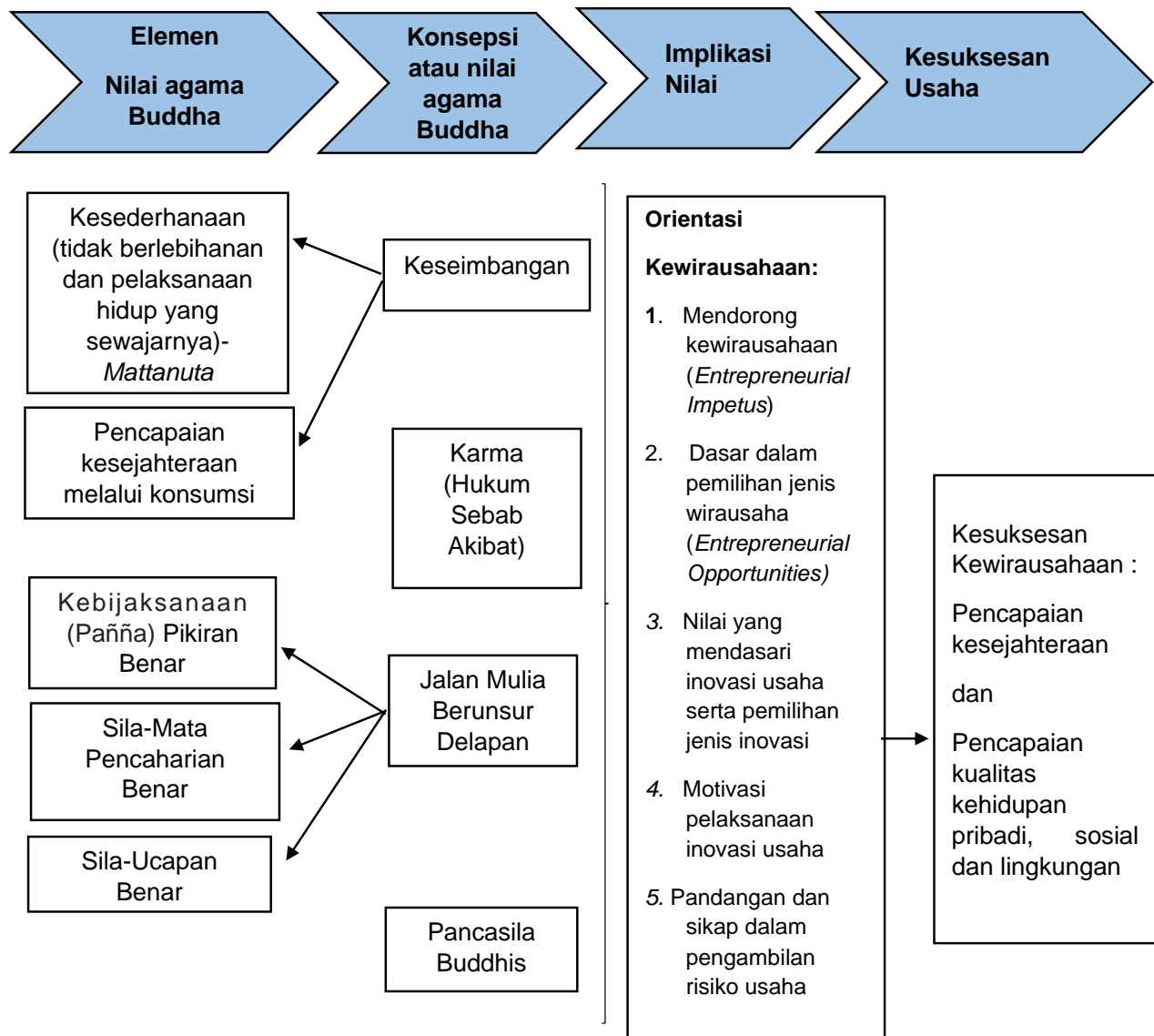


Berdasarkan gambaran model Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja wirausaha, dapat dibuat proposisi penelitian sebagai berikut:

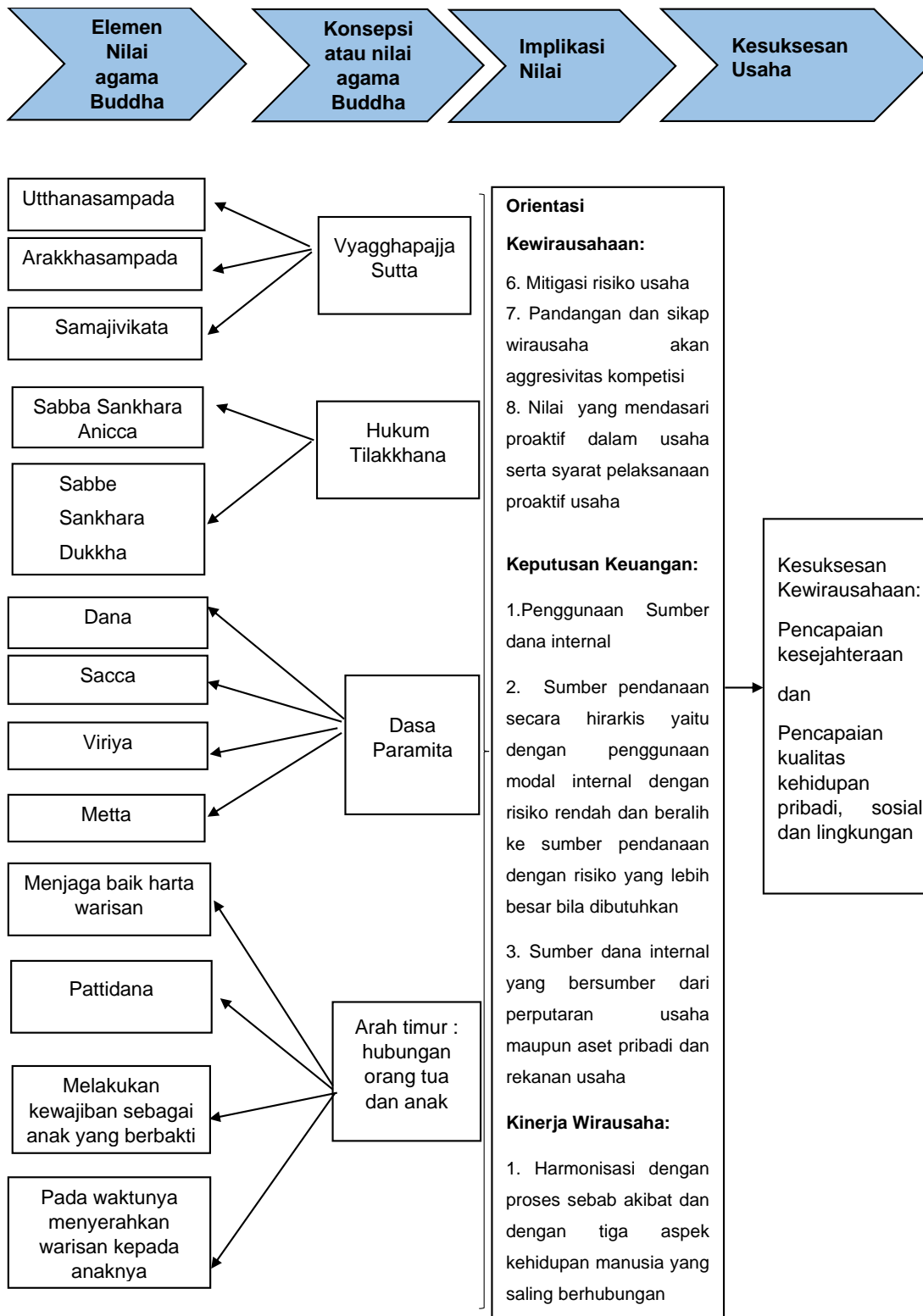
Proposisi 5.32: Kesuksesan kewirausahaan UKW Buddhis berfokus pada pencapaian kesejahteraan dan kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan melalui manifestasi nilai agama Buddha yang mendasari dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan pada kecenderungan pemilihan sumber pendanaan internal dengan risiko rendah dan kinerja wirausaha yang ditujukan untuk kebahagiaan baik dalam bentuk keseimbangan maupun untuk mendukung perbuatan kebajikan dalam bentuk sikap mental dan pemanfaatan kinerja wirausaha.

Berdasarkan Gambar 5.1 di atas tentang Model Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja wirausaha maka dapat digambarkan secara operasional melalui bagan Peranan Nilai Agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan, Keputusan Keuangan dan Kinerja wirausaha adalah sebagai berikut:

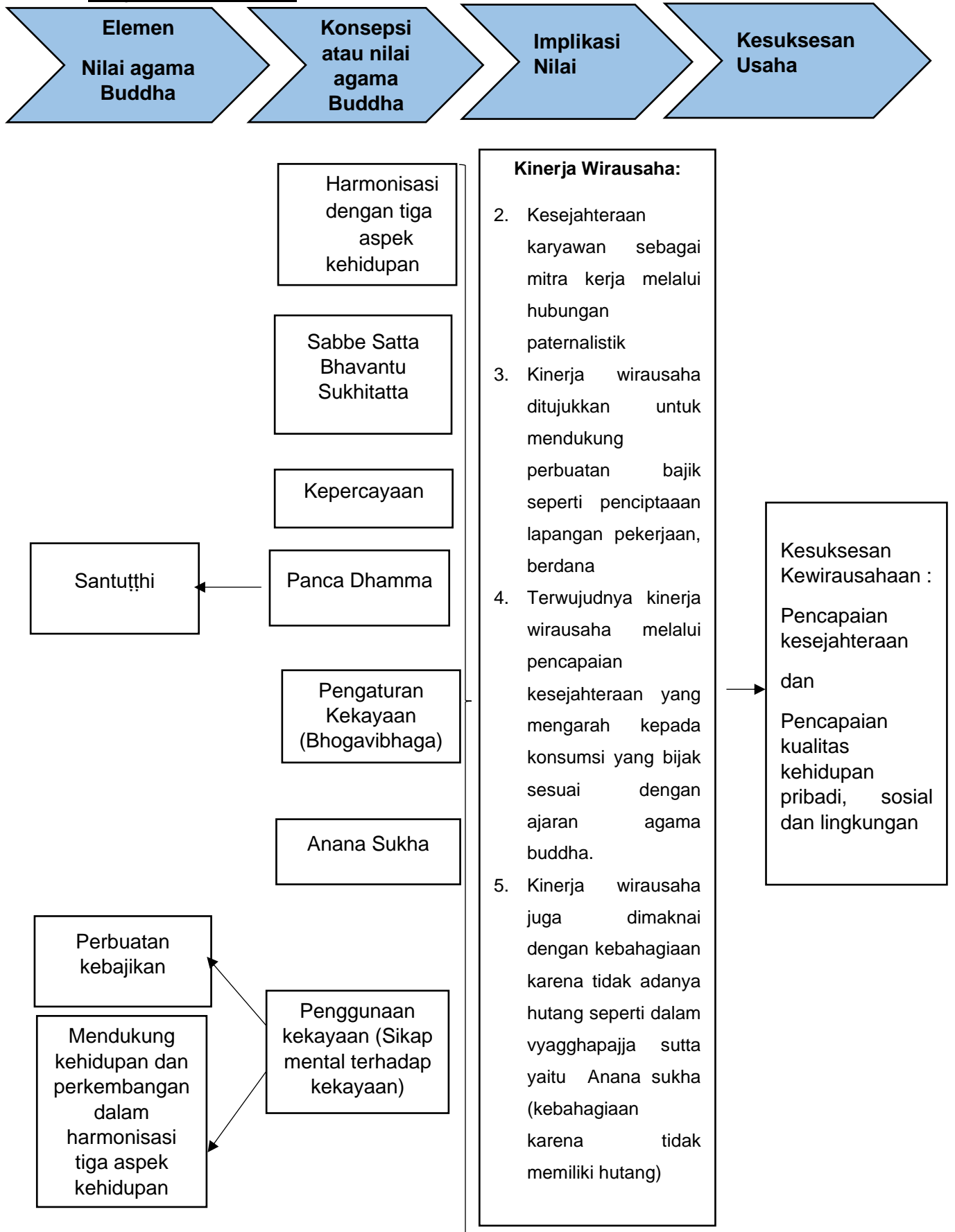
Gambar 5.2
Bagan Operasional



Lanjutan Gambar 5,2 :



Lanjutan Gambar 5.2:



Gambar 5.2 di atas menunjukkan bahwa secara operasional terdapat nilai atau konsepsi agama Buddha (Keseimbangan, Karma, Jalan Mulia Berunsur Delapan, Pancasila Buddhis, Vyagghapajja Sutta, Hukum Tilakkhana, Dasa Paramita, Arah timur hubungan orang tua dan anak, Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan, Sikap mental terhadap kekayaan, Kepercayaan, Panca Dhamma, Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta, Vyagghapajja Sutta, Anana Sukha) dalam praktik kewirausahaan UKW Buddhis. Nilai atau konsepsi tersebut mendasari dimensi orientasi kewirausahaan (otonomi kewirausahaan, inovasi, pengambilan risiko kewirausahaan, agresivitas kompetitif dan proaktif kewirausahaan), keputusan keuangan pada penggunaan sumber dana internal. Nilai atau konsepsi agama Buddha juga mendasari kinerja wirausaha untuk merealisasikan kebahagiaan sejati sesuai perspektif Buddhisme akan pencapaian kesejahteraan dan pengembangan kualitas kehidupan pada tiga aspek kehidupan (pribadi, sosial dan lingkungan) sehingga mampu memperoleh kesuksesan dalam kewirausahaan dengan pencerahan spiritual melalui pemahaman pada keinginan dan kekuatan stimulan dalam kegiatan ekonomi kewirausahaan dari konsepsi agama Buddha.

Nilai atau konsepsi agama Buddha melahirkan nilai dan pandangan bagi UKW Buddhis akan pentingnya pengendalian dan kepercayaan internal diri bahwa kebahagiaan sejatinya diperoleh dari kemampuan internal sesuai perspektif Buddhisme akan makna kesucian dan kekotoran batin yang melekat dalam internal diri UKW Buddhis. Pandangan tersebut memberikan suatu kontekstual dalam memaknai orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha. UKW Buddhis memiliki sifat entrepreneurial yang ditunjukkan melalui

implementasi dimensi otonomi kewirausahaan, inovasi usaha, pola manajemen, pengambilan keputusan yang informal dengan komitmen yang kuat dalam pelaksanaan keputusan strategis kewirausahaan, memiliki sikap proaktif dan daya saing melalui upaya pengejaran peluang usaha. Manifestasi nilai agama Buddha juga berperan dalam mendasari orientasi kewirausahaan bahwa nilai agama melatarbelakangi pada respons UKW Buddhis pada norma atau nilai agama dalam internalisasinya di hubungan dengan pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan maupun pemasok. Temuan ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh El Ghouli et al., (2012). Relevansi penelitian ini menggambarkan bahwa nilai atau konsepsi ajaran agama Buddha memberikan suatu bentuk motivasi yang membentuk perilaku ekonomi UKW Buddhis dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha .

Karakteristik kewirausahaan yang menonjol dari UKW Buddhis adalah risk attitude pada kecenderungan pengambilan risiko yang rendah yang berperan dalam mendasari keputusan strategi kewirausahaan dalam orientasi kewirausahaan pada pemilihan bentuk dan jenis inovasi usaha, eksploitasi peluang usaha dan sikap dalam menghadapi kompetisi usaha. Kecenderungan pengambilan risiko yang rendah juga mendasari bentuk pilihan keputusan keuangan UKW Buddhis pada pendanaan dengan menggunakan sumber dana internal.

Penelitian ini memberikan relevansi secara teoritis yang mendukung teori-teori yang digunakan untuk mengangkat keniscayaan peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari dan mendorong kewirausahaan yaitu theory of economic development, teori sosiologi kewirausahaan, teori nilai, teori institusional dan teori

identitas. Penelitian ini menggambarkan peranan agama dan nilainya sebagai modal spiritual dengan jaringan eksternalitasnya yang mendasari praktik penerapan bisnis dan pilihan UKW Buddhis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini juga mengungkap dan memberikan pemahaman akan peranan keyakinan agama dalam pembentukan perilaku ekonomi dalam kewirausahaan. Penelitian ini juga menekankan pada pentingnya peranan nilai religi pada manifestasinya dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan kewirausahaan maupun kinerja wirausaha. Nilai agama Buddha memberikan UKW Buddhis suatu pedoman yang memberikan implikasi praktis dalam mendorong otonomi kewirausahaan dalam motivasi, pemilihan bentuk otonomi kewirausahaan, inovasi usaha, maupun pengambilan risiko kewirausahaan yang menekankan pada kemampuan internal dan kecenderungan risiko yang rendah, serta mendorong pemikiran dan upaya mandiri dalam kompetisi maupun proaktif dalam pengejaran peluang usaha.

Kontekstual budaya yaitu agama dan nilainya memiliki peranan yang besar dalam mendasari motivasi otonomi kewirausahaan, evaluasi bentuk dan pemilihan otonomi kewirausahaan, motivasi dan pemilihan jenis inovasi usaha, pengambilan serta perilaku risiko, evaluasi peluang dan keputusan pengejaran peluang usaha, dan pandangan kompetisi usaha. Teori kewirausahaan masih belum banyak mengeksplorasi pentingnya peranan kekuatan sosial dan budaya seperti keyakinan agama dalam kewirausahaan (Valliere, 2008) sehingga penelitian ini memberikan suatu eksplorasi akan bagaimana nilai agama menjadi determinan dan memoderasi dalam orientasi kewirausahaan. Penelitian ini mengungkap UKW Buddhis sebagai individu yang secara intrinsik membangun suatu sistem budaya

melalui manifestasi agama dan nilainya dalam pembentukan perilaku kewirausahaan maupun keputusan keuangan kewirausahaan. Penelitian ini juga mengungkap bahwa aktivitas kewirausahaan digunakan oleh UKW Buddhis sebagai sumber daya untuk memberikan peranan dalam struktur sosial kehidupan yang dinamis dengan penekanan akan keselarasan pada pemenuhan faktor sosial religi.

Penelitian ini mengungkap relevansi teori yang digunakan dalam memberikan perspektif teoritis akan peranan nilai agama dalam mendasari keputusan keuangan dan pengukuran kinerja wirausaha dalam basis pengukuran nilai personal. Dalam pengambilan keputusan keuangan, individu kerap kali dimotivasi dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti psikologi dan terdapat asumsi adanya bias yang inheren dalam pilihan dan keputusan individu (Kahneman dan Tversky, 1979). Dalam teori perilaku keuangan terdapat fenomena psikologi yang mendasari perilaku keuangan yang menyebabkan perilaku irasional dalam pengambilan keputusan keuangan (Kahneman dan Tversky, 1979). Salah satu fenomena dalam perilaku keuangan yang mempengaruhi keputusan keuangan individu adalah fenomena psikologi (Shefrin, 2000). Salah satu fenomena psikologi adalah psikologi budaya pada dimensi kognitif budaya yang mendasari perilaku individu dalam keputusan keuangan. Agama dan nilainya merupakan elemen budaya horizontal yang memegang peranan dalam memberikan perspektif yang diwarnai oleh nilai, keyakinan serta preferensi individu sehingga berperan menjadi suatu sumber daya keuangan yang bersifat "supranatural" (Baxamusa dan Jalal, 2014, Namatovu et al., 2018).

Fenomena psikologi menggambarkan kecenderungan pengambilan keputusan keuangan melalui *overconfidence* yang ditunjukkan melalui penilaian yang berlebihan (Ritter, 2003) dan pendekatan sosiologi dengan menggunakan informasi keuangan, demografis maupun geografis (Hilgert dan Holgart, 2003, Sam et al., 2012) yang berkaitan dengan perilaku sosial dalam hubungan dengan masyarakat. Penelitian ini berfokus kepada pengambilan keputusan keuangan UKW Buddhis yang dilatarbelakangi oleh nilai agama Buddha yang tercermin dari kepercayaan, keseimbangan, Pancasila Buddhis, Karma, Panca Dhamma, Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga) dan Vyagghapajja Sutta. Pengambilan keputusan keuangan UKW Buddhis yang berdasarkan nilai-nilai agamis memiliki karakteristik yaitu perilaku yang ditunjukkan dalam bentuk suprarasional yang bentuk oleh dimensi atau variabel nilai agamis yaitu kepercayaan, keseimbangan, Pancasila Buddhis, Karma, Panca Dhamma, Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga) dan Vyagghapajja Sutta dengan tingkat kepekaan terhadap risiko yang cenderung rendah, keputusan pengambilan keuangan cenderung dilakukan secara informal dalam waktu yang singkat namun menitikberatkan kesungguhan pada penerapan nilai agamis, ketepatan keputusan keuangan diyakini oleh UKW Buddhis memiliki akurasi karena mengintegrasikan kesuksesan wirausaha sesuai dengan perspektif Buddhisme yaitu pencapaian kesejahteraan dan pencapaian kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan.

Penelitian ini memberikan relevansi pada teori *pecking order* dari Myers (1984) yang mengemukakan bahwa UKW Buddhis cenderung menggunakan pendanaan yang berasal dari sumber keuangan internal dengan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko

rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan. UKW Buddhis cenderung menggunakan sumber dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha. Temuan penelitian ini mengungkap adanya interaksi nilai religi dalam entrepreneurial venture yaitu pada keputusan pendanaan khususnya dalam kaitannya dengan struktur modal.

Penelitian ini mengungkap pada pengukuran variabel kinerja wirausaha yang memberikan pemahaman bahwa nilai agama Buddha yaitu Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta, Keseimbangan, Karma, Anana Sukha, Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap kekayaan) dan Jalan Mulia Berunsur Delapan merupakan bentuk variabel pengukuran kinerja wirausaha (measurement of entrepreneurial success on a personal basis) dan nilai yang mendasari kinerja UKW Buddhis. Penelitian ini menjawab keterbatasan literatur kewirausahaan yang fokus kepada pengukuran kinerja secara tradisional dalam ukuran finansial (Balog et al., 2014). Penelitian ini mendukung keniscayaan theory of economic development, teori sosiologi kewirausahaan, teori nilai, teori institusional dan teori identitas dengan memberikan suatu konstruk kesuksesan kinerja wirausaha pada konteks persepsi atau basis nilai personal UKW Buddhis.

Penelitian ini mengungkap UKW Buddhis meyakini pencapaian kinerja wirausaha dari sisi finansial merupakan hasil pencapaian praktik kewirausahaan yang dijalani sesuai dengan nilai agamis yang diyakini oleh UKW Buddhis dan menjadi sumber daya pencapaian makna kinerja wirausaha yang sesungguhnya. Penelitian ini juga menunjukkan terdapat keterkaitan yang besar antara nilai religi dalam kehidupan UKW Buddhis dan kesuksesan kinerja wirausaha. Kinerja UKW

Buddhis diwujudkan dalam bentuk kinerja manajemen berupa materi dan immateri yang direfleksikan dalam pencapaian ekonomi atau materi, ketaatan religiusitas serta dalam konteks sosial ekonomi secara luas pada hubungan tiga aspek kehidupan manusia yaitu individu, sosial maupun lingkungan hidup yang merupakan dampak dari praktik kewirausahaan yang berbasis nilai agama Buddha.

5.5 Kontribusi Teoritis Hasil Penelitian

Penelitian ini memaparkan kontribusi hasil penelitian secara teoritis dengan menggunakan teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini. Teori dasar yaitu *theory of economic development*, teori sosiologi kewirausahaan, teori nilai, teori institusional dan teori identitas digunakan sebagai penjelas yang menggambarkan fenomena penelitian ini secara teoritis selain juga berperan dalam membantu perancangan rumusan masalah, pengumpulan dan tahapan analisis data. Teori-teori dasar ini juga digunakan sebagai poin akhir penelitian untuk membandingkan dan melengkapi temuan penelitian. Temuan penelitian ini juga memposisikan temuan penelitian dengan studi dan literatur terkait untuk meningkatkan nilai dari studi kualitatif ini (Merriam, 2002) yang menunjukkan konsistensi dengan studi terdahulu mengenai peran agama dalam kewirausahaan.

Tabel 5.2
Kontribusi Hasil Penelitian

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
1.	Kepemilikan sifat entrepreneurial yang ditunjukkan melalui implementasi dimensi otonomi kewirausahaan, inovasi usaha, pola manajemen, pengambilan keputusan yang informal dengan komitmen yang kuat dalam pelaksanaan keputusan strategis kewirausahaan, memiliki sikap proaktif dan daya saing melalui upaya pengejaran peluang usaha.	<p>a. <i>Theory of Economic Development</i></p> <p><i>Theory of Economic Development</i> (Schumpeter, 1936; Payutto, 1994) menyatakan perkembangan dan kemajuan ekonomi diperoleh melalui proses inovasi yang dilakukan oleh para <i>entrepreneur</i> dari upaya <i>creative destruction</i>. Awal bertemunya <i>entrepreneur</i> dengan inovasi radikal di dalam sistem kapitalis berperan penting mendukung pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan menghancurkan nilai dan prinsip ekonomi terkait keamanan usaha. Wirausaha merupakan seorang kreator yang memiliki pemikiran dan perhatian atas suatu kondisi dengan menciptakantitik keseimbangan baru melalui inefisiensi jangka pendek dengan tujuan menciptakan usaha dan pasar baru (Garaud dan Karnøe, 2001; Jansson, 2002).</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai agama Buddha mendasari dorongan pembentukan usaha (<i>entrepreneurial encouragement</i>) dan pilihan jenis usaha UKW Buddhis. Penelitian ini mengungkap peranan agama sebagai modal spiritual dengan jaringan eksternalitasnya dalam mendorong pembangunan ekonomi. Keyakinan agama mendasari UKW Buddhis dalam menjalankan bisnis dan pilihan terhadap utilitas faktor produksi, serta sebagai jejaring yang mendasari pertumbuhan ekonomi. Temuan penelitian ini menggambarkan interaksi dinamis agama dan nilai-nilainya dalam mendasari <i>entrepreneurial venture</i>.</p>


No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
	<p>Manifestasi nilai agama Buddha berperan dalam mendasari orientasi kewirausahaan bahwa nilai agama melatarbelakangi pada respons UKW Buddhis pada norma atau nilai agama dalam internalisasinya di hubungan dengan pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan maupun pemasok.</p>	<p>Inovasi merupakan wujud dan upaya memanfaatkan kesempatan dengan merubah suatu titik keseimbangan (ekuilibrium) ekonomi dengan beragam tujuan yang tidak hanya berfokus pada tujuan ekonomi pribadi namun juga tujuan sosial seperti keuntungan dan produktifitas sosial (Schumpeter, 1936; Von Mises, 1949; Baumol, 1990; Reynolds, 1992).</p> <p><i>Theory of Economic Development</i> menjelaskan keniscayaan hubungan antara perkembangan ekonomi dengan peran wirausaha dalam melakukan kombinasi faktor produktif ekonomi yang melahirkan usaha dan inovasi baru seperti adanya barang produksi, metode produksi, pembukaan pasar baru, penemuan, sumber pasokan dan pengembangan organisasi yang baru (Schumpeter, 1936).</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan terdapat relevansi antara temuan data lapangan dengan <i>Theory of economic development</i>. Hubungan antara agama dan bisnis merupakan hal yang sulit digambarkan dalam suatu hubungan yang linear (Drakopoulou-Dodd dan Seaman, 1998) dan merupakan suatu tantangan dalam mencapai suatu keseimbangan dalam perspektif kompetisi dan kesuksesan seorang wirausaha (Valliere, 2008). Penelitian ini mengangkat keniscayaan dari <i>Theory of Economic Development</i> dalam menjelaskan inovasi sebagai pendorong dalam pertumbuhan ekonomi. Agama dan nilainya mendasari pilihan dan keputusan UKW Buddhis dalam inovasi usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis bahwa agama dan kewirausahaan memiliki konstruksi hubungan yang erat melalui penerapan praktik keagamaan Buddhis dalam aktivitas kewirausahaan</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
			<p>Temuan ini selaras dengan studi yang menjelaskan bahwa inovasi berhubungan dengan agama dalam penerimaan inovasi (Kalliny dan Hausman, 2007). Temuan ini selaras dengan studi Assouad dan Parboteeah (2018) yang menunjukkan aspek normatif agama memiliki hubungan yang positif dengan inovasi melalui sifat dan perilaku individu. Sifat dan perilaku tersebut ditunjukkan dalam kemampuan membangun jaringan, mengembangkan modal sosial, tekad, kegigihan dan kewajiban kerja yang merupakan sifat dan perilaku inovator yang sukses (Dakhli dan De Clercq, 2004; Walter <i>et al.</i>, 2011).</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p>b. Teori Sosiologi Kewirausahaan</p> <p>Konsep teori sosiologi kewirausahaan dapat digambarkan dalam perbedaan aktifitas dimensi kognitif serta institusionalnya seperti pada Gambar 5.3 (Ruef dan Lounsbury, 2007) yaitu:</p> <p style="text-align: center;">Gambar 5.3 Kerangka Sosiologi Kewirausahaan</p>  <p style="text-align: center;">Sumber : Ruef dan Lounsbury, 2007</p>	<p>Temuan penelitian ini menunjukkan agama memiliki keterkaitan erat atas motivasi untuk menjadi wirausaha dan jenis usaha yang dibentuk. Temuan ini menunjukkan peran UKW Buddhis yang menselaraskan tujuan ekonomi, sosial dan agama secara seimbang dalam pembentukan dan operasionalisasi usaha. Penelitian ini menunjukkan relevansi fenomena dengan mengangkat keniscayaan teori sosiologi kewirausahaan. Keyakinan agama membentuk perilaku ekonomi dan praktik usaha yang mendorong pada pemikiran atau gagasan akan inovasi maupun tindakan independen dalam usaha yang berlandaskan nilai agama.</p> <p>Temuan ini selaras dengan studi yang menjelaskan agama berperan dalam perspektif kewirausahaan sebagai sintesa atau sistem nasional dan faktor moderasi dalam kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan merupakan wujud dan refleksi dari ketaatan dan keyakinan beragama serta simbol dari bentuk</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p>Keyakinan agama membentuk perilaku ekonomi melalui dimensi kognitif agama yang dijelaskan oleh teori sosiologi kewirausahaan (Weber, 1995). Faktisitas konstruksi keagamaan diyakini mempengaruhi perilaku wirausaha. meskipun berada pada konteks pasar bebas beserta asumsi konsumen adalah <i>homo oeconomicus</i> yang berpikir dan mengambil keputusan ekonomi secara rasional (Stark dan Finke, 2000). Faktisitas konstruksi keagamaan merupakan wujud dari proses konstruksi sosial (Berger dan Luckmann, 1996). Kewirausahaan merupakan perilaku yang muncul melalui konstruksi sosial dari proses sosial berupa tindakan dan interaksi yang menciptakan kenyataan yang subyektif dimana fenomenanya tidak bergantung pada kehendak manusia (Poloma, 2004; Berger, 1991; Lavoie, 1991; Granovetter, 2000; Lipset, 2000; Jansson, 2002; Morrison, 2006). Salah satu bentuk kewirausahaan yang terbentuk dari konstruksi sosial adalah <i>social entrepreneurship</i> (Mair dan Noboa, 2005).</p>	<p>kewirausahaan (Drakopoulou-Dodd dan Seaman, 1998). Perilaku kewirausahaan juga dijelaskan dalam <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) yang menggambarkan orientasi agama merupakan fenomena yang membentuk suatu kewirausahaan baik secara intrinsik maupun ekstrinsik (Balog et al., 2014).</p> <p>Temuan penelitian ini memperkuat studi Valliere (2008) yang mengemukakan nilai agama berperan dalam bentuk intensi yang dimanifestasikan pada bentuk evaluasi peluang, penetapan tujuan perusahaan, formulasi strategi dan operasionalisasi usaha. Temuan penelitian ini selaras dengan studi Venkataraman (1997), Carswell dan Roland (2004) bahwa konteks sosial, budaya dan agama berperan dalam menggambarkan motivasi dan perilaku kewirausahaan dan agama sebagai kekuatan sosial masyarakat yang berperan dalam keputusan peluang usaha dan operasional bisnis. Kewirausahaan muncul dan</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p>c. Teori Nilai</p> <p>Teori Nilai memperkuat gagasan nilai, kepercayaan serta sifat bawaan mendasari keputusan wirausaha dan kinerja bisnisnya. Teori ini memperkuat dasar dalam memahami praktik penerapan religi dan spiritual dalam pola pikir kewirausahaan (Kinjerski dan Skrypnek, 2004; Rokeach, 1973; Hambrick dan Mason, 1984; Schein 1990; Angelidis dan Ibrahim 2004). Nilai merupakan dasar dari keyakinan individu, sikap dan perilaku. Teori nilai menjelaskan faktor konstruk religius mendasari nilai wirausaha. Tujuan spiritual wirausaha ditentukan oleh makna, koherensi yang ditentukan oleh nilai, kepercayaan, sikap dan perilaku (Rokeach 1973; Schwartz, 1992). Konsep nilai digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan peran agama dalam membentuk perilaku kewirausahaan melalui pengaruh motivasi intrinsik. Dasar teori ini adalah gagasan bahwa nilai-</p>	<p>dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu spiritual dan institusional serta motif bisnis yang bersifat heterogen dan endogen dan spesifik pada lingkungan dan budaya dimana perbedaannya terletak pada tingkatan integrasi antara motif keuntungan bisnis dan keyakinan agama (Collins, 1997; Zafirovski, 1999).</p> <p>Penelitian ini menemukan adanya faktisitas konstruksi nilai-nilai keagamaan Buddhis yang muncul dalam perilaku kewirausahaan baik dalam pengambilan risiko, inovasi usaha, agresivitas kompetitif dan proaktif usaha. Penelitian ini memberikan suatu perspektif dan kontribusi secara teoritis yang relevan dengan teori nilai mengenai bagaimana nilai-nilai kognitif agama mendasari keputusan keuangan. Penelitian ini juga memberikan relevansi secara teoritis pada fenomena penelitian ini yang mengungkap dan menggali akan penguatan konsepsi atas peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari pembentukan dimensi</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p>membentuk lingkaran struktur yang mencerminkan motivasi yang diungkapkan oleh struktur nilai (Schwartz, 2012). Struktur tersebut digambarkan dalam Gambar 5.4 Struktur Nilai yaitu</p> <p style="text-align: center;">Gambar 5.4 Struktur Nilai</p>  <p style="text-align: center;">Sumber : Schwartz, 2012</p>	<p>orientasi kewirausahaan, perilaku dan pemikiran atas keputusan keuangan, serta realisasi penerapan kinerja wirausaha dalam basis nilai-nilai personal.</p> <p>Temuan penelitian ini mengangkat keniscayaan teori nilai dan sosiologi kewirausahaan yang menunjukkan keyakinan agama membentuk perilaku ekonomi dan mendasari praktik bisnis, serta komitmen penerapannya mendasari pelaksanaan nilai yang mendorong inovasi, pemikiran dan tindakan independen.</p> <p>Temuan ini selaras dengan studi yang menjelaskan bahwa agama merupakan seperangkat keyakinan masyarakat dan perbendaharaan nilai sakral di masyarakat. Selain juga merupakan koleksi budaya maupun sistem pandangan spiritual yang menentukan pola perilaku individu termasuk pola pikir ekonomi dalam pengelolaan bisnis, gaya kepemimpinan dan pengambilan keputusan (Roman dan Goschin,</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p>Prinsip kedua menggambarkan kepentingan yang dilayani oleh pencapaian nilai yang digambarkan pada Gambar 5.5 Dasar Dinamis Struktur Nilai Panel atas menggambarkan kekuasaan, prestasi, hedonisme, stimulasi, pengarahan diri sendiri terutama dalam mengekspresikan minat dan karakteristik pribadi. Sedangkan panel nilai di bawah yaitu kebajikan, universalisme, tradisi, konformitas, keamanan terutama dalam ubungan secara sosial dengan orang lain dan mendasari minat atau intensi</p>	<p>2011; Payne, 2010; Liu dan Wilson, 2011; Weaver dan Agle, 2002, Bornstein dan Miller, 2009; Fernando, 2005).</p> <p>Orientasi keagamaan membentuk sistem nilai (Rokeach, 1973) dan merupakan sintesa hubungan kewirausahaan dalam proses dan rasionalisasi pengambilan keputusan bisnis seperti risiko dan riset pasar (Nwanko dan Gbadamosi, 2013). Spiritualitas merupakan hal yang pribadi dan dikembangkan diluar agama (Mitroff, 2003; King-Kauanui <i>et al.</i>, 2005) dan berhubungan dengan peningkatan kinerja, pencapaian laba, kesuksesan organisasi, peningkatan kreatifitas, penatalayanan dan pengambilan keputusan yang efektif sebagai bentuk eksperesi bahwa pekerjaan yang dijalani sebagai wujud spirtualisme untuk berkembang dan berkontribusi secara lebih bermakna (Neal, 1997; Neck dan Milliman, 1994; Mitroff dan Denton, 1999; Quatro, 2002; Fernando dan Jackson, 2006; Burack, 1999; Kriger dan Hanson,</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p style="text-align: center;">Gambar 5.5 Dasar-Dasar Dinamis Struktur Nilai</p> <p style="text-align: center;">Sumber : Schwartz (2012)</p>	<p>1999; Krishnakumar dan Neck, 2002; Fairholm, 1996).</p> <p>Temuan penelitian ini memperkuat studi Gursoy <i>et al.</i>, (2017) bahwa nilai religi mempengaruhi praktik bisnis dan komitmen agama. Tingkat religiusitas mendasari daya saing wirausaha melalui penerapan nilai universalisme, pengarahannya diri dan keamanan yang mendukung bahwa tingkat religiusitas mendasari interaksi nilai dan perilaku kewirausahaan. Teori nilai ini memberikan relevansi pada fenomena yang mengungkap dan menggali penguatan konsepsi atas peranan agama dan nilai-nilainya yang mendasari pembentukan dimensi orientasi kewirausahaan, perilaku dan pemikiran atas keputusan keuangan, serta realisasi penerapan kinerja wirausaha dalam basis nilai-nilai personal.</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		<p>d. Teori Identitas</p> <p>Teori identitas Tajfel (1972) memperkenalkan konsep "identitas sosial," bahwa individu merupakan anggota dari suatu kelompok sosial yang terlibat secara emosional dan memberikan makna dan nilai kepada kelompok melalui keanggotaan. Kelompok sosial merupakan interaksi lebih dari dua individu yang mengidentifikasi, memiliki pemahaman arti serupa atas konsepsi diri dan atributnya serta memiliki pola serupa mengenai cara berinteraksi dengan individu lainnya yang tidak termasuk dalam kelompok sosialnya (Hogg, 2006; Miles, 2012).</p>	<p>Penelitian ini mengungkap peranan identitas keagamaan dalam memberikan makna dan arti yang esensial dalam kewirausahaan yang dimanifestasikan dalam dimensi orientasi kewirausahaan. Temuan penelitian ini mengangkat keniscayaan teori identitas yang digunakan untuk menggambarkan peran identitas keagamaan dalam memberikan makna dan arti yang esensial dalam tindakan kewirausahaan (Powell dan Baker, 2014). Identitas peran keagamaan memberikan landasan fundamental bagi setiap tindakan kewirausahaan yang menggambarkan agama dan sistem kepercayaan yang diyakini oleh sekelompok sosial mendorong dan mendasari orientasi kewirausahaan (Tajfel dan Turner, 1979; Dana, 2009; Ysseldyk <i>et al.</i>, 2010). Agama dan nilainya memberikan sintesis peranan dan identitas sosial dalam membangun dinamika relasional, organisasi dan kolektif (Ashforth <i>et al.</i>, 2011; Smith <i>et al.</i>, 2014) dalam kewirausahaan.</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
		Teori identitas memiliki beberapa asumsi dasar (Miles, 2012; Tajfel dan Turner, 1986) bahwa setiap individu berupaya mempertahankan harga diri dan merepresentasikan konsep atau citra diri yang positif. Identitas sosial merujuk kepada aspek <i>selfimage</i> individu, dimana masing-masing individu akan melakukan evaluasi dan integrasi atas atribut positif yang dimiliki oleh kelompoknya.	Dasar teori identitas adalah setiap individu akan membawa repertoar dari kelompok identitas sosial yang dimilikinya dalam perilaku (Hogg <i>et al.</i> , 1995), dimana salah satunya adalah agama dan nilainya yang memfasitasi perilaku dalam kewirausahaan.
2.	Keputusan keuangan UKW Buddhis memiliki karakteristik tingkat kepekaan terhadap risiko yang cenderung rendah, keputusan pengambilan keuangan yang cenderung dilakukan secara informal dalam waktu yang singkat namun menitikberatkan pada kesungguhan penerapan nilai agamis, ketepatan keputusan keuangan diyakini memiliki akurasi karena dapat mengintegrasikan kesuksesan wirausaha sesuai dengan perspektif Buddhisme dalam ekonomi yaitu pencapaian kesejahteraan dan pencapaian	Teori struktur modal yaitu <i>Pecking Order Theory</i> (Myers, 1984) mengemukakan perusahaan lebih memilih menggunakan sumber dana internal dibandingkan dengan menggunakan sumber dana eksternal. Perusahaan menggunakan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu memanfaatkan sumber pendanaan yang memiliki risiko terendah lalu secara bertahap beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar. Berdasarkan <i>Pecking Order Theory</i> , perusahaan memilih sumber pendanaan internal dengan risiko yang paling rendah.	Penelitian ini memberikan relevansi pada teori pecking order dari Myers (1984) yang mengemukakan bahwa UKW Buddhis cenderung menggunakan pendanaan yang berasal dari sumber keuangan internal. UKW Buddhis juga memanfaatkan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan. UKW Buddhis cenderung menggunakan sumber dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha. Temuan penelitian ini mengungkap adanya interaksi nilai religi dalam

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
	<p>kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan.</p> <p>Keputusan keuangan cenderung pada penggunaan pendanaan bersumber dari keuangan internal dengan sumber pendanaan hirarkis yaitu penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan.</p> <p>Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha</p>		<p>entrepreneurial venture yaitu pada keputusan pendanaan khususnya dalam kaitannya dengan struktur modal.</p> <p>Penelitian ini juga mengangkat keniscayaan pada teori perilaku keuangan (<i>behavioral finance theory</i>) yang menemukan adanya perilaku irrasional dalam pengambilan keputusan investasi (Kahneman dan Tversky, 1979). Data lapangan menemukan pemilihan keputusan keuangan dan perilaku UKW Buddhis sukses dalam pengambilan keputusan keuangan yang dilatarbelakangi oleh nilai agamis. Temuan penelitian ini menunjukkan adanya relevansi antara temuan data lapangan dengan teori struktur modal dan ilmu perilaku keuangan .</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
3	<p>Penelitian ini mengungkap bahwa UKW Buddhis meyakini pencapaian kinerja wirausaha dari sisi finansial merupakan hasil pencapaian dari praktik kewirausahaan yang dijalani sesuai dengan nilai-nilai agamis yang diyakini oleh UKW Buddhis dan menjadi sumber daya untuk pencapaian makna kinerja wirausaha yang sesungguhnya. Penelitian ini juga menunjukkan adanya keterkaitan yang besar antara nilai-nilai religi dalam kehidupan dan kesuksesan kinerja UKW Buddhis .</p>	<p>Teori insitusional digunakan untuk menjelaskan bagaimana organisasi terwujud dari sebuah lembaga yang terbentuk melalui kepercayaan, aturan dan norma yang dibentuk sebagai suatu sarana legitimasi (Selznick, 1984) dan sistem nilai yang membentuk legitimasi.</p>	<p>Teori institusional digunakan untuk mengungkap pembentukan organisasi melalui seperangkat kepercayaan, aturan, norma. Teori ini juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu legitimasi terbentuk melalui pencapaian kinerja wirausaha dari UKW Buddhis.</p>

No.	Temuan Penelitian	Teori Dasar	Kontribusi Teoritis
	<p>Kinerja wirausaha UKW Buddhis diwujudkan dalam kinerja manajemen berupa materi dan immateri yang direfleksikan dalam pencapaian ekonomi atau materi, ketaatan religiusitas serta dalam konteks sosial ekonomi secara luas pada hubungan tiga aspek kehidupan manusia yaitu individu, sosial maupun lingkungan hidup yang merupakan dampak dari praktik kewirausahaan yang berbasis nilai agama Buddha.</p>	<p>Teori institusional memberikan relevansi yang menggambarkan fenomena institusionalisasi dari kewirausahaan yang didasari dari budaya yaitu agama dan nilainya dalam membentuk legitimasi usaha. Teori ini digunakan untuk memberikan penguatan atas konsepsi peranan agama dan nilai-nilainya dalam mendasari kinerja wirausaha dalam basis nilai atau pengukuran yang personal seperti pencapaian pada pemangku kepentingan. Teori ini mengemukakan relevansi temuan penelitian ini bahwa kinerja wirausaha merupakan wujud dari bentuk tanggung jawab sosial UKW Buddhis.</p>	<p>Teori ini digunakan untuk memahami dan mengungkap peranan agama dan nilainya dalam salah satu tujuan penelitian ini yaitu pengukuran keberhasilan bisnis UKW Buddhis dalam basis pengukuran yang personal dalam hubungan dengan pemangku kepentingan lain. Teori ini juga mengungkap relevansi perwujudan bentuk tanggung jawab sosial UKW Buddhis yang tercermin dalam kinerja wirausaha melalui manifestasi nilai agamis. Data lapangan menemukan nilai agama Buddha mendasari dalam pengukuran kinerja UKW Buddhis. Penelitian ini menunjukkan adanya relevansi antara temuan data lapangan dengan teori institusional.</p>

Konsep orientasi kewirausahaan merujuk kepada proses perancangan strategi organisasi melalui perwujudan keputusan dan respons dalam kewirausahaan (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2003). Konsep orientasi kewirausahaan secara teoritis dan empiris memberikan makna fundamental dalam perkembangan studi di area kewirausahaan. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada konsep orientasi kewirausahaan oleh Lumpkin dan Dess (1996) bahwa nilai agama berperan sebagai determinan dan memoderasi dalam manifestasi dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan. Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis dalam memperluas konstruksi teoritis orientasi kewirausahaan dimana agama dan nilainya berperan dalam keputusan dan respon wirausaha yang diwujudkan dalam manifestasi dimensi orientasi kewirausahaan, peran dalam perkembangan struktur sosial dan pembentukan perilaku ekonomi.

Temuan penelitian ini mengungkap konstruksi kerangka kontigensi orientasi kewirausahaan yang diwujudkan oleh UKW Buddhis dalam perspektif kinerja wirausaha. Agama mewujudkan proses institusionalisasinya melalui aspek normatif, kognitif dan regulatif dalam aktivitas kelembagaan yang terjadi karena peranan yang diaktualisasikan UKW Buddhis. Aktualisasi diwujudkan UKW BUddhis dalam perspektif kinerja wirausaha yang menggambarkan bahwa agama membentuk konteks sosial melalui peranannya pada tingkatan individu UKW Buddhis melalui pendekatan *general cultural-institutional arguments* yang dimanifestasikan dalam dimensi orientasi kewirausahaan seperti inovasi.

Penelitian ini juga mengungkap bahwa agama dan nilainya memberikan kontribusi teoritis pada teori manajemen keuangan bahwa area pengambilan

keputusan keuangan UKW Buddhis dilatarbelakangi oleh keputusan keuangan yang berkarakterisasi supra rasional yang didasari oleh nilai agama Buddha. Temuan penelitian ini memberikan gagasan baru mengenai pengambilan keputusan keuangan yang didasari oleh nilai agamis selain yang didasari oleh keputusan yang bersifat rasional. dari aspek keuangan maupun sosiologi.

Penelitian ini mengungkap keputusan keuangan UKW Buddhis cenderung pada pengambilan risiko yang rendah, Temuan penelitian ini memperkaya secara empiris pada konteks agama Timur yaitu agama Buddha dalam konteks pengambilan risiko kewirausahaan. Jiang *et al.*, (2015) mengemukakan wirausaha yang memiliki keyakinan agama yang kuat dalam konteks agama Barat cenderung untuk menghindari risiko atau kecenderungan pada pengambilan risiko yang rendah. Temuan penelitian ini memberikan fokus perspektif yang heterogen dan terdegradasi pada konteks agama Buddha dalam fenomena kewirausahaan serta memberikan eksplorasi bahwa nilai agama berperan dalam memberikan legitimasi kognitif pada pertimbangan pengambilan risiko. Dalam praktik manajemen risiko kewirausahaan yang dilaksanakan oleh UKW Buddhis dilandasi oleh nilai agama Buddha dengan penekanan tidak hanya pada risiko bisnis namun pada risiko spritual pada pertimbangan biaya dan manfaat dibandingkan dengan biaya dan pendapatan. Praktik tersebut dimaknai oleh UKW Buddhis sebagai bentuk sikap pemenuhan nilai etis sesuai dengan konsepsi Budhhisme yang memberikan sinyal kognitif akan pemenuhan komitmen UKW Buddhis dalam pembayaran kepada pihak ketiga. Penerapan manajemen risiko juga memberikan bentuk pilhaan pembiayaan kewirausahaan (*cost of debt*) yang rendah.

5.5.1 Implikasi Teoritis dalam Manajemen Strategik

Penelitian ini memberikan implikasi teoritis dalam model *Strategic Entrepreneurship* dengan mengungkap adanya interaksi dalam karakteristik nilai-nilai agama yang mendasari berbagai dimensi orientasi kewirausahaan pada UKW Buddhis, dimana karakteristik nilai agama Buddha membangun interaksi antara *entrepreneurial mindset* dengan *entrepreneurial culture*. *Strategic Entrepreneurship* sebagai pendekatan dalam strategik kewirausahaan yang berfokus pada fleksibilitas, kreatifitas, inovasi yang berkelanjutan serta kemampuan adaptif dalam dinamika pasar (Kraus dan Kauranen, 2009). Penelitian ini mengungkap bahwa agama dan nilai-nilainya secara strategis memberikan perspektif pengelolaan sumber daya unyuk pengembangan kreatifitas dari inovasi untuk pencapaian keunggulan kompetitif dalam tujuan penciptaan nilai. Dalam konsep orientasi strategis, orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh UKW Buddhis menunjukkan adanya upaya penciptaan pengembangan inovasi melalui pemanfaatan sumber daya secara strategis. Orientasi kewirausahaan secara perspektif merupakan aspek yang saling melengkapi dengan orientasi pasar (Lee *et al.*, 2001; Menguc dan Auh, 2008; Hakala, 2010).

Konsep orientasi strategis memiliki empat dimensi yang berperan dalam penciptaan kinerja yang unggul melalui implementasi arah strategis dalam orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi belajar dan orientasi karyawan (Lie dan Revell, 2009; Grinstein, 2008). Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memberikan perspektif yang melengkapi sebagai suatu inersia struktural (Christensen dan Bower, 1996) yang memberikan implikasi pada kinerja (Kirca *et*

al., 2005; Rauch *et al.*, 2009; Udriyah *et al.*, 2019). Poerwanto *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh secara signifikan pada kinerja perusahaan, selain juga secara signifikan berpengaruh pada inovasi eksplorasi dan inovasi eksloitatif. Implementasi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersamaan diyakini mampu menghasilkan kinerja yang unggul melalui penyelarasan antara tingkat orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar (Atauhene-Gima dan Ko, 2001; Bhuain *et al.*, 2005; Hakala, 2011). Kwak *et al.*, (2013) menyatakan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan dimensi yang saling berkaitan dalam hubungan *connubial*. Dalam konseptual model orientasi pasar, hubungan antara dimensi proaktif dan pengambilan risiko dalam orientasi kewirausahaan dimoderasi oleh orientasi pasar, dan secara lebih lanjut dimensi orientasi kewirausahaan yaitu inovasi berpengaruh pada dimensi *responsiveness* dalam orientasi pasar (Kwak *et al.*, 2013). Orientasi kewirausahaan memiliki hubungan yang positif dengan orientasi pasar dimana orientasi kewirausahaan merupakan masukan atau input bagi orientasi pasar (Hasim *et al.*, 2011). Orientasi kewirausahaan dalam model hipotesis Baker dan Sinkula (2009) merupakan *anteseden* dalam orientasi pasar pada hubungan rekursif.

Temuan penelitian berkontribusi secara teoritis dalam konsep orientasi strategis pada ilmu manajemen stratejik bahwa interaksi dalam kewirausahaan memiliki suatu kompleksitas yang besar yang salah satunya didasari oleh peranan budaya yaitu agama dan nilai-nilainya dalam kewirausahaan, khususnya dalam orientasi kewirausahaan. Penelitian ini mengungkap bahwa pada dimensi-dimensi

orientasi kewirausahaan melekat nilai-nilai budaya yaitu agama dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan pelaku usaha kecil yaitu UKW Buddhis.

Penelitian ini memberikan pengembangan pada konteks *strategic entrepreneurship* dan orientasi strategis bahwa dimensi orientasi kewirausahaan, khususnya pada dimensi inovasi yang dimiliki oleh UKW Buddhis melekat nilai-nilai budaya yaitu agama dan nilai-nilainya yang berperan sebagai sumber daya strategis yang memerlukan kemampuan wirausaha pada penerapan fungsi manajemen dan pengambilan keputusan yang strategis untuk keunggulan kompetitif. Penelitian ini juga memberikan pengembangan dalam konsep orientasi strategis dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar bahwa hubungan secara kausalitas ataupun rekursif pada orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dilandasi dan didasari oleh karakteristik kontekstual budaya yaitu agama dan nilai-nilainya. Temuan penelitian memberikan pengembangan pada pemikiran pemanfaatan dimensi pengejaran peluang untuk inovasi yang dilandasi oleh karakteristik nilai-nilai agamis. Orientasi kewirausahaan dapat dilihat sebagai unidimensional atau multidimensi (Hidayat *et al.*, 2016) yang didasari oleh konteks agama dalam suatu sintesa yang memoderasi kewirausahaan pada pencapaian penciptaan nilai dalam kewirausahaan.

5.5.2 Keputusan Keuangan UKW Buddhis

Bagian ini memaparkan aspek serta spesifikasi perilaku dan bentuk pemilihan keputusan keuangan dari UKW Buddhis yang diperoleh dari temuan hasil penelitian ini.

Tabel 5.3

**Perilaku dan Bentuk Keputusan Keuangan Wirausaha Buddhis Skala
Usaha Kecil**

No.	Keputusan Keuangan	Aspek
1	Keputusan keuangan bersifat suprarasional	<p>Keputusan keuangan yang dilatarbelakangi oleh nilai-nilai agama Buddha yang bersumber dari kesadaran historis dan praktis subjek dari UKW Buddhis.</p> <p>Variabel/ Dimensi/Item pengambilan keputusan keuangan UKW Buddhis dilatarbelakangi oleh nilai-nilai agama Buddha yang tercermin dari kepercayaan, keseimbangan, Pancasila Buddhis, Karma, Panca Dhamma, Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga) dan Vyagghapajja Sutta.</p> <p>Tingkat kepekaan terhadap risiko yang cenderung rendah yang menitikberatkan praktik manajemen risiko yang tidak hanya berfokus kepada risiko bisnis namun kepada risiko spiritual. Praktik manajemen risiko didasari oleh konsepsi Buddhisme yaitu keseimbangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan dan kualitas kehidupan.</p> <p>Keputusan keuangan cenderung dilakukan pada waktu yang singkat namun diyakini memiliki ketepatan karena mengintegrasikan perspektif Buddhisme dan berfokus pada perwujudan entitas nilai agama Buddha yang mempertimbangkan kepada biaya dan manfaat dibandingkan dengan biaya dan pendapatan.</p> <p>Keputusan keuangan UKW Buddhis menitikberatkan pada integrasi kesuksesan kinerja wirausaha sesuai dengan perspektif Buddhisme yaitu pencapaian kesejahteraan dan pencapaian kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan.</p>

No.	Keputusan Keuangan	Aspek
2.	<p>Penggunaan pendanaan yang berasal dari sumber keuangan internal dengan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan</p>	<p>Pemilihan keputusan keuangan dengan pendanaan internal merupakan manifestasi dari penerapan entitas nilai Buddhisme yaitu bentuk pencapaian kinerja wirausaha dengan memiliki suatu kebahagiaan karena tidak memiliki hutang.</p> <p>Penggunaan pendanaan internal dimaknai oleh UKW Buddhis merupakan bentuk praktik penerapan nilai Buddhisme yang terwujud dalam bentuk pencapaian kinerja wirausaha yaitu kewirausahaan diperoleh dengan usaha yang benar serta pentingnya untuk dibangun dengan kekuatan yang bersumber dari internal.</p> <p>Temuan penelitian ini memberikan suatu argumen bahwa agama dan nilainya berperan secara implisit atau eksplisit dalam kewirausahaan UKW Buddhis dengan upayanya menciptakan keselarasan antara keputusan keuangan dengan faktisasi konstruksi keagamaan Buddhis. Nilai agama Buddha melalui pedomannya mendorong kewirausahaan dan pembentukan perilaku ekonomi dari UKW Buddhis. Aktivitas kewirausahaan dijalani sebagai perwujudan penerapan nilai agama yang memberikan suatu validasi secara normatif.</p>

5.6 Karakteristik UKW Buddhis Dalam Kesuksesan Wirausaha UKW Buddhis

Penelitian ini mengungkap pemahaman bahwa praktik kewirausahaan pada UKW Buddhis berkaitan erat dengan latar belakang sosial budaya yaitu agama dan nilai-nilainya. Relevansi penelitian ini mengungkap gagasan bahwa konteks budaya yaitu agama dan nilai-nilainya mendasari pembentukan karakteristik UKW Buddhis. Atribut pribadi UKW Buddhis yang terbentuk dari nilai-nilai agama merupakan salah faktor yang mendorong kesuksesan kinerja wirausaha UKW Buddhis yang relevan dengan studi-studi yang menjelaskan bahwa karakteristik

wirausaha berperan dalam kecenderungan wirausaha dalam pembentukan kewirausahaan dan berpengaruh dalam kesuksesan kinerja wirausaha (Pinho dan de Sá, 2014; Veciana *et al.*, 2005; Kennedy *et al.*, 2003). Relevansi peranan agama dan nilai-nilainya mengungkap keniscayaan teori nilai dalam memberikan relevansi untuk fenomena yang mengungkap dan mengeksplorasi manifestasi nilai-nilai agama yang mendasari pembentukan atribut kewirausahaan.

Studi ini mengungkap bahwa karakteristik UKW Buddhis mencerminkan komponen religi dalam identitas atau karakteristik UKW Buddhis dalam menyediakan sumber daya yang diperlukan dalam kewirausahaan. Identifikasi agama mengungkap karakteristik UKW Buddhis dalam bentuk komitmen dalam tindakan kewirausahaan dalam upaya untuk keberlanjutan kewirausahaan. UKW Buddhis mencerminkan nilai-nilai agama sebagai akselerator untuk berwirausaha dan berkesinambungan dalam kewirausahaan.

Kinerja wirausaha merupakan hasil proses kewirausahaan yang dijalani oleh wirausaha melalui karakteristik kewirausahaan yang melekat dalam diri wirausaha dalam menangkap peluang, penciptaan kewirausahaan maupun pertumbuhan usaha (Shane dan Venkataraman, 2000; Mitchell *et al.*, 2002). Temuan penelitian ini mengungkap karakteristik UKW Buddhis dalam mendefinisikan kognisi kewirausahaannya sebagai suatu struktur pembelajaran atau pengetahuan akan cara berpikir dan bertindak UKW Buddhis dalam membuat penilaian keputusan kewirausahaan dan pelaksanaan keputusan strategis kewirausahaan yang tercermin dalam dimensi-dimensi otonomi kewirausahaan melalui evaluasi peluang usaha, otonomi dan upaya peningkatan usaha serta dalam keputusan keuangan. Kognisi wirausaha terletak pada pemahaman akan model mental yang

tercermin dalam karakteristik kewirausahaan. Pinho dan de Sá (2014) menggambarkan bahwa wirausaha menggunakan model mentalnya dalam pengumpulan informasi untuk mengidentifikasi sumber daya bagi pengembangan kewirausahaan. Karakteristik UKW Buddhis merupakan manifestasi agama sebagai suatu seperangkat dengan perbendaharaan nilai-nilai sakral di masyarakat serta koleksi budaya maupun sistem pandangan spiritual yang menentukan pola perilaku individu termasuk pola pikir ekonomi dalam penerapan pengelolaan kewirausahaan, gaya kepemimpinan dan pengambilan keputusan (Roman dan Goschin, 2011; Payne, 2010; Liu dan Wilson, 2011; Weaver dan Agle, 2002; Bornstein dan Miller, 2009; Fernando, 2005) yang mendorong kesuksesan kinerja wirausaha UKW Buddhis. Studi oleh Di Zhang dan Bruning (2011) mengungkap bahwa karakteristik personal wirausaha dalam perspektif teori *Resource Based-View* (RBV) sebagai sumber daya yang berperan penting dalam pencapaian kinerja wirausaha.

Teori RBV menjelaskan bahwa sumber daya berperan dalam organisasi untuk mempertahankan posisi unik dan berkelanjutan dalam lingkungan yang penuh dengan kompetisi (Hoopes *et al.*, 2003; Peteraf dan Barney, 2003). Karakteristik personal wirausaha menjadi sumber daya yang unik bagi kewirausahaan untuk penciptaan keunggulan yang kompetitif yang berkesinambungan karena memiliki kekhasan yang melekat secara personal dalam individu (Rumelt, 1982; Wenerfelt, 1984; Barney, 1991; Di Zhang dan Bruning, 2011). Penelitian ini mengungkap relevansi temuan penelitian ini yang mengungkap karakteristik UKW Buddhis dimana pembentukan karakternya diwarnai oleh nilai-nilai Buddhisme dalam teori

RBV sebagai sumber daya unik yang mendorong penciptaan kinerja wirausaha dalam suatu lingkungan kewirausahaan yang kompetitif.

Penelitian ini mengungkap atribut karakteristik UKW Buddhis yang mendorong pencapaian kinerja wirausaha dan kemampuan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha yang ditunjukkan melalui karakteristik konservatif dari atribut hemat. UKW Buddhis mengadopsi cara yang sederhana dan gaya hidup yang ekonomis sebagaimana dalam perspektif agama Buddha akan Samajivita (pelaksanaan kehidupan dengan kewajaran) untuk menerapkan realitas kehidupan yang wajar yang menekankan pada pengendalian diri. Atribut karakteristik kewirausahaan pada gaya hidup yang hemat dan sikap moderasi dalam pelaksanaan kewirausahaan memberikan kemampuan sumber daya bagi UKW Buddhis untuk mempertahankan keberlangsungan kewirausahaan.

Karakteristik atribut konservatif hemat yang dimiliki oleh UKW Buddhis memberikan sinyal batas kemampuan internal UKW Buddhis dalam menjaga kesinambungan kewirausahaan. Dalam manifestasi praktik kewirausahaan, UKW Buddhis menerapkan gaya hidup hemat sesuai perspektif moderasi Buddhisme yang membantu UKW Buddhis dalam menghasilkan penghematan bisnis. Temuan penelitian ini memberikan pemahaman bahwa keberlangsungan bisnis UKW BUddhis terbentuk dari internalisasi budaya dalam nilai-nilai agama yang melekat dalam atribut karakter kewirausahaan UKW Buddhis. UKW Buddhis meyakini penerapan nilai Buddhisme yaitu kewajaran akan sikap mental penggunaan kekayaan melalui penerapan sikap hidup secara ekonomis dengan menitikberatkan pada aksentuasi kesejahteraan karyawan.

Atribut karakteristik wirausaha UKW Buddhis juga tercermin dalam kepemimpinan *benevolent* paternalistik sesuai karakteristik budaya organisasi pada Luthans (1995) akan filosofi kewirausahaan pada sikap terhadap karyawan. UKW Buddhis memperlakukan karyawan sebagai mitra dengan menekankan rasa memiliki, yang diharapkan dapat diwujudkan melalui sikap jujur dan bertanggung jawab dalam membantu UKW Buddhis dalam mencapai kinerja wirausaha. Atribut kewirausahaan juga ditunjukkan oleh pola komunikasi UKW Buddhis dengan karyawan. UKW Buddhis menerapkan keterbukaan dalam komunikasi di manajemen kewirausahaannya dengan harapan bahwa karyawan memiliki keterlibatan dalam memberikan ide-ide untuk menjaga keberlangsungan kewirausahaan. Pola menggambarkan bentuk hubungan paternalistik dimana proses belajar dalam kewirausahaan dilakukan secara terbuka.

Karakteristik UKW Buddhis yaitu Paternalistik Benevolent membangun kesadaran dan motivasi intrinsik dari karyawan akan keinginan untuk berperan dalam kewirausahaan. Dalam narasi pengalaman yang disampaikan oleh UKW Buddhis, karyawan UKW Buddhis rata-rata merupakan karyawan setia yang telah bekerja puluhan tahun dan dengan pola hubungan paternalistik yang terbentuk dalam praktik kewirausahaan UKW Buddhis, karyawan menunjukkan rasa tanggung jawab dan kebersamaan dalam berwirausaha. Penelitian ini menjelaskan tentang iklim organisasi Kewirausahaan Buddhis tentang karakteristik budaya organisasi (Luthans, 1995) pada deskripsi sentimen karyawan dalam hubungan pemilik dengan bisnis. Karakteristik wirausaha UKW Buddhis juga dicirikan pada gaya kepemimpinan otokratis melalui keterlibatan langsung dari UKW Buddhis dalam kepemimpinan di kewirausahaannya.

UKW Buddhis secara aktif menyediakan, mengarahkan dan memposisikan diri sebagai pemegang keputusan utama dalam kewirausahaan dengan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan untuk membentuk proses pembelajaran kewirausahaan UKW Buddhis.

Kesuksesan kinerja wirausaha UKW Buddhis terletak pada karakteristik UKW Buddhis dalam dimensi orientasi kewirausahaan yaitu pengambilan risiko kewirausahaan. Persepsi risiko sebagai Karma dalam Buddhisme mencerminkan tingkat kebebasan yang dirasakan oleh UKW Buddhis dalam mengakomodasi keyakinan agama sebagai cerminan risiko. Konsepsi Karma dalam Buddhisme memberikan perbedaan antara kewirausahaan yang dijalani oleh UKW Buddhis yang berbasis nilai-nilai agamis dalam persepsi risiko dan pengambilan risiko kewirausahaan dengan persepsi konvensional akan pengambilan risiko. Refleksivitas Karma mendasari pandangan UKW Buddhis dalam persepsi risiko dan pengambilan risiko kewirausahaan yang erat kaitannya dengan operasionalisasi kewirausahaan dalam kontribusinya untuk menciptakan karma yang bermanfaat bagi kewirausahaan. Karakteristik UKW Buddhis pada *risk attitude* pada kecenderungan pengambilan risiko yang rendah yang berperan dalam mendasari keputusan strategi kewirausahaan dalam orientasi kewirausahaan dan keputusan keuangan memiliki peranan sebagai atribut yang menentukan kesuksesan kinerja UKW Buddhis.

Budaya risiko dipersepsikan oleh UKW Buddhis sebagai budaya yang menginterpretasikan risiko kewirausahaan melalui pemahaman Dhamma dalam agama Buddha, yaitu Empat Kebenaran Mulia dan sebagai fenomena atas kondisi sementara, dimana keberadaannya merupakan konfigurasi

Dukkha dalam agama Buddha. Definisi persepsi pengambilan risiko dalam kewirausahaan UKW Buddhis dilatarbelakangi oleh pemahaman dan manifestasi dari perspektif Buddhis, yaitu pemahaman Benar sebagai salah satu unsur dalam Jalan Mulia Berunsur Delapan. Konsepsi Pemahaman Benar dalam Buddhisme memberikan persepsi tentang sifat risiko dalam kewirausahaan UKW Buddhis yang terkait dengan Kamma-Vipaka dalam agama Buddha.

Nilai agama Buddha memberikan dasar bagi UKW Buddhis dalam mengevaluasi dan pertimbangan dalam pengambilan risiko kewirausahaan. Temuan penelitian ini selaras dengan penelitian oleh Liu *et al.*, (2019) dalam peran pengambilan risiko dalam hubungan antara agama dan pembentukan usaha baru. Strategi manajemen kewirausahaan UKW Buddhis didasarkan pada nilai Buddhisme yaitu Samajīvitā untuk melakukan pelaksanaan kehidupan secara ekonomis dengan tidak terikat secara mental pada keinginan (Payutto dan Evans, 1994). Salah satu bentuk penerapannya adalah pada upata pengambilan risiko dengan tingkat kecenderungan pada pengambilan risiko yang rendah dalam keputusan keuangan kewirausahaan dengan menghindari pendanaan secara eksternal guna meminimalkan risiko ketidakmampuan pemenuhan komitmen pembayaran.

Pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis juga dilandasi oleh perspektif Buddhisme yaitu āraḅkhasampadā (Payutto dan Evans, 1994) melalui upaya UKW Buddhis untuk mempertahankan keberlangsungan kewirausahaannya melalui strategi keuangan penghindaran utang. Risiko keuangan UKW Buddhis dimaknai sebagai bentuk kesadaran UKW Buddhis

dalam pengelolaan keuangan dengan mengandalkan sumber daya yang diperoleh dari kewirausahaan dan menghindari bentuk keterikatan dari hutang yang berpotensi menimbulkan dampak berupa karma buruk dalam kewirausahaan. Potensi terjadinya karma buruk diyakini oleh UKW Buddhis dapat menyebabkan terjadinya kemerosotan dalam kondisi kewirausahaan dan meminimalkan pencapaian kinerja wirausaha.

Pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis menekankan pada peran sentral UKW Buddhis dalam mengelola kewirausahaan berdasarkan nilai-nilai Buddhis dengan tujuan mengurangi keterikatan pada pencapaian hasil dan volatilitas sehingga kewirausahaan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan sebagai perwujudan nilai agama Buddha dalam kinerja wirausaha yang berfokus pada kebermanfaatan dan kesejahteraan pemangku kepentingan. Upaya pencapaian keseimbangan dan pengembangan spiritual UKW Buddhis dengan duniawi dan kesejahteraan diwujudkan oleh UKW Buddhis melalui orientasi pencapaian tujuan kewirausahaan untuk menciptakan nilai-nilai kewirausahaan yang fokus pada ekonomi, mental, sosial dan spiritual melalui pengambilan risiko kewirausahaan.

Karakter UKW Buddhis tercermin dalam prinsip-prinsip praktik kewirausahaan yang menunjukkan bahwa UKW Buddhis menunjukkan kepemilikan sifat kewirausahaan yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan kewirausahaan dengan bersikap proaktif dalam mengambil risiko dan membuat keputusan inovasi yang mengandung risiko namun pada kecenderungan risiko yang rendah. Nilai-nilai agama Buddha menjadi dasar

dalam pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis yang diyakini oleh UKW Buddhis dapat meningkatkan kinerja wirausaha yang berfokus pada pencapaian secara materi dan immateri dalam kesejahteraan di aspek sosial, mental dan spiritual.

Karakter pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis mengungkap adanya upaya akulturasi dalam perwujudan karakter wirausaha dalam pengambilan risiko kewirausahaan UKW Buddhis yang bertujuan untuk menyeimbangkan pemenuhan pencapaian nilai-nilai kewirausahaan dengan nilai-nilai agama dalam bentuk kinerja wirausaha. Penelitian ini menggambarkan bahwa karakteristik wirausaha UKW Buddhis merefleksikan perwujudan makna kesuksesan kinerja wirausaha dalam perspektif kesejahteraan material dan kesejahteraan spiritual dengan nilai-nilai etika. Perspektif ini mendasari pandangan UKW Buddhis dalam memandang nilai kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada pencapaian dari sisi finansial, tetapi dari sisi mental, sosial dan spiritual melalui internalisasi nilai-nilai yang tercermin dalam karakteristik wirausaha UKW Buddhis.

Nilai-nilai agama Buddha membentuk persepsi dan perilaku UKW Buddhis dalam bentuk perilaku yang secara kognitif tercermin dalam pengambilan risiko kewirausahaan dan tujuan pencapaian nilai kewirausahaan sebagai bentuk perwujudan kewirausahaan yang berbasis nilai-nilai agama Buddha. Nilai-nilai agama Buddha berperan sebagai panduan yang memberikan implikasi praktis dalam pengambilan risiko kewirausahaan yang menekankan pada motivasi dan pemikiran serta upaya mandiri dalam memanfaatkan risiko sebagai peluang berwirausaha. Persepsi UKW Buddhis dalam pengambilan

risiko kewirausahaan berfokus pada kekuatan nilai-nilai agama dalam risiko kewirausahaan. Relevansi temuan penelitian ini dalam karakteristik UKW Buddhis dalam kesuksesan wirausaha menggambarkan bahwa karakteristik UKW Buddhis menggambarkan karakter wirausaha yang muncul dari upaya pembelajaran dan tantangan dalam akulturasi dari budaya dan sosio-historis antesenden yaitu nilai-nilai agamis yang diyakini oleh UKW Buddhis.

5.6.1 Implikasi Praktis Dalam Kewirausahaan

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam kesuksesan UKW Buddhis khususnya dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha sehingga dapat mencapai kesuksesan wirausaha berdasarkan nilai-nilai agama yang diyakini oleh UKW Buddhis. Hasil temuan penelitian ini dapat secara praktis digunakan sebagai model kesuksesan wirausaha bagi UKW Buddhis yang belum berkembang. Manifestasi nilai-nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan mengungkap secara praktis bahwa kesuksesan wirausaha UKW Buddhis terletak dalam keputusan otonomi kewirausahaan yang dilaksanakan sesuai dengan batas kewajaran melalui refleksifitas prinsip etis dan nilai Buddhisme pada Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu Penghidupan atau Mata Pencaharian Benar. Dimensi pemilihan jenis inovasi usaha, pandangan kompetisi, sikap proaktif usaha dan pengambilan risiko kewirausahaan bersumber dari pendanaan dan kemampuan internal UKW Buddhis sesuai batas kemampuan internal dengan tingkat kecenderungan risiko yang rendah.

Implikasi praktis ini memberikan arah keputusan strategis kewirausahaan UKW Buddhis yang tercermin dalam dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan. Temuan penelitian ini dapat digunakan oleh UKW Buddhis lainnya dalam upayanya untuk mencapai kesuksesan usahanya melalui model strategi kewirausahaan UKW Buddhis yang dikembangkan dari penelitian ini. Model strategi kewirausahaan UKW Buddhis dari penelitian ini memiliki relevansi dengan studi oleh Kovács (2014) dan Zsolnai (2008) bahwa aktivitas kewirausahaan ditunjukkan untuk meminimalkan penderitaan dan terpenuhinya kebutuhan dasar melalui penggunaan praktik konsumsi yang moderat yang tercermin dalam bentuk motivasi dan pemilihan otonomi kewirausahaan, inovasi usaha, pengambilan risiko pada tingkat kecenderungan risiko yang rendah, pandangan dan sikap akan agresivitas kompetisi, dan proaktif usaha. Implementasi dalam dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan UKW Buddhis sesuai dengan nilai Buddhisme yaitu Jalan Mulia Berunsur Delapan yaitu penghidupan benar, Pancasila Buddhis, Pelaksanaan Dasa Paramita, Karma, Pelaksanaan Arah Timur Hubungan Orang Tua dan Anak, Keseimbangan, Pancasila Buddhis, Vyagghapajja Sutta, Hukum Tilakkhana, Tua dan Anak, Harmonisasi dalam Tiga Aspek Kehidupan, dan Sikap Mental terhadap Kekayaan. Aktivitas kewirausahaan UKW Buddhis yang sukses juga berasas kedermawanan dengan pemanfaatan kinerja wirausaha sesuai dengan harmonisasi pada tiga aspek kehidupan dengan penekanan bahwa pemangku kepentingan merupakan tujuan. Dalam praktik penerapannya, UKW Buddhis dapat memanfaatkan temuan penelitian ini dalam penerapannya pada atribut dan keputusan strategis kewirausahaan yang ada dalam dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan yang menekankan upaya praktik kewirausahaan yang bermanfaat sesuai dengan perspektif nilai agamis dan konsepsi ekonomi Buddhis.

Temuan penelitian ini memberikan relevansi bahwa kesuksesan UKW Buddhis adalah melalui implementasi nilai-nilai Buddhis dalam dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan UKW Buddhis.

Implikasi praktis dalam pengambilan keputusan keuangan, penelitian ini memberikan kontribusi secara praktis bagi kesuksesan UKW Buddhis dalam pengambilan keputusan keuangan sehingga mampu mencapai kesuksesan dalam wirausaha yang didasari oleh nilai-nilai agamis. Pengambilan keputusan keuangan dengan menggunakan pendanaan internal secara hirarkis merupakan atribut kewirausahaan UKW Buddhis berbasis nilai-nilai Buddhisme. Karakteristik kewirausahaan UKW Buddhis sesuai dengan penerapan ekonomi Buddhis dalam Jalan Tengah pada pemahaman dan pelaksanaan kehidupan sewajarnya yaitu *Mattannuta* dan konsumsi secara bijak. Pengambilan keputusan keuangan UKW Buddhis tersebut menjadi salah satu atribut kewirausahaan yang mendorong kesuksesan UKW Buddhis dan kemampuan UKW Buddhis dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya.

UKW Buddhis melandasi praktik kewirausahaanya sesuai dengan konsepsi Ekonomo Buddhis sehingga arah tujuan pencapaian kinerja wirausaha UKW Buddhis adalah pada peningkatan kehidupan yang mengarah pada optimalisasi kesejahteraan. UKW Buddhis menunjukkan komitmen dan dedikasi yang besar untuk menciptakan kebermanfaatn usaha bagi tiga aspek kehidupan melalui keunggulan dan kualitas pelayanan dari wirausahanya. Tujuan UKW Buddhis adalah pada rekonsiliasi antara pencapaian materi dan pemenuhan prinsip-prinsip agama. Arah tujuan pencapaian kinerja wirausaha yang berfokus pada optimalisasi kesejahteraan menjadi suatu landasan praktis bagi UKW Buddhis

dalam menetapkan strategi dan kebijakan wirausahanya dalam sentralisasi di kinerja wirausaha sehingga mampu mencapai kesuksesan dalam kewirausahannya.

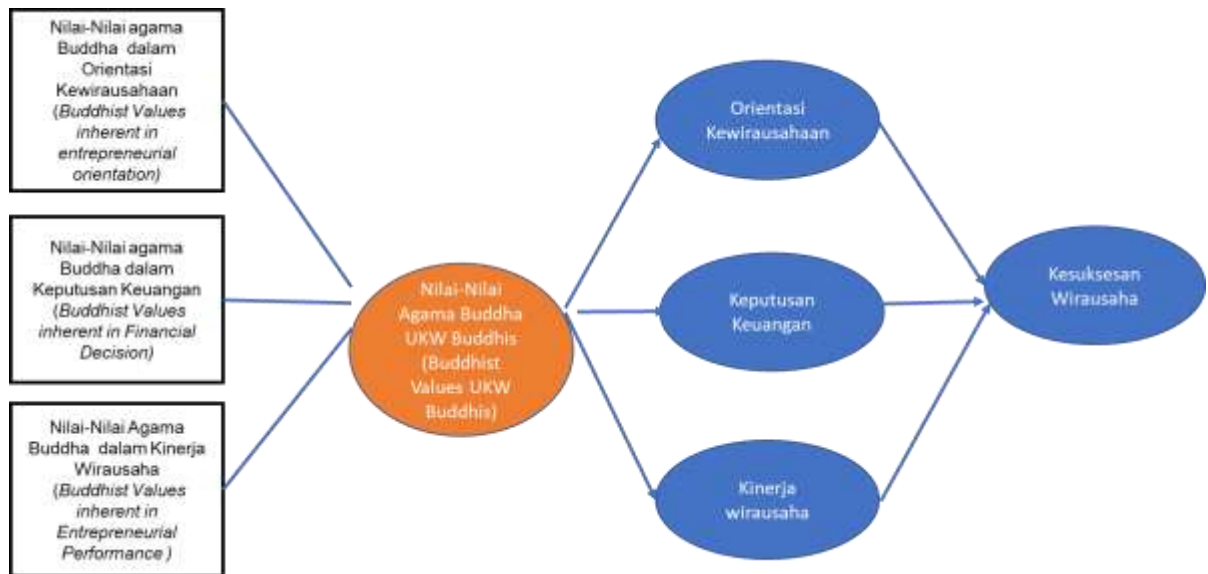
5.7 Model Pengembangan Penelitian Lanjutan

Penelitian ini memberikan luaran berupa ancangan model peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha yang membentuk kerangka empiris peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah luaran ancangan model yang secara teoritis dan didasarkan dalam kontekstual praktik kewirausahaan UKW Buddhis.

Konstruksi pengembangan penelitian lanjutan yang dapat dikembangkan adalah pengujian secara empiris pada rancangan konseptual framework berdasarkan temuan penelitian ini yaitu model peranan nilai agama Buddha dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha yang dikonstruksikan dalam gambar 5.6.

Gambar 5.6

Kerangka Konseptual Penelitian Lanjutan



Temuan penelitian memberikan implikasi secara teoritis pada pengembangan teori kewirausahaan bahwa nilai-nilai agama Buddha menjadi determinan dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha UKW Buddhis. Kerangka konseptual pengembangan penelitian dapat dikembangkan dalam instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yaitu nilai-nilai agama Buddha dalam kewirausahaan UKW Buddhis dalam pengujian kerangka konseptual secara empiris.

Variabel Nilai-Nilai Agama Buddha UKW Buddhis (*Buddhist Values UKW Buddhis*) dapat didefinisikan secara operasional sebagai nilai-nilai agama

Buddha yang memberikan motivasi UKW Buddhis dalam mendasari implementasi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha yang mendorong kesuksesan wirausaha dalam pencapaian kesejahteraan dan peningkatan kualitas kehidupan pada tiga aspek yaitu kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan. Instrumen penelitian dalam pengukuran variable Nilai-Nilai Agama Buddha UKW Buddhis (*Buddhist Values UKW Buddhist*) adalah dimensi Nilai-nilai agama Buddha dalam Orientasi Kewirausahaan (*Buddhist Values inherent in entrepreneurial orientation*) yang terbentuk dari sepuluh indikator yaitu Keseimbangan, Karma, Jalan Mulia Berunsur Delapan, Pancasila Buddhis, Vyagghapajja Sutta, Hukum Tilakkhana, Dasa Paramita, Arah Timur Hubungan Orang Tua dan Anak, Harmonisasi dalam Tiga Aspek Kehidupan, dan Sikap Mental terhadap Kekayaan. Dimensi Nilai- Nilai Agama Buddha dalam Keputusan Keuangan (*Buddhist Values inherent in Financial Decision*) terbentuk dari tujuh indikator yaitu Kepercayaan, Keseimbangan, Pancasila Buddhis, Karma, Panca Dhamma, Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga) dan Vyagghapajja Sutta. Dimensi Nilai-Nilai Agama Buddha dalam Kinerja Wirausaha (*Buddhist Values inherent in Entrepreneurial Performance*) yang terbentuk dari enam indikator yaitu Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta, Keseimbangan, Karma, Anana Sukha, Penggunaan Kekayaan (Sikap Mental terhadap Kekayaan) dan Jalan Mulia Berunsur Delapan.

Kerangka konseptual pengembangan penelitian lanjutan ditujukan untuk menguji secara empiris keterlibatan nilai-nilai keagamaan sebagai faktor yang mempengaruhi praktik kewirausahaan dan perilaku ekonomi yang

tercermin dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Pengujian secara empiris dalam kerangka konseptual penelitian lanjutan ini berfokus pada faktor secara tekstual dan kontekstual dalam keyakinan agama Buddha. Pengujian secara empiris aka pengembangan penelitian lanjutan berdasarkan kerangka konseptual tersebut diharapkan memberikan suatu landasan secara teoritis akan peranan nilai agama Buddha dalam pembentukan praktik kewirausahaan dan perilaku ekonomi. Penerapan nilai-nilai agama diharapkan memberikan temuan secara empiris dalam memberikan cakrawala pada sejauh mana pengaruh kontekstual budaya dipraktikkan dalam kewirausahaan UKW Buddhis.

Kerangka konseptual dari pengembangan penelitian lanjutan yang didasari oleh temuan penelitian ini memberikan pemahaman dan pengembangan konstruk nilai-nilai agama Buddha UKW Buddhis. Pengembangan penelitian lanjutan ini memberikan alternatif perspektif teoritis berdasarkan perspektif Buddhisme yang berfokus pengukuran seberapa baik penerapan nilai agama Buddha yang lebih tinggi dalam implementasi kewirausahaan pada orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan, kinerja wirausaha akan mengarah pada kesuksesan wirausaha UKW Buddhis. Pengembangan penelitian ini juga memperluas konsep penciptaan nilai kewirausahaan dalam konteks pemangku kepentingan UKW Buddhis berdasarkan kesuksesan wirausaha UKW Buddhis.

5.8 Rasionalitas Penelitian dalam Perspektif Postsekular

Dalam teori postsekular, agama memiliki pengaruh pada masyarakat terlepas dari adanya diferensiasi pada insititusalisasi individu dalam kontekstual agama (O'Brien dan Noy, 2015). Agama berperan sebagai otoritas formal dalam mempengaruhi keputusan individu dan perilaku dalam keputusan ekonomi (Gorski *et al.*, 2012; Casanova, 2010). Dalam perspektif postsekular, keputusan dan pandangan akan cara individu membangun perspektif dalam dunia didasari oleh elemen-elemen ilmiah maupun agama yang membutuhkan utilitas nilai dari sistem kepercayaan (Casanova, 2010). Perspektif postsekular terletak pada pandangan dalam suatu kerangka yang secara intrepratif menggambarkan peranan agama atau sains sebagai bagian atas penjelasan atas realitas. Davie (2013) menggambarkan sosiologi agama berkaitan cara agama mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aspek masyarakat termasuk dalam ekonomi, pendidikan, peran gender, globalisasi, kesehatan, media massa, budaya material, sikap moral, politik, tatanan dan perubahan sosial, ilmu pengetahuan, dan stratifikasi.

Penelitian ini mengungkap bahwa nilai-nilai agamis melatarbelakangi dan mendorong UKW Buddhis dalam orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha.. Luaran penelitian berupa model teoritik yang terintegrasi akan peranan budaya yaitu agama dan nilai-nilainya dalam interaksinya pada orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Temuan penelitin ini memberikan pandangan dalam postsekuler dalam pandangan penggunaan sains dan agama pada penafsiran dunia yaitu dalam konteks ekonomi dan kewirausahaan. Penelitian ini menitikberatkan

pada perspektif kompleksitas budaya dalam pandangan *religio-scientific* pada kewirausahaan.

Penelitian ini memberikan relevansi bahwa agama berperan dalam memberikan pandangan bagi UKW Buddhis dalam dunia kewirausahaan melalui motivasi kognitif yang tidak nampak dalam perspektif duniawi (Sunarko, 2010). Penelitian ini juga menggambarkan bahwa agama dan nilai-nilainya memberikan intrusi melalui tradisinya dengan nilai moralitas yang memiliki makna semantik (Habermas, 2008; Menoh 2015) dalam kehidupan wirausaha UKW Buddhis. Penelitian ini mengungkap persepektif hubungan yang kausal antara agama dan pandangan sekularisme. Agama dan nilai-nilainya merupakan sumber motivasi bagi UKW Buddhis dalam praktik kewirausahaan melalui konstruksi pemahaman dan rekonsiliasi keterikatan dalam dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Agama sebagai suatu pandangan hidup dan sumber motivasi pada identifikasi melalui sensor dan identitas dalam tindakan dan praktik kewirausahaan. Penelitian mengungkap perspektif agama dan nilai-nilai sebagai katalis yang secara epistemik dalam nilai-nilai moral melalui rasionalitas agama dalam kewirausahaan. Peran agama dan nilai-nilainya sebagai bentuk kesahihan pengetahuan secara epistemis dalam identifikasi dan makna esensi dalam kewirausahaan melalui dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha.

Penelitian ini memberikan gambaran bahwa UKW Buddhis memanasifestasikan nilai-nilai agamis dalam implementasi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha sebagai upaya

untuk pembebasan dari penderitaan dari adanya sekularisme dan tidak adanya keterkaitan antara manusia dengan aspek sosial dan lingkungan serta konsumerisme (Zlosnai, 2007). UKW Buddhis memandang bahwa praktik kewirausahaan melalui implementasi dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan, perilaku ekonomi dan bentuk keputusan keuangan, dan kinerja wirausaha merupakan suatu kerangka kerja dalam kewirausahaan untuk meminimalkan penderitaan sebagaimana dalam konsepsi *Buddhist Economics* (Schumacher, 1973; Payutto, 1994) yang menitikberatkan pada keseimbangan dan keharmonisan dalam tiga aspek kehidupan. Keseimbangan dan harmonisasi pada tiga aspek kehidupan menjadi rasionalitas UKW Buddhis melalui kesadaran kognitif untuk mengurangi keinginan dan penggunaan secara instrumental pada pemenuhan kepentingan pribadi.

BAB VI

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup dari penelitian ini, dimana pada bab sebelumnya telah membahas bab pendahuluan, kajian pustaka, metodologi penelitian, temuan data lapangan, dan analisis data dan proposisi yang membahas profil usaha dari UKW Buddhis yang sukses, orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha serta model peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha . Bab penutup ini memuat kesimpulan akhir dari penelitian beserta keterbatasan hasil penelitian dan implikasi penelitian.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah, tujuan dan hasil penelitian maka dapat dipaparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Agama merupakan suatu fenomena budaya yang perseptif dimana nilainya dapat menciptakan suatu ekologi kewirausahaan. Salah satunya adalah melalui manifestasi implementasi nilai-nilai agama Buddha pada dimensi orientasi kewirausahaan yaitu nilai agamis sebagai variabel atau dimensi dalam orientasi kewirausahaan. Agama dan nilai-nilainya berperan dalam lingkungan sosial budaya yang kritis dalam fenomena individu yang mengarah kepada perilaku ekonomi yang diwujudkan dalam orientasi kewirausahaan. UKW Buddhis menunjukkan kepemilikan sifat *entrepreneurial* (orientasi kewirausahaan) yang ditunjukkan melalui implementasi dimensi-dimensi otonomi kewirausahaan, inovasi usaha, pola manajemen, pengambilan

keputusan yang informal dengan komitmen yang kuat dalam pelaksanaan keputusan strategis kewirausahaan, memiliki sikap proaktif dan daya saing melalui upaya pengejaran peluang usaha.

Bentuk manifestasi juga ditunjukkan dalam respons UKW Buddhis pada norma atau nilai agama dalam internalisasinya dengan hubungan pemangku kepentingan. Peranan konsepsi atau nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan yaitu pencapaian keseimbangan, Karma (Hukum Sebab Akibat), Jalan Mulia Berunsur Delapan, Pancasila Buddhis, Vyagghapajja Sutta, Hukum Tilakkhana, Dasa Paramita, Arah timur : hubungan orang tua dan anak, Harmonisasi dengan tiga aspek kehidupan dan Sikap mental terhadap kekayaan. Nilai agama Buddha tersebut mendasari orientasi kewirausahaan melalui perilaku ekonomi yang berdampak pada karakteristik level organisasi yang melatarbelakangi kesuksesan kewirausahaan UKW Buddhis.

2. Nilai-nilai agama Buddha yang tercermin dari kepercayaan, keseimbangan, Pancasila Buddhis, Karma, Panca Dhamma, Pengaturan Kekayaan (Bhogavibhaga) dan Vyagghapajja Sutta mendasari keputusan keuangan UKW Buddhis. Keputusan keuangan ditunjukkan dalam aspek agamis dengan karakteristik yaitu perilaku yang ditunjukkan dalam bentuk suprarasional yang bentuk oleh dimensi atau variabel yaitu nilai Buddhisme. Keputusan keuangan UKW Buddhis memiliki karakteristik tingkat kepekaan terhadap risiko yang cenderung rendah, keputusan pengambilan keuangan yang cenderung dilakukan secara informal dalam waktu yang singkat namun menitikberatkan pada kesungguhan penerapan nilai agamis, ketepatan keputusan keuangan

diyakini UKW Buddhis memiliki akurasi karena mengintegrasikan kesuksesan wirausaha sesuai dengan perspektif Buddhisme dalam ekonomi yaitu pencapaian kesejahteraan dan pencapaian kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan.

Keputusan keuangan cenderung pada penggunaan pendanaan yang berasal dari sumber keuangan internal dengan sumber pendanaan secara hirarkis yaitu dengan penggunaan modal internal dengan risiko rendah dan beralih ke sumber pendanaan dengan risiko yang lebih besar bila dibutuhkan. Keputusan keuangan menggunakan sumber dana internal yang bersumber dari perputaran usaha maupun aset pribadi dan rekanan usaha yang relevan dengan teori *pecking order* dalam struktur modal.

3. Pengukuran kinerja wirausaha (*measurement of entrepreneurial success on a personal basis*) bagi UKW Buddhis yaitu harmonisasi dengan proses sebab akibat dan dengan tiga aspek kehidupan manusia yang saling berhubungan, Kesejahteraan karyawan sebagai mitra kerja melalui hubungan paternalistik. Kinerja wirausaha ditujukan untuk mendukung perbuatan baik dan bentuk tanggung jawab sosial UKW Buddhis seperti penciptaan lapangan pekerjaan, berdana, terwujudnya kinerja wirausaha melalui pencapaian kesejahteraan yang mengarah kepada konsumsi yang bijak. Kinerja wirausaha juga dimaknai dengan kebahagiaan karena tidak adanya hutang seperti dalam perspektif Buddhisme *Vyagghapajja sutta* yaitu *Anana sukha* (kebahagiaan karena tidak memiliki hutang). Konsepsi atau nilai Buddhisme yang mendasari kinerja wirausaha antara lain *Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta*, Keseimbangan, Karma, *Anana Sukha*, Penggunaan kekayaan (Sikap mental terhadap

kekayaan) dan Jalan Mulia Berunsur Delapan. Nilai-nilai yang dikandungnya melatarbelakangi kesuksesan kinerja kewirausahaan UKW Buddhis.

6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengungkap peranan nilai agama dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha. Temuan penelitian ini merupakan realitas dari kesadaran informan UKW Buddhis yang sukses di Kota Bekasi pada pengalaman historis dan praktis. Temuan penelitian ini mengungkap model peranan nilai agama Buddha dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan maupun kinerja wirausaha dari UKW Buddhis.

Fokus dalam penelitian ini adalah mengeksplorasi suatu fenomena UKW Buddhis dan bukan ditujukan untuk kepentingan generalisasi. Penerapan perspektif dan konsepsi nilai agama berkaitan erat dengan faktor-faktor lainnya seperti tradisi sosial kultural dan historis yang membentuk suatu struktur sosial. Dalam refleksi praktis penerapan nilai-nilai agama Buddha tidak terlepas dari adanya peranan aspek kognitif, normatif maupun regulatif sehingga penelitian ini meyakini bahwa terdapat interaksi antara agama dan nilai-nilainya dengan aspek sosialkultural seperti etnis yang dapat memoderasi peranan agama dan nilai-nilainya dalam kewirausahaan. Penelitian ini belum mengeksplorasi aspek sosial kultural secara mendalam yang berperan dalam memoderasi peranan nilai agamis dalam implementasi kewirausahaan.

Pengembangan penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan melakukan eksplorasi yang lebih dalam melalui penerapan kualitatif melalui studi fenomenologis dalam mengungkap peranan faktor-faktor sosialkultural dalam

memoderasi peranan agama dan nilainya dalam kewirausahaan. Arah pengembangan penelitian selanjutnya juga dapat membuat studi perbandingan atas peranan dan implementasi nilai-nilai agamis pada wirausaha yang sukses dan gagal.

6.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka implikasi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Implikasi teori, penelitian ini memberikan sumbangan dalam pengembangan teori dalam pengembangan ilmu manajemen stratejik khususnya pada konteks *Strategic Entrepreneurship* bahwa karakteristik nilai-nilai agama mendasari berbagai dimensi orientasi kewirausahaan pada UKW Buddhis dimana karakteristik nilai agama Buddha membangun interaksi antara *entrepreneurial mindset* dengan *entrepreneurial culture*. Penelitian ini juga mengungkap bahwa salah satu konteks atau elemen budaya yang berperan dalam kewirausahaan adalah konteks agama dan nilainya yang mendasari perspektif strategis UKW Buddhis dalam sumber daya kewirausahaan. Perspektif strategis tersebut tercermin dalam identifikasi inovasi, eksploitasi peluang usaha dan risiko kewirausahaan untuk pencapaian keunggulan kompetitif dalam penciptaan nilai usaha maupun dalam memberikan makna akan kinerja wirausaha .

Hasil penelitian ini juga memberikan sumbangsih dalam pengembangan teori manajemen keuangan. Manajemen keuangan khususnya dalam manajemen perilaku keuangan berada pada area pengambilan keputusan keuangan pada aspek keuangan, sosiologi maupun psikologis. Penelitian

ini mengungkap keputusan keuangan UKW Buddhis yang didasari oleh nilai-nilai agama Buddha yang bersifat suprarasional yang ditunjukkan untuk merealisasikan kebahagiaan sejati yaitu kesuksesan usaha dalam pencapaian kesejahteraan dan kualitas kehidupan pribadi, sosial dan lingkungan. Penelitian ini juga mengangkat keniscayaan teori struktur modal yaitu relevansi pada teori *pecking order* dari Myers (1984) dalam *entrepreneurial venture* yang mengungkap adanya interaksi nilai religi khususnya nilai agama Buddha dalam kaitannya dengan struktur modal.

2. Implikasi kebijakan, temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan pengambilan kebijakan Pemerintah setempat dalam penyusunan kebijakan khususnya kebijakan dalam pembinaan kewirausahaan pada skala usaha kecil dengan memperhatikan keharmonisan garis pokok nilai dan norma agama. Meskipun penelitian ini memiliki keterbatasan dalam besarnya jumlah dan ragam bidang usaha kecil, namun Pemerintah setempat dapat menggunakan model pembinaan usaha kecil berupa program pembinaan maupun pemberdayaan dengan mengacu pada hasil penelitian ini. Pemerintah setempat perlu mempertimbangkan beragam aspek terutama aspek agamis yang melatarbelakangi kesuksesan UKW Buddhis dalam menyusun kebijakan pengembangan dan pemberdayaan kewirausahaan.
3. Implikasi penelitian selanjutnya, penelitian ini mengungkap bahwa peranan etnis budaya berperan dalam praktik kewirausahaan yaitu pembentukan pola dan gaya manajemen maupun relasi dengan karyawan. Oleh

karenanya, penelitian ke depan dapat membuat studi perbandingan dalam implementasi nilai-nilai agamis dalam praktik kewirausahaan pada wirausaha di ragam etnis. Studi tersebut ditujukan untuk mengeksplorasi faktor sosialkultural seperti etnis dalam memoderasi peranan agama pada praktik kewirausahaan. Pengembangan penelitian ke depannya dapat membuat studi perbandingan antara wirausaha yang sukses dalam menjalani usahanya dengan wirausaha yang gagal mempertahankan usahanya guna menggali apakah agama merupakan faktor yang esensial dalam mendasari kesuksesan ataupun kegagalan usaha. Penelitian pengembangan tersebut dapat menggali secara mendalam perbandingan kesuksesan kinerja wirausaha antara wirausaha yang memanasifestasikan nilai-nilai agama dalam kewirausahaannya dengan wirausaha yang tidak.

Penelitian manajemen keuangan ke depannya dapat mengeksplorasi pengembangan penelitian lanjutan dari penelitian yang berkaitan dengan keputusan keuangan yang didasari oleh aspek agamis. Fokus pengembangan penelitian adalah mengungkap peranan karakteristik kontekstual agama pada setting penelitian di konteks agama di Indonesia lainnya dalam keputusan keuangan di *entrepreneurial venture*. Penelitian ini ditujukan untuk mengeksplorasi keterbatasan penelitian pada agama dalam kewirausahaan di Indonesia yang masih didominasi pada konteks agama Islam. Selain juga, penelitian berguna untuk menambah khasanah dalam penelitian manajemen keuangan khususnya pada teori manajemen perilaku keuangan yang masih didominasi oleh aspek keuangan, sosiologi maupun psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Hassim, A., Abdul Talib, A. N., & Abu Bakar, A. R. (2011). The effects of entrepreneurial orientation on firm organisational innovation and market orientation towards firm business performance.
- Adamu, I. M., Kedah, Z., & Osman-Gani, A. (2011). Entrepreneurial motivation, performance and commitment to social responsibility: A conceptual analysis on the influence of Islamic religiosity. In *10th international conference of the academy of HRD (Asia chapter)*.
- Allport, G. (1966). The religious context of prejudice. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 5(3), 447–457
- Altinay, L., & Wang, C. L. (2011). The influence of an entrepreneur's socio-cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(4), 673–694.
- Angelidis, J., & Ibrahim, N. (2004). An exploratory study of the impact of degree of religiousness upon an individual's corporate social responsiveness orientation. *Journal of business ethics*, 51(2), 119-128.
- Anggadwita, G., Ramadani, V., Alamanda, D. T., Ratten, V., & Hashani, M. (2017). Entrepreneurial intentions from an Islamic perspective: a study of Muslim entrepreneurs in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 165-179.
- Ashforth, B. E., Rogers, K. M., & Corley, K. G. (2011). Identity in organizations: Exploring cross-level dynamics. *Organization science*, 22(5), 1144-1156.
- Assouad, A., & Parboteeah, K. P. (2018). Religion and innovation. A country institutional approach. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 15(1), 20-37.
- Atuahene-Gima, K., & Ko, A. (2001). An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation alignment on product innovation. *Organization science*, 12(1), 54-74.
- Baharun, R., and Kamarudin, S. (2001). The effects of entrepreneurs' personal religious values and business performance in information technology industry. *Journal of enterprising culture*, 9 (4), 437–448
- Baharun, Rohaizat. (2013). The impact of intrinsic and extrinsic religiosity on Malay owner/managers' values and business performance. Global conference on operations and supply chain management
- Bainbridge, W. S. (2006). Social cognition of religion. *Behavioral and Brain Sciences*, 29(5), 463-464.
- Bainbridge, W. S., & Stark, R. (1981). Friendship, religion, and the occult: A network study. *Review of Religious Research*, 313-327.
- Bainbridge, W. S., & Stark, R. (1987). *A theory of religion* (p. 122). New York: Peter Lang.

- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of small business management*, 47(4), 443-464.
- Bakke, D. (2005). *Joy at Work: A CEO's revolutionary approach to fun on the job*. Pearson Venture Group.
- Balog, A. M., Baker, L. T., & Walker, A. G. (2014). Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda. *Journal of management, spirituality & religion*, 11(2), 159-186.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Baron, R. A., & Henry, R. A. (2011). Entrepreneurship: The genesis of organizations. In *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol 1: Building and developing the organization*. (pp. 241-273). American Psychological Association.
- Barsky, R. B., Juster, F. T., Kimball, M. S., & Shapiro, M. D. (1997). Preference parameters and behavioral heterogeneity: An experimental approach in the health and retirement study. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 537-579.
- Basu, A., & Altinay, E. (2002). The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses. *International small business journal*, 20(4), 371-393
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *The Journal of Political Economy*, 98(5).
- Baxamusa, M., & Jalal, A. (2014). Does religion affect capital structure?. *Research in International Business and Finance*, 31, 112-131.
- Baxamusa, M., & Jalal, A. (2016). CEO's religious affiliation and managerial conservatism. *Financial Management*, 45(1), 67-104.
- Berger, B. (1991). *The culture of entrepreneurship*. ICS Press.
- Berger, P. L., Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor.
- Bhuiyan, S., Menguc, N. B., & Bell, S. J. (2005). Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. *Journal of Business Research*, 58, 9-17.
- Birley, S. (1984, August). Finding the New Firm. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1984, No. 1, pp. 64-68). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Bizri, R., Jardali, R., & Bizri, M. F. (2018). Financing family firms in the Middle East: the choice between Islamic and conventional finance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(4), 842-865.
- Bloch, H., & Bhattacharya, M. (2016). Promotion of innovation and job growth in small-and medium-sized enterprises in Australia: Evidence and policy issues. *Australian Economic Review*, 49(2), 192-199.

- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2003). *Qualitative research and design for education: An introduction to theories and research*.
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1975). *Introduction to qualitative research methods: A phenomenological approach to the social sciences*. John Wiley & Sons.
- Bornstein, B. H., & Miller, M. K. (2009). Does a Judge's Religion Influence Decision Making?.
- Brammer, S., Williams, G., & Zinkin, J. (2007). Religion and attitudes to corporate social responsibility in a large cross-country sample. *Journal of business ethics*, 71(3), 229-243.
- Brazier, C. (2003). *Buddhism on the couch: From analysis to awakening using Buddhist psychology* (p. 160). Ulysses Press.
- Brigham, K. H., Lumpkin, G. T., Payne, G. T., & Zachary, M. A. (2014). Researching long-term orientation: A validation study and recommendations for future research. *Family Business Review*, 27(1), 72–88
- Brimble, M., Vyvyan, V., & Ng, C. (2013). Belief and investing: Preferences and attitudes of the faithful. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 7(1), 23-41.
- Bromley, D. G. (2011). New religions as a specialist field of study. In *The Oxford handbook of the sociology of religion*. edited by P. B. Clarke, 724–741. Oxford: Oxford University Press.
- Brown, C. (2017). *Buddhist economics: An enlightened approach to the dismal science*. Bloomsbury Publishing USA.
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1998). *Competing on the edge: Strategy as structured chaos*. Boston, MA: Harvard Business School Press. Bloomsbury Publishing USA.
- Burack, E. H. (1999). Spirituality in the workplace. *Journal of organizational change management*, 12(4), 280-292.
- Burgelman, R. A. (1983). A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm. *Administrative science quarterly*, 223-244.
- Burns, P. (2012). *Corporate entrepreneurship: innovation and strategy in large organizations*. Macmillan International Higher Education.
- Burrell, G. & Morgan, G. (1979) *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. Heinemann, London, UK Business School Press.
- Byrne, C. J., Morton, D. M., & Dahling, J. J. (2011). Spirituality, religion, and emotional labor in the workplace. *Journal of management, spirituality & religion*, 8(4), 299-315.
- Candland, C. (2000). Faith as social capital: religion and community development in Southern Asia. *Policy sciences*, 33 (3), 355–374.
- Cantillon, R. (1734). *Essay on the Nature of General Commerce*. Henry Higgs, Trans.). London: Macmillan.

- Carswell, P., & Rolland, D. (2007). Religion and entrepreneurship in New Zealand. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 1 No. 2, pp. 162-174.
- Carswell, P., and Rolland, D., (2004). The role of religion in entrepreneurship participation and perception. *International journal of entrepreneurship and small business*, 1 (3), 280–286.
- Carter, N.M., Gartner, W.B., and Shaver, K.G. (2004). Career reasons. In: W.B. Gartner, K.G. Shaver, N.M. Carter and P.D. Reynolds, eds. *Handbook of entrepreneurial dynamics: the process of business creation*. Thousand Oaks, CA: Sage, 142–152.
- Castellaneta, F. (2016). Building firm capability: managerial incentives for top performance. *Journal of Business Strategy*, 37 (4), 41-46.
- Chan, K. Q., Tong, E. M. W., & Tan, Y. L. (2014). Taking a leap of faith: Reminders of God lead to greater risk taking. *Social Psychological and Personality Science*, 5, 901–909 1585-1600.
- Chan-Serafin, S., Brief, A. P., & George, J. M. (2013). Perspective—How does religion matter and why? Religion and the organizational sciences. *Organization Science*, 24(5), 1585-1600.
- Cheung, T. S. (2004). Righteousness and profitableness: The moral choices of contemporary Confucian entrepreneurs. *Journal of business ethics*, 54(3), 245-260.
- Child, J. (1972). Organizational structure, environment and performance: The role of strategic choice. *sociology*, 6(1), 1-22.
- Chojnacki, M. (2018). Time and meaning. Alfred schutz's concept of intersubjectivity and its cognitive corollaries. *Humanities and Social Sciences*, 25(2), 65-80.
- Chowdhury, R.M.M.I. (2018). Religiosity and voluntary simplicity: The mediating role of spiritual well-being. *Journal of Business Ethics*, 152, 149-171.
- Christensen, C. M., & Bower, J. L. (1996). Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms. *Strategic management journal*, 17(3), 197-218.
- Collins, R. (1997). An Asian route to capitalism: Religious economy and the origins of self-transforming growth in Japan. *American Sociological Review*, 843-865.
- Combs, A., Burneko, G., Goerner, S., Brown, T., & Guenther, H. (2002). The embodied mind: Cognitive science and human experience. *Cybernetics & Human Knowing*, 9(2), 83–91.
- Conger, M., McMullen, J. S., Bergman Jr, B. J., & York, J. G. (2018). Category membership, identity control, and the reevaluation of prosocial opportunities. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 179-206.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371–395.

- Cornwall, J. R., & Naughton, M. J. (2003). Who is the good entrepreneur? An exploration within the Catholic social tradition. *Journal of business ethics*, 44(1), 61-75.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26.
- Covin, J. G., and Slevin, D. P. (1988). The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of management studies*, 25(3), 217-234.
- Covin, J.G., Green, K.M., & Slevin, D.P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation—Sales growth rate relationships. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 57–81.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative research designs: Selection and implementation. *The counseling psychologist*, 35(2), 236-264.
- Croitoru, A. (2012). Schumpeter, JA, 1934 (2008), The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. *Journal of comparative research in anthropology and sociology*, 3(02), 137-148.
- Dakhli, M., & De Clercq, D. (2004). Human capital, social capital, and innovation: a multi- country study. *Entrepreneurship & regional development*, 16(2), 107-128.
- Dana, L. P. (2009). Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. *The international journal of entrepreneurship and innovation*, 10(2), 87-99.
- Dana, L. P. (Ed.). (2010). *Entrepreneurship and religion*. Edward Elgar Publishing.
- Daniels, P. (2011). Buddhism and sustainable consumption. In *Ethical principles and economic transformation-A Buddhist approach* (pp. 35-60). Springer, Dordrecht.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2002). Entrepreneurship as Growth: Growth as Entrepreneurship. In M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp & D. L. Sexton (Eds.), *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset* (pp. 328-340). Oxford: Blackwell
- Davie, G. (2013). *The sociology of religion: A critical agenda*. Sage.
- De Bondt, W. F., Muradoglu, Y. G., Shefrin, H., & Staikouras, S. K. (2008). Behavioral finance: Quo vadis?. *Journal of Applied Finance (Formerly Financial Practice and Education)*, 18(2).
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate cultures* (pp. 110-134). Reading, MA: Addison Wesley.

- Deegalle, M. (2016). Greed and acquisition as impediments for economic justice: instrumentality of wealth creation for a Buddhist vision of a fairer society. *Dialogue*, 42, 218-241.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & McGee, J. E. (1999). Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process: Suggested research directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(3), 85-102.
- Di Zhang, D., & Bruning, E. (2011). Personal characteristics and strategic orientation: entrepreneurs in Canadian manufacturing companies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Dijkhuizen, J., Gorgievski, M., van Veldhoven, M., & Schalk, R. (2018). Well-being, personal success and business performance among entrepreneurs: A two-wave study. *Journal of Happiness Studies*, 19(8), 2187-2204.
- Dilmaghani, M. (2011). Religiosity, human capital return and earnings in Canada. *International Journal of Social Economics*, 39(1/2), 55-80.
- Dodd, S. D., & Seaman, P. T. (1998). Religion and enterprise: An introductory exploration. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(1), 71-86.
- Dogan, N. (2015). The intersection of entrepreneurship and strategic management: strategic entrepreneurship. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 195, 1288-1294.
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., Sunde, U., Schupp, J., & Wagner, G. G. (2011). Individual risk attitudes: Measurement, determinants, and behavioral consequences. *Journal of the European Economic Association*, 9(3), 522-550.
- Du, X. (2014). Does religion mitigate tunneling? Evidence from Chinese Buddhism. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 299-327.
- Du, X., Jian, W., Zeng, Q., & Chang, Y. (2016). Religious influence, blockholder ownership, and corporate over-investment: evidence from Chinese Buddhism. *China Journal of Accounting Studies*, 4(2), 109-142.
- Dukes, S. (1984). Phenomenological methodology in the human sciences. *Journal of religion and health*, 23(3), 197-203.
- Durkheim, E. (1897). 1951. *Suicide: A study in sociology*.
- Dutton, E., & Lynn, R. (2014). Intelligence and religious and political differences among members of the US academic elite. *Interdisciplinary Journal of Research on Religion*, 10. (<http://www.religjournal.com/pdf/ijrr10001.pdf>).
- El Ghouli, S., Guedhami, O., Ni, Y., Pittman, J., & Saadi, S. (2012). Does religion matter to equity pricing?. *Journal of Business Ethics*, 111(4), 491-518.
- Emami-Langroodi, F. (2017). Schumpeter's theory of economic development: a study of the creative destruction and entrepreneurship effects on the economic growth. Available at SSRN 3153744.
- Eroglu, O., & Picak, M. (2011). Entrepreneurship, National Culture and Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, 2(16), 146-151.

- Fairholm, G. W. (1996). Spiritual leadership: Fulfilling whole-self needs at work. *Leadership & Organization Development Journal*, 17(5), 11-17.
- Fama, E. F. (1965). The behavior of stock-market prices. *The Journal of Business*, 38(1), 34-105.
- Fang, H., Randolph, R. V. D. G., Chrisman, J. J., & Barnett, T. (2013). Firm religiosity, bounded stakeholder salience, and stakeholder relationships in family firms. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 10(3), 253-270.
- Fatchan, A. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif 10 Langkah Penelitian Kualitatif Pendekatan Konstruksi dan Fenomenologi*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Fatchan, H. A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Jengala Pustaka Utama.
- Fauchart, E., & Gruber, M. (2011). Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957.
- Fellowship, V. (2005). Vipassana fellowship.
- Ferguson, T. W., Dougherty, K. D., & Neubert, M. J. (2014). Religious orthodoxy and entrepreneurial risk-taking. *Sociological Focus*, 47(1), 32-44.
- Fernando, M. (2005). Religion's Influence on Decision-making: Evidence of Influence on the Judgment, Emotional and Motivational Qualities of Sri Lankan Leaders' Decision-Making, *21st European Group of Organization Studies (EGOS) Colloquium*. Freie Universität Berlin, Berlin, Germany pp. 1-17
- Fernando, M. (2007). *Spiritual leadership in the entrepreneurial business: A multifaith study*. Edward Elgar Publishing.
- Fernando, M., & Jackson, B. (2006). The influence of religion-based workplace spirituality on business leaders' decision-making: An inter-faith study. *Journal of Management & Organization*, 12(1), 23-39.
- Ferreira, M. P., Reis, N. R., & Miranda, R. (2015). Thirty years of entrepreneurship research published in top journals: analysis of citations, co-citations and themes. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1), 1-22.
- Fersi, M. A. R. W. A., & Boujelbéne, M. O. U. N. A. (2017). Capital structure decisions of microfinance institutions and managerial behavioral biases: A survey and future directions. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 6(1), 70-89.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2014). Evaluating entrepreneurs' perception of success: Development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Flammer, C., & Bansal, P. (2017). Does a long-term orientation create value? Evidence from a regression discontinuity. *Strategic Management Journal*, 38(9), 1827-1847.
- Fletcher, D. E. (2006). Entrepreneurial processes and the social construction of opportunity. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(5), 421-440.

- Frost, P. J., Moore, L. F., Louis, M. R. E., Lundberg, C. C., & Martin, J. E. (1985). *Organizational culture*. Sage Publications, Inc.
- Fry, G. W. (1994). The Buddhist Entrepreneur. *anaSoutheast Asia*, 323.
- Games, D., Soutar, G., & Sneddon, J. (2020). Personal values and SME innovation in a Muslim ethnic group in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Garber, E. (2001). How can theory inform knowing and teaching about art? In P. Duncum, & T. Bracey (Eds.). *On knowing: Art and visual culture* (pp. 99–114). Christchurch: Canterbury University Press
- Garna, J. K. (1999). Research Method of Qualitative Approach.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Liao, J. (2008). Opportunities as attributions: Categorizing strategic issues from an attributional perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 301-315.
- Garud, R., & Karnøe, P. (2001). Path creation as a process of mindful deviation. *Path dependence and creation*, 138.
- Gerschenkron, A. (1962). *Economic backwardness in historical perspective: a book of essays* (No. 330.947 G381). Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.
- Gill, A., & Mathur, N. (2018). Religious beliefs and the promotion of socially responsible entrepreneurship in the Indian agribusiness industry. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 8(1), 201-218.
- Gill, A., Mand, H. S., Obradovich, J., & Mathur, N. (2015). Factors affecting ethical sources of external debt financing for Indian agribusiness firms. *Corporate Ownership and Control*, 13(1), 435-445.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2010). *Principles of Managerial Finance 13th Edition*. United State of America: Pearson Prentice Hall.
- Glaser, M., Nöth, M., & Weber, M. (2004). Behavioral finance. *Blackwell handbook of judgment and decision making*, 527-546.
- Gnizy, I., E. Baker, W., & Grinstein, A. (2014). Proactive learning culture: A dynamic capability and key success factor for SMEs entering foreign markets. *International Marketing Review*, 31(5), 477-505.
- Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology: An International Review*, 65(3), 437–468.
- Gorgievski, M. J., Ascalon, M. E., & Stephan, U. (2011). Small business owners' success criteria, a values approach to personal differences. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 207-232.
- Gorski, P., Kim, D. K., Torpey, J., & VanAntwerpen, J. (Eds.). (2012). *The post-secular in question: Religion in contemporary society* (Vol. 7). NYU Press.
- Gotsis, G., & Grimani, K. (2017). The role of spiritual leadership in fostering inclusive workplaces. *Personnel Review*, 46(5), 908–935.

- Granovetter, M. (2000). The economic sociology of firms and entrepreneurs. *Entrepreneurship: The social science view*, 244-275.
- Gray, C.(1998). *Enterprise and Culture*. Routledge. London.
- Griebel, J., Park, J., & Neubert, M. (2014). Faith and work: An exploratory study of religious entrepreneurs. *Religions*, 5(3), 780-800.
- Gullestrup, H. (2003). The Challenges facing the international managers in the future. In *International conference: Globalisation, Internationalisation of Companies and Cross-cultural Management, Comwell Rebild Bakker, Aalborg, Denmark, October* (pp. 27-29).
- Gursoy, D., Altinay, L., & Kenebayeva, A. (2017). Religiosity and entrepreneurship behaviours. *International Journal of Hospitality Management*, 67, 87-94.
- Habermas, J. (2008). *Between naturalism and religion: Philosophical essays*. Polity.
- Hakala, H. (2010). Configuring out strategic orientation.
- Hakala, H. (2011). Strategic orientations in management literature: Three approaches to understanding the interaction between market, technology, entrepreneurial and learning orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199-217.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193-206.
- Hammami, F. and Abaoub, E. (2010). Lunar Phases, Investor Mood, And The Stock Market Return: Evidence From The Tunisian Stock Exchange. *Global Journal Of Finance And Management*, 2, (1): 1-18.
- Hansen, A. (2008). Modernism and morality in colonial Cambodia. *People of virtue: Reconfiguring religion, power and moral order in Cambodia today*, 35-61.
- Hansen, S. S. (2008). *Ikhtisar Ajaran Buddha*. Yogyakarta: InSight.
- Harrigan, K. R. (1983). Research methodologies for contingency approaches to business strategy. *Academy of Management Review*, 8(3), 398-405.
- Harrison, J. A. (1972). *The Chinese Empire* (Vol. 83). Houghton Mifflin Harcourt P.
- Hartsfield, S., Johansen, D., & Knight, G. (2008). Entrepreneurial orientation, strategy, and marketing capabilities in the performance of born global firms. *International Business: Research, Teaching and Practice*, 2(1), 12-38.
- Hasan, I., Kobeissi, N., Wang, H., & Zhou, M. (2015). Banking structure, marketization, and small business development: regional evidence from China. *Pacific Economic Review*,
- Hassan, I. S., Salleh, A., Saad, M., Krauss, S. E., & Mohammed, M. O. (2015). Exploring the lived experiences of high-performance micro entrepreneurs in Malaysia: a hermeneutic approach. *Social Science Asia*, 1(3), 60-72. 20(3), 487–510

- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(4), 33-52.
- Heaton, J. B. (2002). Managerial optimism and corporate finance. *Financial management*, 33-45.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Hidayat, C., Suryana, Y., Afif, F., & Cahyandito, M. F. (2016). The relationship of entrepreneurial and market orientation, marketing mix, and business performance. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV, 9, 611-622.
- Hilary, G., & Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America?. *Journal of financial economics*, 93(3), 455-473.
- Hilgert, M.A., Hogarth, J., & Beverly, S.G. (2003). Household financial management: the connection between knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 89, 309-322.
- Hill, N. J., Perkins, S., & White, J. (2015). The influence of religion on becoming an entrepreneur in the United States. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 21(2), 15.
- Hill, P.C., Pargament, K., Hood, R.W., McCullough, M.E., Swyers, J.P., Larson, D.B., Zinnbauer, B.J. (2000). Conceptualizing religion and spirituality: points of commonality, points of departure. *J.Theory Soc. Behav.* 30, 51–77.
- Hill, R. C., & Levenhagen, M. (1995). Metaphors and mental models: Sensemaking and sensegiving in innovative and entrepreneurial activities. *Journal of Management*, 21(6), 1057-1074.
- Hill, T. D., Burdette, A. M., Ellison, C. G., & Musick, M. A. (2006). Religious attendance and the health behaviors of Texas adults. *Preventive medicine*, 42(4), 309-312.
- Hitt, M. A., Ahlstrom, D., Dacin, M. T., & Levitas, E. (2001). The economic and institutional context of international strategic alliance partner selection: China vs. Russia. In *Academy of Management meetings, August, Washington, DC*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2002). Strategic entrepreneurship: Integrating entrepreneurial and strategic management perspectives. *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, 1, 16.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., and Sexton, D. L. (2001a). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22 (special issue): 479–91.
- Hodgetts, R. M., Luthans, F., & Lee, S. M. (1994). New paradigm organizations: From total quality to learning to world-class. *Organizational Dynamics*, 22(3), 5-19.
- Hofstede, G. (1991). *Organizations and cultures: Software of the mind*. McGrawHill, New York.

- Hogg, M. A., & Reid, S. A. (2006). Social identity, self-categorization, and the communication of group norms. *Communication theory*, 16(1), 7-30.
- Hogg, M. A., Terry, D. J., & White, K. M. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 58, 255–269.
- Hoopes, D. G., Madsen, T. L., & Walker, G. (2003). Guest editors' introduction to the special issue: why is there a resource-based view? Toward a theory of competitive heterogeneity. *Strategic management journal*, 24(10), 889-902.
- Howell, D. C. (2003). Encyclopedia of statistics in behavioral science. Volume, 3, 1570-1579.
- Hu, Jian, (2009), Does Weather Matter?, Departemental *Working Paper*, Department of Economic, Southern Methodist University, No.0809. pp. 1-24.
- Ibrahim, N.A., et al., 1991. Characteristics and practices of “Christian-based” companies. *Journal of business ethics*, 10 (2), 123–132
- Ireland, R. D., Covin, J. G., & Kuratko, D. F. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 19-46.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Simon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963-989.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create enterprise wealth. *Academy of Management Executive*, 15(1), 49-64.
- Jamal, A. (2005). Playing to win: an explorative study of marketing strategies of small ethnic retail entrepreneurs in the UK. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(1), 1- 13.
- Jamal, A., & Sharifuddin, J. (2015). Perceived value and perceived usefulness of halal labeling: The role of religion and culture. *Journal of Business research*, 68(5), 933-941.
- James, S.P. (2004). *Zen Buddhism and Environmental Ethics*. Hampshire, England: Ashgate.
- Jansson, E. (2002). *Entrepreneurship: a path of creation*. working paper, UIC Institute for Entrepreneurial Studies, Chicago, IL.
- Jayawarnu, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2011) Entrepreneur motivations and life course, *International Business Journal*, Vol.31 (1), pp. 34-56
- Jiang, F., Jiang, Z., Kim, K. A., & Zhang, M. (2015). Family-firm risk-taking: does religion matter?. *Journal of Corporate Finance*, 33, 260-278.
- Joyner, B. E., Payne, D., & Raiborn, C. A. (2002). Building values, business ethics and corporate social responsibility into the developing organization. *Journal of developmental entrepreneurship*, 7(1), 113.

- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Kalliny, M., & Hausman, A. (2007). The impact of cultural and religious values on consumer's adoption of innovation. *Academy of Marketing Studies Journal*, 11(1), 125-136.
- Karimi, P., Kloshani, M., & Bakhshizadeh, A. (2012). A comparative study on emotional intelligence and cognitive between successful and unsuccessful entrepreneurs. *Management Science Letters*, 2(6), 2071–2076.
- Katz, J. A. (1995). Modelling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations. *Entrepreneurship theory and practice*, 19(2), 23-39.
- Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of management review*, 13(3), 429-441.
- Kauanui, S., Thomas, K. D., Sherman, C. L., & Waters, G. R. (2008). Entrepreneurship and Spirituality An Exploration Using Grounded Theory. In *ICSB World Conference Proceedings* (p. 1). International Council for Small Business (ICSB).
- Kelley, J. & DeGraaf, N.D. (1997). National context, parental socialization, and religious belief: Results from 15 nations. *American Sociological Review*, 1997, 62, 639–59.
- Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P., & Watson, B. (2003). Situational factors and entrepreneurial intentions. In *Proceedings of the 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand* (pp. 1-12). Small Enterprise Association of Australia and New Zealand.
- Keown, D. (1996). Karma, character, and consequentialism. *The Journal of Religious Ethics*, 329-350.
- Ketola, T., Siwar, C. and Hossain, T. (2009). An analysis of Islamic CSR concept and the opinions of Malaysian managers. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20(3), 290-298.
- King-Kauanui, S., Thomas, K. D., & Waters, G. R. (2005). Entrepreneurship and spirituality: integration of spirituality into the workplace. *Journal of management, spirituality & religion*, 2(2), 255-274.
- Kinjerski, V. M., & Skrypnek, B. J. (2004). Defining spirit at work: Finding common ground. *Journal of organizational change management*, 17(1), 26-42.
- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?. *Education+ training*.
- Kirca, A. H., Jayachandran, S., & Bearden, W. O. (2005). Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. *Journal of marketing*, 69(2), 24-41.
- Klein, J. (2002). Beyond competitive advantage. *Strategic Change*, 11(6), 317.
- Klein, P. G., Barney, J. B., & Foss, N. J. (2012). Strategic entrepreneurship. Available at SSRN 2137050.

- Kong, S. H. (2003). A portrait of Chinese enterprise through the lens of organizational culture. *Asian Academy of Management Journal*, 8(1), 83-102.
- Kotter, J.P. and Heskett, J.L. (1992). *Corporate Culture and Performance*. The Free Press, New York.
- Kovács, G. (2014). The theoretical foundation of Buddhist management practices. *Journal of Management Development*, 33(8/9), 751-762.
- Kraus, S., & Kauranen, I. (2009). Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes?. *International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM)*, 4(1), 37-50.
- Kraus, S., Harms, R., & Schwarz, E. J. (2006). Strategic planning in smaller enterprises - New empirical findings. *Management Research News*, 29(6), 334-344.
- Kruger, M. P., & Hanson, B. J. (1999). A value-based paradigm for creating truly healthy organizations. *Journal of Organizational Change Management*, 12(4), 302-317.
- Kruger, M., & Seng, Y. (2005). Leadership with inner meaning: A contingency theory of leadership based on the worldviews of five religions. *The leadership quarterly*, 16(5), 771-806.
- Krishnakumar, S., & Neck, C. P. (2002). The “what”, “why” and “how” of spirituality in the workplace. *Journal of managerial psychology*, 17 (3), 153–164.
- Kuncoro, M. (2000). Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. *Sumber*, 7, 6-8.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Naffziger, D. W. (1997). An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 24–33.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2005). A Model of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behavior. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(6), 699- 716.
- Kwak, H., Jaju, A., Puzakova, M., & Rocereto, J. F. (2013). The connubial relationship between market orientation and entrepreneurial orientation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(2), 141-162.
- Lama, D., & Thupten, J. (1995). *The power of compassion*. New Delhi, India: HarperCollins.
- Lavoie, D. (1991). The discovery and interpretation of profit opportunities: culture and the Kirznerian entrepreneur, in Berger, B. (ed.), *The Culture of Entrepreneurship* (San Francisco, CA: ICS Press).pp. 33–51.
- Lee, C., Lee, K., & Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: a study on technology-based ventures. *Strategic management journal*, 22(6-7), 615-640.
- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of world business*, 35(4), 401-416.

- Leedy, P. D. (1997). *Practical Research Planning and Design* (6 ed.). New Jersey: Simon and Schuster
- Levie, J. (2007). Immigration, in-migration, ethnicity and entrepreneurship in the United Kingdom. *Small Business Economics*, 28(2-3), 143-169.
- Levinson, J. D., & Peng, K. (2007). Valuing cultural differences in behavioral economics. *ICFAI journal of behavioral finance*, 4, 32-47.
- Li, C., Xu, Y., Gill, A., Haider, Z. A., & Wang, Y. (2019). Religious beliefs, socially responsible investment, and cost of debt: Evidence from entrepreneurial firms in India. *Emerging Markets Review*, 38, 102-114.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Qualitative inquiry*. Thousand Oaks, CA.
- Lindlof, T. R. (1995). Introduction to qualitative communication studies. *Qualitative communication research methods*.
- Lipset, S. M. (2000). Values and entrepreneurship in the Americas. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Lipset, S. M. (2017). *The first new nation: The United States in historical and comparative perspective*. Routledge.
- Lisnawati, D., & Ahman, H. E. (2019). Relationship between Entrepreneurial Characteristics from Islamic Perspective and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses (A Study of SMEs in Indonesia). *KnE Social Sciences*, 576-593.
- Liu, J., & Wilson, J. A. (2011). The impact of culture and religion on leadership and management training: a comparison of three continents. *Jurnal Pengurusan*, 33, 29-36.
- Liu, Z., Xu, Z., Zhou, Z., & Li, Y. (2019). Buddhist entrepreneurs and new venture performance: The mediating role of entrepreneurial risk-taking. *Small Business Economics*, 52(3), 713-727.
- Lo, M. C., Wang, Y. C., Wah, C. R. J., & Ramayah, T. (2016). The critical success factors for organizational performance of SMEs in Malaysia: a partial least squares approach. *Revista brasileira de gestão de negócios*, 18, 370-391.
- López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., Aparicio-García, M. E., & Díaz-Ramiro, E. M. (2020). Are entrepreneurs born or made? The influence of personality. *Personality and Individual Differences*, 154, 109699.
- Lorenzo, J. R. F., Rubio, M. T. M., & Garcés, S. A. (2018). The competitive advantage in business, capabilities and strategy. What general performance factors are found in the Spanish wine industry?. *Wine Economics and Policy*, 7(2), 94-108.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139-161.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of business venturing*, 16(5), 429-451.
- Machmud, A., & Hidayat, Y. M. (2020). Characteristics of Islamic entrepreneurship and the business success of SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(2), 1-16.
- Mair, J., & Noboa, E. (2005). How intentions to create a social venture are formed: a case study.
- Margaret, M. Poloma, 2004. Contemporary Sociological Theory.
- Marques, J. (2012). Consciousness at work: A review of some important values, discussed from a Buddhist perspective. *Journal of Business Ethics*, 105(1), 27–40.
- Mason, L., & Boscolo, P. (2002). Interpreting controversy: Epistemological thinking and critical reading and writing on a 'hot'science topic. In *conference on philosophical, psychological, and linguistic foundations for language and science literacy research*, Victoria, British Columbia, Canada.
- Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F., & Cappelletto, R. (2015). Understanding the impact of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. The role of the financing structure. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1649-1661.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty* (Vol. 284). Harvard Business Press.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (1993). *Research in education: A conceptual understanding*. New York: Harper Collins.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152.
- Meagher, R. R. (2009). Observer ratings: Validity and value as a tool for animal welfare research. *Appl. Anim. Behav. Sci.* 119, 1-14.
- Menguc, B., & Auh, S. (2008). The asymmetric moderating role of market orientation on the ambidexterity–firm performance relationship for prospectors and defenders. *Industrial Marketing Management*, 37(4), 455-470.
- Menoh, G. A. (2015). Agama dalam Ruang Publik: Hubungan antara Agama dan Negara dalam Masyarakat Postsekuler Menurut Jurgen Habermas (Doctoral dissertation, Driyarkara School of Philosophy).
- Merriam, S. B. (2002). Introduction to qualitative research. *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*, 1(1), 1-17.
- Meyer, G. D., Heppard, K. A., & Heppard, K. A. (Eds.). (2000). *Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge*. Sage.

- Meyer, G. Dale, Neck, Heidi M., Meeks, Michael D. (2002), "The entrepreneurship – strategic management interface", in Hitt, M.A., Ireland R.D., Camp, M., & Saxon, D.L. (Eds)., *Strategic Entrepreneurship*, Blackwell Publishers Ltd, Oxford, UK, pp. 19-44.
- Miles, J. A. (2012). *Management and organization theory: A Jossey-Bass reader* (Vol. 9). John Wiley & Sons.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Drawing valid meaning from qualitative data: Toward a shared craft. *Educational researcher*, 13(5), 20-30.
- Millan, J. M., Congregado, E., Roman, R., Praag, M. V., & Stel, A. V. (2013) The value of an educated population for an individual's entrepreneurship success, *Journal of Business Venturing*, Vol. 38 (2), pp.301-331
- Miller J G (1984), Culture and the Development of Everyday Social Explanation, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 46, pp. 961-978.
- Miller, A. S., & Hoffman, J. P. (1995). Risk and religion: An explanation of gender differences in religiosity. *Journal of the Scientific Study of Religion*, 34, 63–75
- Miller, D. & Friesen, P.H. (1978). Archetypes of strategy formulation. *Management Science*, 24(9), 921–933.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Miller, D. W., & Ewest, T. (2013). Rethinking the impact of religion on business values: Understanding its reemergence and measuring its manifestations. In *Dimensions of Teaching Business Ethics in Asia* (pp. 29-38). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Miller, D. W., Ewest, T., & Neubert, M. J. (2019). Development of the integration profile (TIP) faith and work integration scale. *Journal of Business Ethics*, 159(2), 455-471.
- Miller, D., and Friesen, P. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic management journal*, 3(1), 1-25.
- Miller, D., and Friesen, P. H. (1983), 'Strategy making and environment: the third link', *Strategic Management Journal*, Vol 4, pp 221–235.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 93-104.
- Mitroff, I. I., and Denton, E. A. (1999). *A spiritual audit of corporate America: A hard look at spirituality, religion, and values in the workplace* (Vol. 140, pp. 257-263). San Francisco: Jossey-Bass Publishers
- Mitroff, I.I. 2(003). Do not promote religion under the guise of spirituality. *Organization*, 10 (2), 375–382..
- Modigliani, F., and Miller, M. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of finance. *American Economic Review*, 48(3), 291-297.

- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet. XI. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif, cetakan ketujuh belas. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.*
- Monsen, E., & Wayne Boss, R. (2009). The impact of strategic entrepreneurship inside the organization: Examining job stress and employee retention. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 71-104.
- Morris, M., & Schindehutte, M. (2005). Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: An examination of six subcultures. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 453-479.
- Morrison, A. (2006). A contextualisation of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(4), 192-209.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods.* Sage publications.
- Mukti, K. W. (2003). *Wacana Buddha Dhamma. Jakarta: Yayasan Dharma Pembangunan.*
- Myers, S. C. (1984). The capital structure puzzle. *The journal of finance*, 39(3), 574-592.
- Nair, K. R. G., & Pandey, A. (2006). Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *The Journal of Entrepreneurship*, 15(1), 47-61.
- Namatovu, R., Dawa, S., Adewale, A., & Mulira, F. (2018). Religious Beliefs and Entrepreneurial Behaviors in Africa: A Case Study of the Informal Sector in Uganda. *Africa Journal of Management*, 4(3), 259-281.
- Neal, J. (2005). Spirituality in the workplace. *Studies in spirituality*, 15(0), 267-281.
- Neal, J. A. (1997). Spirituality in management education: A guide to resources. *Journal of management education*, 21(1), 121-139.
- Neck, C. P., & Milliman, J. F. (1994). Thought self-leadership: Finding spiritual fulfillment in organizational life. *Journal of managerial psychology*, 9(6), 9-16.
- Neubert, M. J., Bradley, S. W., Ardianti, R., & Simiyu, E. M. (2017). The role of spiritual capital in innovation and performance: Evidence from developing economies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(4), 621-640.
- Neuman, W.L. (2006) *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches.* Boston: Pearson
- Nieswiadomy, R. M. (2002). *Foundations of nursing research.* 4th Ed. Pearson Education Inc, New Jersey
- Nishii, L. H., & Rich, R. E. (2014). *Creating inclusive climates in diverse organizations. In Diversity at work: The practice of inclusion* (pp. 330-363). San Francisco: Jossey-Bass
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance.* Cambridge: Cambridge University Press

- Nwankwo, S., & Gbadamosi, A. (2013). Faith and entrepreneurship among the British African-Caribbean: Intersections between religious and entrepreneurial values. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(3), 618-633.
- O'Brien, T. L., & Noy, S. (2015). Traditional, modern, and post-secular perspectives on science and religion in the United States. *American Sociological Review*, 80(1), 92-115.
- Obadia, L. (2011). Is Buddhism like a hamburger? Buddhism and the market economy in a globalized world. In *The Economics of Religion: Anthropological Approaches*. Emerald Group Publishing Limited.
- Okawa, R. (2004). *The Challenge of the Mind: A Practical Approach to the Essential Buddhist Teaching of Karma* (p. 192). Little, Brown Book Group.
- Onkelinx, J., Manolova, T. S., & Edelman, L. F. (2016). Human capital and SME internationalization: Empirical evidence from Belgium. *International Small Business Journal*, 34(6), 818-837.
- Pace, S. (2013). Does religion affect the materialism of consumers? An empirical investigation of Buddhist ethics and the resistance of the self. *Journal of Business Ethics*, 112(1), 25-46.
- Pargament, K. I. (1997). The psychology of religion and coping: Theory, Research. *Practice*, 1.
- Parsons, Talcott, and Neil Smelser. (1957). *Economy and Society*. London: Routledge & Kegan-Paul
- Payne, S. (2010). Leadership and spirituality: business in the USA. *International Journal of Leadership in Public Services*, 6 (2), 68-72.
- Payutto, P., & Evans, B. (1994). Buddhist economics--a middle way for the market place.
- Peñaloza L., & Gilly, M. C. (1999). Marketer acculturation: The changer and the changed. *Journal of Marketing*, 63(3), 84-104.
- Peteraf, M. A., & Barney, J. B. (2003). Unraveling the resource-based tangle. *Managerial and decision economics*, 24(4), 309-323.
- Pinho, J. C., & de Sá, E. S. (2014). Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance: Some empirical evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Poerwanto, I., Hussein, A. S., & Prabandari, S. P. (2022). Market orientation and innovation on corporate performance: A study of food and beverage sector SMEs in Surabaya. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 11(3), 27-32.
- Polkinghorne, D. E. (1989). Phenomenological research methods. In *Existential-phenomenological perspectives in psychology* (pp. 41-60). Springer, Boston, MA.
- Poloma, M.M. (2004). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Powell, E. E., & Baker, T. (2014). It's what you make of it: Founder identity and enacting strategic responses to adversity. *Academy of Management Journal*, 57(5), 1406-1433.
- Powell, E. E., & Baker, T. (2017). In the beginning: Identity processes and organizing in multi-founder nascent ventures. *Academy of Management Journal*, 60(6), 2381-2414.
- Pretorius, M. (2009). Defining business decline, failure and turnaround: A content analysis. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 2(1), 1–16.
- Quatro, S. A. (2002). *Organizational spiritual normativity as an influence on organizational culture and performance in Fortune 500 firms*. Iowa State University.
- Rahayu, M. (2013). *Dinamika Strategik Wirausahawan Tionghwa*. Universitas Brawijaya Press.
- Ramachandran, J., Mukherji, S., & Sud, M. (2006). Strategic entrepreneurship in a globalising economy: evidence from emerging economies. *IIMB Management Review*, 28(3), 291-302.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 761-787.
- Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. *Academy of management journal*, 49(3), 433-458.
- Reichenbach, B. (1990). *The law of karma: A philosophical study*. Springer.
- Reid, M., Roumpi, D., & O'Leary-Kelly, A. M. (2015). Spirited women: The role of spirituality in the work lives of female entrepreneurs in Ghana. *Africa Journal of Management*, 1(3), 264-283.
- Reijonen, H., & Komppula, R. (2007). Perception of success and its effect on small firm performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14, 689–701.
- Renneboog, L., & Spaenjers, C. (2012). Religion, economic attitudes, and household finance. *Oxford Economic Papers*, 64(1), 103-127.
- Retsikas, K. (2017). The gift of future time: Islamic welfare and entrepreneurship in 21st century Indonesia. *South East Asia Research*, 25(3), 284-300.
- Reynolds, P. D. (1992). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 47-70.
- Reynolds, P., & Miller, B. (1992). New firm gestation: Conception, birth, and implications for research. *Journal of business venturing*, 7(5), 405-417.
- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What is behavioral finance?. *Business, Education & Technology Journal*, 2(2), 1-9.

- Right Livelihood Association (2005), "The Right Livelihood awards", available at: [www. rightlivelihood.org](http://www.rightlivelihood.org)
- Rinpoche, T. T. (1994). *Hidden Teachings of Tibet_ An Explanation of the Terma Tradition of Tibetan Buddhism*.
- Ritter, Jay R. 2003. Behavioral Finance. *Pacific-Basin Finance Journal*, 11: 429-437
- Robbins, S. P. (1996). *Organizational Behavior: Concepts, Controversies, Applications (7th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Rokeach, M. (1969). Part II. Religious values and social compassion. *Review of Religious Research*, 24-39.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Free press.
- Roman, M., & Goschin, Z. (2011). Does religion matter? Exploring economic performance differences among Romanian emigrants. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 10(30), 183-212.
- Ronen, S., & Shenkar, O. (2013). Mapping world cultures: Cluster formation, sources and implications. *Journal of International Business Studies*, 44(9), 867-897.
- Ruef, M., & Lounsbury, M. (2007). *Introduction: The sociology of entrepreneurship*. Emerald Group Publishing Limited..
- Rumelt, R. P. (1982). Diversification strategy and profitability. *Strategic management journal*, 3(4), 359-369.
- Sam, Y. T., Geetha, C., & Mohidin, R. (2012). What were the factors that influence financial management behavior of undergraduates. *International Journal of Business Trends and Technology*, 2(1), 2249-0183.
- Sangasumana, P. (2019). The Buddhist perspective on measuring wellbeing and happiness in sustainable development. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 243-248.
- Sanz-Velasco, S. A. (2006). Opportunity development as a learning process for entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Sarantakos, S. (1995). *Social Research*. Third Edition. Hongkong: Typeset Gallery
- Schein E. (1999). *The corporate culture survival guide*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Schein, E. H. (1990). *Organizational culture* (Vol. 45, No. 2, p. 109). American Psychological Association.
- Schein, E.H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. 3rd Edition, Jossey-Bass, San Francisco. Psychology (pp. 1–66). San Diego, CA: Academic Press.
- Scheler, M. (1954). *The Nature of Sympathy*, translated by Peter Heath. *Routledge and Kegan Paul Ltd, Broadway House, London*.

- Schroeder, J. W. (2004). *Skillful means: The heart of Buddhist compassion* (Vol. 54). Motilal Banarsidass Publ..
- Schumacher, E. F. (1973). *Small is beautiful: a study of economics as if people really mattered*. Blond & Briggs.
- Schumpeter, J. A. (1934). Change and the Entrepreneur. *Essays of JA Schumpeter*, 4(23), 45-91.
- Schumpeter, J.A. (1942). Creative destruction. *Capitalism, socialism and democracy*, 825, 82-85.
- Schumpeter, J. A. (1936). *The Theory of Economic Development*. Harvard Press. Cambridge, MA.
- Schuyler, K. G. (Ed.). (2012). *Inner Peace Global Impact: Tibetan Buddhism, Leadership, and Work*. IAP.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25, pp. 1-65). Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online readings in Psychology and Culture*, 2(1), 2307-0919.
- Schwenk, C. R., & Shrader, C. B. (1993). Effects of formal strategic planning on financial performance in small firms: a meta-analysis. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(3), 53-64. Sexton
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and organizations* (Vol. 2). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*.
- Selznick, P. (1984) *Leadership in Administration: A Sociological Interpretation*, rev. edn. Berkeley, CA: University of California Press (1st edn 1947).
- Şen, M., & Oruç, E. (2009). Behavioral dimension of cross-sectoral capital structure decisions: ISE (Istanbul stock exchange) application. *International Research Journal of Finance and Economics*, 28(1), 33-41.
- Seng, A. W. (2006). *Rahsia bisnes orang Cina*. PTS Professional.
- Shane, S., & Cable, D. (2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 48(3), 364– 381.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Sharma, P. and Chrisman, J. J. 1999. Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3): 11–27.

- Shaw, E., & Conway, S. (2000). Networking and the small firm. *Enterprise and small business*, 367-383.
- Shefrin, H., & Statman, M. (1994). Behavioral capital asset pricing theory. *Journal of financial and quantitative analysis*, 29(3), 323-349.
- Shefrin, H., & Statman, M. (2000). Behavioral portfolio theory. *Journal of financial and quantitative analysis*, 35(2), 127-151.
- Shefrin, Hersh (2000). *Beyond Greed and Fear*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Shen, C. Y., & Midgley, G. (2007). Toward a Buddhist systems methodology 1: Comparisons between Buddhism and systems theory. *Systemic Practice and Action Research*, 20(3), 167-194.
- Shete, M., & Garcia, R. J. (2011). Agricultural credit market participation in Finoteselam town, Ethiopia. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1(1), 55-74.
- Shiller, R. J. (1995). Conversation, information, and herd behavior. *The American economic review*, 85(2), 181-185.
- Shweder R A (1990), Cultural Psychology - What Is It, in Stigler, J W, Shweder, R A and Herdt, G (eds.), *Cultural Psychology: Essays on Comparative Human Development*, pp. 1-43, Cambridge University Press, New York
- Silk, M. (2007). Defining religious pluralism in America: A regional analysis. *The ANNALS of the American academy of political and social science*, 612(1), 62-81.
- Singgih, Marga. (2017). *Tridharma Selayang Pandang*. Jakarta: Perkumpulan Tridharma
- Smallbone, D., & Wyer, P. (2000). Growth and development in the small firm. *Enterprise and small business*, 100-126.
- Smith, B. R., Conger, M. J., McMullen, J. S., & Neubert, M. J. (2019). Why believe? The promise of research on the role of religion in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00119.
- Smith, B. R., Kistruck, G. M., & Cannatelli, B. (2016). The impact of moral intensity and desire for control on scaling decisions in social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 677-689.
- Smith, B., Meyskens, M., & Wilson, F. (2014). Should We stay or should we go? 'Organizational' relational identity and identification in social venture strategic alliances. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(3), 295-317.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M.,(2009) Interpretative Phenomenological Analysis. Theory, Method and Research. *Qualitative Research in Psychology*, 6(4), 346-347.
- Spradley, J. P. (1980). Doing participant observation. *JP Spradley, Participant observation*, 53, 84.
- Stark, R., & Finke, R. (2000). *Acts of faith: Explaining the human side of religion*. Univ of California Press.

- Stevenson, H., & Jarillo, C. (1990). A paradigm of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 3, 45-57.
- Stokes, D., Wilson, N., & Wilson, N. (2010). *Small business management and entrepreneurship*. Cengage Learning EMEA.
- Storey, D.J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. Routledge, London.
- Subadi, T. (2006). Metode Penelitian Kualitatif.
- Sulung, L. A. K., Putri, N. I. S., Robbani, M. M., & Ririh, K. R. (2020). Religion, Attitude, and Entrepreneurial Intention in Indonesia. *The South East Asian Journal of Management*, 14(1), 44-62..
- Sun, L.P. (1996). Guanxi, social relationship and social structure. *Sociological Studies*, 5: 20–30 (in Chinese).
- Sunarko, A. (2010). Dialog Teologis dengan Jurgen Habermas. *dalam Dialektika sekularisasi: Diskusi Habermas-Ratzinger, by Paul Budi Kleden and A. Sunarko*, 57-121.
- Tajfel, H. (1972). Some developments in European social psychology. *European Journal of Social Psychology*, 2(3), 307–321.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56(65), 9780203505984-16.
- Tayeb, M. (2003). International management: theories and practices
- Tideman, S. G. (2016). Gross national happiness: lessons for sustainability leadership. *South Asian Journal of Global Business Research*, 5(2), 190-213.
- Triandis H C (1995). *Individualism and Collectivism*. Westview Press.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *science*, 185(4157), 1124-1131.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- Uy, A. O. O. (2011). What motivates entrepreneurs? A study of the value systems of Filipino entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurship*, 15, 73.
- Valliere, D. (2008). Exploring Buddhist influence on the entrepreneurial decision. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(3), 172-191.
- Van de Ven, A. H., & Poole, M. S. (1995). Explaining development and change in organizations. *Academy of management review*, 20(3), 510-540.

- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29, 351–382
- Vaznyte, E., & Andries, P. (2019). Entrepreneurial orientation and start-ups' external financing. *Journal of Business Venturing*, 34(3), 439-458.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *The international entrepreneurship and management journal*, 1(2), 165-182.
- Venkataraman S. (1997), The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective, In Katz J. et Brockhaus R. (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, Greenwich, CT: JAI Press, vol. 3, pp. 119-138.
- Venkataraman, S., & Sarasvathy, S. D. (2001). Strategy and entrepreneurship: Outlines of an untold story. In M. A. Hitt, E. Freeman & J. S. Harrison (Eds.), *Handbook of strategic management* (pp. 650-668). Oxford: Blackwell
- Venkataraman, N. (1989). The concept of fit in strategy research: Toward verbal and statistical correspondence. *Academy of management review*, 14(3), 423-444.
- Vipassana Fellowship (2005), "Vipassana fellowship", available at: www.vispassana.com
- Vitale, R., Giglierano, J., & Miles, M. (2003). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance in Established and Start-up Firms. In *University of Illinois at Chicago College of Business, Faculty staff symposium paper*.
- Vitell, S. J. (2010). The role of religiosity in business and consumer ethics: A review of the literature. *Journal of Business Ethics*, 90, 155–167.
- Volonté, C. (2015). Culture and corporate governance: the influence of language and religion in Switzerland. *Management International Review*, 55(1), 77-118.
- Von Mises, L. (1949). *Human action*. New Haven, 99.
- Voss, Kevin E., Eric R. Spangenberg, and Bianca Grohmann (2003), "Measuring the Hedonic and Utilitarian Dimensions of Consumer Attitude," *Journal of Marketing Research*, 40 (August), 310–20.
- Vu, M. C., & Tran, T. (2019). Trust issues and engaged Buddhism: The triggers for skillful managerial approaches. *Journal of Business Ethics*, 1-26.
- Wach, D., Stephan, U., & Gorgievski, M. J. (2016). More than money: Developing an integrative multifactorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal*, 34, 1098–1121.
- Wales, W. J. (2016). Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions. *International Small Business Journal*, 34(1), 3-15.
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners? *International Small Business Journal*, 22, 577–594.

- Wallace, A. (2005). *Balancing the Mind: A Tibetan Approach to Refining Attention*. Ithaka, NY: Snow Lion Publications.
- Walshe, M. O. C., & Liu, W. (2010). *Ajaran Budha dan Kematian*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: Vidyāsenā Production.
- Walter, S.G., Parboteeach, K.P. and Walter, A. (2011). University Departments and Self-Employment Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(3): 1-26.
- Weaver, G. R., & Agle, B. R. (2002). Religiosity and ethical behavior in organizations: A symbolic interactionist perspective. *Academy of management review*, 27(1), 77-97.
- Weber, M. (1904). Die "Objektivität" sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. *Archiv für sozialwissenschaft und sozialpolitik*, 19(1), 22-87.
- Weber, M. (1930). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Scribner's, New York.
- Weber, M. (1968). *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology* (Vol. 1). New York: Bedminster Press.
- Weber, M. (1970). The methodological foundation sociology. *Sociological Theory: A book of readings*, 3, 248-258.
- Weber, M. (1995). Die "Objektivität" sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- Whitley, R. (1992). *Business Systems in East Asia: Firms, Markets and Societies*. London: Sage
- Widjajani, W., & Yudoko, G. (2010). Strategi Operasi Industri Kecil Yang Berkeunggulan Kompetitif (Kasus Pengusaha Sepatu Sentra Industri Kecil Cibaduyut Bandung). *Journal of Technology Management*, 9(2), 113171.
- Wiersma, W. (1995). *Research Methods in Education: An Introduction*. Boston: Allyn Bacon Inc.
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71– 91.s
- Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation—performance relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 24(1), 37-48.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic management journal*, 24(13), 1307-1314.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. A. (2011). Where to from here? EO-as-experimentation, failure, and distribution of outcomes. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 925-946.

- William, M., & Scott, S. (2008). *Introduction to Corporate Finance*, Cengage Learning.
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism*. New York: Free Press.
- Wisker, Z. L., Muniapan, B., & Rosinaite, V. (2020). Religiosity and sustainable practices in small to medium-sized businesses: A mixed-method analysis. *Malaysian Journal of Business and Economics (MJB)*, 147-147.
- Wolkomir, M., Futreal, M., Woodrum, E., & Hoban, T. (1997). Substantive religious belief and environmentalism. *Social Science Quarterly*, 96-108.
- Woodrum, E. (1985). Religion and economics among Japanese Americans: A Weberian study. *Social Forces*, 64(1), 191-204.
- Wry, T., & York, J. G. (2017). An identity-based approach to social enterprise. *Academy of Management Review*, 42(3), 437-460.
- Yarnall, T.F. (2000), "Engaged Buddhism: new and improved!? Made in the USA of Asian materials", *Journal of Buddhist Ethics*, Vol. 7, p. 1
- Ysseldyk, R., Matheson, K., & Anisman, H. (2010). Religiosity as identity: Toward an understanding of religion from a social identity perspective. *Personality and Social Psychology Review*, 14(1), 60-71
- Zafirovski, M. (1999). Probing into the social layers of entrepreneurship: outlines of the sociology of enterprise. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(4), 351-371.
- Zahra, S. A., & Garvis, D. M. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 469-492.
- Zahra, S. A., Nielsen, A. P., & Bogner, W. C. (1999). Corporate entrepreneurship, knowledge, and competence development. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(3), 169-189.
- Zahra, S., & Dess, G. G. (2001). Entrepreneurship as a field of research: Encouraging dialogue and debate. *Academy of Management Review*, 26(1), 8-10.
- Zaman, R., Roudaki, J., & Nadeem, M. (2018). Religiosity and corporate social responsibility practices:evidence from an emerging economy. *Social Responsibility Journal*.
- Zelekha, Y., Avnimelech, G., & Sharabi, E. (2014). Religious institutions and entrepreneurship. *Small business economics*, 42(4), 747-767.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil. *Jakarta: salemba empat*, 85.

- Zsolnai, L. (2007). Western economics versus Buddhist economics. *Society and Economy. In Central and Eastern Europe | Journal of the Corvinus University of Budapest*, 29(2), 145-153.
- Zsolnai, L. (2008). Buddhist economic strategy. In L. Bouckaert, H. Opdebeeck, & L. Zsolnai (Eds.), *Frugality: Rebalancing material and spiritual values in economic life* (pp. 279–303). Oxford: Peter Lang Academic.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT PENGANTAR KEPADA INFORMAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu (Nama Informan)

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Lufina Mahadewi Mahasiswa S3 Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta di Universitas Brawijaya. Saat ini saya sedang menyelesaikan tugas akhir disertasi dalam bidang manajemen dan melalui surat ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi informan atau narasumber untuk penelitian tugas akhir disertasi saya mengenai pengalaman Bapak/Ibu akan peranan agama dalam mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dan kinerja wirausaha dalam basis nilai agama Buddha. Penelitian dengan topik tersebut, saya pilih karena saya memiliki ketertarikan secara professional maupun personal mengenai bagaimana agama berperan dalam suatu proses maupun aktivitas wirausaha yang dijalani oleh Bapak/Ibu sehingga dapat memberikan implikasi manifestasi nilai-nilai religi tersebut dalam dimensi orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan yang Bapak/Ibu pilih serta makna kebermanfaatan kinerja wirausaha Bapak/Ibu berdasarkan nilai-nilai religi tersebut. Besar harapan saya agar Bapak/Ibu memiliki ketertarikan dalam berpartisipasi pada penelitian saya. Bilamana Bapak/Ibu tertarik untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, mohon sekiranya Bapak/Ibu dapat menghubungi nomor kontak saya yang tertera pada surat pengantar ini. Saya akan menghubungi Bapak/Ibu untuk menjadwalkan pertemuan untuk wawancara pertama untuk menggali pengalaman Bapak/Ibu dalam topik tersebut. Wawancara tersebut akan diadakan pada waktu dan tempat yang ditentukan berdasarkan kesediaan waktu dan tempat yang diberikan oleh Bapak/Ibu.

Selain surat pengantar ini, saya juga menyertakan daftar pertanyaan yang akan diajukan dalam wawancara yang mencakup area topik yang saya teliti dengan harapan Bapak/Ibu memiliki kesempatan untuk mempelajari pertanyaan-pertanyaan tersebut sebelum proses wawancara dilaksanakan. Sebagai catatan bahwa semua wawancara dapat mencakup pertanyaan lain atau bidang topik tergantung pada tanggapan Bapak/Ibu serta perkembangan topik penelitian. Pada akhir wawancara pertama, saya akan menjadwalkan kembali untuk pelaksanaan wawancara kedua. Wawancara ini untuk membahas apa yang saya pelajari dari wawancara pertama sebelumnya dan memberikan kesempatan bagi Bapak/Ibu untuk memberikan informasi baru atau tambahan tentang pengalaman Bapak/Ibu terkait topik yang saya teliti. Bilamana Bapak/Ibu memiliki pertanyaan mengenai penelitian ini lebih lanjut, silahkan Bapak/Ibu menghubungi kontak saya di 08158774023 atau pada email mahadewilufina@gmail.com. Studi ini telah disetujui oleh komisi promotor disertasi di Universitas Brawijaya dan atas seizin dari Ketua Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta Universitas Brawijaya. Saya haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas perhatian Bapak/Ibu.

Hormat Saya,

Lufina Mahadewi

Mahasiswa Program Doktor Manajemen Kampus Jakarta Universitas Brawijaya

LAMPIRAN 2

TARGET INFORMASI WAWANCARA PERTAMA (INFORMAN: WIRAUSAHA BUDDHIS YANG SUKSES)

Wawancara pertama dilakukan kepada informan yaitu UKW Buddhis yang sukses yang dilakukan setelah mendapatkan informasi dari informan kunci dan setelah memastikan bahwa informan tersebut memenuhi kriteria informan dalam penelitian ini serta mendapatkan persetujuan kesediaan dari informan tersebut. Pelaksanaan wawancara mengikuti teknik snowball sampling dengan menggunakan proses bertahap yang dimulai dari informasi yang disampaikan oleh informan kunci yang dilanjutkan oleh informan berikutnya.

Target informasi yang hendak diperoleh dari pelaksanaan wawancara pertama ini yaitu:

1. Sejarah atau asal muasal pembentukan usaha dan lamanya usaha tersebut berdiri
2. Motivasi pembentukan usaha dan nilai-nilai yang mendasari pembentukan usaha tersebut
3. Alasan pemilihan jenis usaha dan nilai yang melandasi pemilihan jenis usaha tersebut
4. Landasan atau nilai-nilai yang dipegang dalam proses atau aktivitas kewirausahaan dan alasan pentingnya penerapan nilai-nilai tersebut
5. Perkembangan usaha yang dijalani oleh wirausaha
6. Pandangan akan inovasi dalam usaha yang dijalani serta bentuk-bentuk inovasi yang dilakukan selama menjalani usaha dan landasan atau nilai-nilai yang mendasari inovasi tersebut
7. Pandangan akan risiko serta risiko-risiko yang dialami selama menjalani usaha dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi risiko tersebut. Selain juga, landasan dan nilai-nilai yang mendasari pandangan akan risiko dan upaya mengatasi risiko
8. Pasang surut dalam perjalanan usaha serta pandangan dan landasan atau nilai yang dianut dalam menjalani pasang surut usaha
9. Pandangan akan pengembangan usaha yang dilakukan melalui pengejaran peluang usaha yang ada serta peluang usaha apa saja yang diambil untuk mengembangkan usaha. Selain juga, landasan dan nilai-nilai yang mendasari pandangan akan pengembangan usaha yang dilakukan melalui pengejaran peluang usaha
10. Pandangan akan suatu kompetisi usaha dan cara mengatasi kompetisi tersebut. Selain juga, landasan dan nilai-nilai yang mendasari pandangan akan suatu kompetisi usaha dan cara mengatasi kompetisi usaha
11. Sumber dana dalam usaha yang dijalani serta preferensi pilihan sumber dana serta landasan dan nilai-nilai yang mendasari preferensi pilihan pendanaan usaha tersebut
12. Makna kesuksesan usaha
13. Makna kebermanfaatn usaha
14. Peran yang dijalani dalam komunitas maupun perkembangan lingkungan Kota Bekasi

LAMPIRAN 3

TARGET INFORMASI WAWANCARA PERTAMA

(INFORMAN PENDUKUNG: DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA BEKASI)

Wawancara pertama dilakukan kepada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi untuk mendapatkan gambaran mengenai perkembangan usaha kecil di Kota Bekasi serta upaya dan program Pemerintah dalam membina usaha kecil di Kota Bekasi.

Target informasi yang hendak diperoleh dari pelaksanaan wawancara pertama ini yaitu:

1. Tugas Pokok dan Fungsi dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi (Tujuan, Sasaran, Strategi dan Kebijakan)
2. Segmentasi atau pembagian sektor usaha di Kota Bekasi
3. Porsi kontribusi wirausaha Kota Bekasi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bekasi
4. Pertumbuhan UKM di Kota Bekasi selama 5 tahun terakhir (data UKM)
5. Faktor-faktor yang mendorong perkembangan atau pertumbuhan wirausaha di Kota Bekasi secara umum dan khususnya UKW Buddhis di Kota Bekasi
6. Kebijakan serta dukungan Pemerintah Kota Bekasi (fasilitas/infrastruktur, dll) yang diberikan untuk pengembangan wirausaha (usaha kecil/menengah di daerah Kota Bekasi)
7. Anggaran yang disediakan oleh Pemerintah Kota Bekasi untuk membina wirausaha yang ada di daerah Kota Bekasi
8. Program kerja yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi dalam membina wirausaha di daerah Kota Bekasi
9. Target atau tolak ukur keberhasilan pembinaan wirausaha di daerah Kota Bekasi
10. Isu-isu strategis yang menjadi fokus perhatian bagi keberlangsungan wirausaha di daerah Kota Bekasi
11. Bentuk koordinasi lintas Unit Kerja dan kerjasama internal atau eksternal yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi untuk membina wirausaha di daerah Kota Bekasi
12. Program dan fokus arahan terhadap
 - a. Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro dan Fasilitasi Usaha Kecil dan Menengah
 - b. Pembiayaan Usaha Mikro dan Fasilitasi Usaha Kecil dan Menengah
 - c. Promosi dan Pemasaran Usaha Mikro dan Fasilitasi Usaha Kecil dan Menengah
13. Kunci keberhasilan bagi wirausaha yang telah belasan hingga puluhan tahun melakukan usaha di Kota Bekasi

LAMPIRAN 4
TARGET INFORMASI WAWANCARA PERTAMA
(INFORMAN PENDUKUNG: BADAN KESATUAN BANGSA DAN
POLITIK KOTA BEKASI)

Wawancara pertama dilakukan kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kota Bekasi untuk mendapatkan gambaran mengenai upaya Pemerintah Kota Bekasi dalam menciptakan stabilitas Kerukunan Umat Beragama di Kota Bekasi.

Target informasi yang hendak diperoleh dari pelaksanaan wawancara pertama ini yaitu:

1. Bentuk dan struktur Kesbangpol dalam Pemerintahan Kota Bekasi
2. Tugas Pokok dan Fungsi Kesbangpol Kota Bekasi
3. Pola koordinasi Kesbangpol Kota Bekasi dalam mewadahi kerukunan umat beragama di Kota Bekasi
4. Mitra kerjasama Kesbangpol Kota Bekasi dalam menjaga stabilitas kerukunan umat beragama di Kota Bekasi
5. Bentuk-bentuk kerjasama yang dilaksanakan oleh Kesbangpol dalam menjaga stabilitas kerukunan umat beragama di Kota Bekasi

LAMPIRAN 5
TARGET INFORMASI WAWANCARA PERTAMA
(INFORMAN PENDUKUNG: FORUM KERUKUNAN UMAT BERAGAMA
KOTA BEKASI)

Wawancara pertama dilakukan kepada Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Bekasi untuk mendapatkan gambaran mengenai upaya mitra bentukan Pemerintah Kota Bekasi dalam menciptakan stabilitas Kerukunan Umat Beragama di Kota Bekasi.

Target informasi yang hendak diperoleh dari pelaksanaan wawancara pertama ini yaitu:

1. Struktur Forum Kerukunan Umat Beragama Kota Bekasi ?
2. Tugas dan Fungsi Pokok Forum Kerukunan Umat Beragama Bekasi
3. Kegiatan yang diwadahi oleh Forum Kerukunan Umat Beragama Bekasi dan rincian dari jenis kegiatan tersebut
4. Peran Forum Kerukunan Umat Beragama Bekasi dalam membina kerukunan umat beragama
5. Intensitas dan frekuensi pertemuan Forum Kerukunan Umat Beragama Bekasi dengan Umat Beragama dan Pemerintahan Kota Bekasi
6. Agenda pembahasan dalam rapat koordinasi antara Forum Kerukunan Umat Beragama Bekasi dengan Pemerintahan Kota Bekasi
7. Pelaksanaan koordinasi dan pembinaan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bekasi dengan Forum Koordinasi Umat Beragama Bekasi

LAMPIRAN 6

TARGET INFORMASI WAWANCARA KEDUA

Wawancara kedua dilakukan kepada informan dilakukan setelah proses wawancara pertama dengan informan yaitu wirausaha Buddhis pada skala usaha kecil yang sukses dan informan pendukung yaitu Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi, Kesbangpol Kota Bekasi dan FKUB Kota Bekasi yang ditunjukkan untuk membahas apa yang telah dipelajari oleh peneliti dari tahapan wawancara pertama sebelumnya dan memberikan kesempatan bagi informan maupun informan pendukung untuk memberikan informasi baru atau tambahan tentang pengalaman informan terkait topik penelitian ini.

Target informasi yang hendak diperoleh dari pelaksanaan wawancara kedua ini yaitu:

1. Pemikiran atau pandangan informan terhadap hasil wawancara pertama
2. Refleksi jawaban informan atas pengalaman informan dari fenomena yang diteliti dalam penelitian ini
3. Informasi tambahan mengenai pengalaman informan dalam manifestasi peranan budaya yaitu agama Buddha dan nilai-nilainya yang mendasari orientasi kewirausahaan, keputusan keuangan dalam pendanaan usaha maupun kinerja wirausaha dalam basis nilai yang personal