

Implikasi Nilai Kehidupan Etnis Tionghoa dalam Keberhasilan Bisnis Keluarga di Kawasan Kampung Cina Kota Samarinda

Implications of the Value of Ethnic Chinese Life in the Success of Family Businesses in the Chinese Village Area, Samarinda City

Briegita Sriarya Chandra¹, Muhammad Ikbal²✉

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: muhammad.ikbal@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk memahami nilai kehidupan yang dijalankan etnis Tionghoa dalam keberhasilan bisnis keluarga. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi tidak berpartisipasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan bisnis keluarga, pelaku bisnis etnis Tionghoa menerapkan tiga nilai utama yaitu kepercayaan (相信 - Xiāng Xìn), bertanggung jawab (负责 - Fù Zé), dan disiplin (纪律 - Jì Lǜ) yang saling melengkapi dan menciptakan integritas (诚信 - Chéng Xìn) sebagai pilar keberhasilan bisnis keluarga. Adanya nilai tersebut mendorong keberhasilan bisnis keluarga etnis Tionghoa dan telah terefleksikan dengan baik karena berhasil dijalankan lebih dari satu generasi dan telah dijalankan sesuai dengan nilai kehidupannya yang selaras dengan faktor-faktor penentu keberhasilan bisnis. Studi mengenai keberhasilan bisnis dilihat dari perspektif budaya tidak banyak ditemukan, sehingga tulisan ini mencoba memahami melalui perspektif budaya nilai etnis Tionghoa.

Abstract

This article aims to understand the value of the life that ethnic Chinese live in the success of the family business. The research method used is a qualitative method with a phenomenological approach. The data collection methods used were in-depth interviews, non-participating observations, and documentation. The results of the study show that in running a family business, ethnic Chinese business people apply three main values, namely trust (相信 - Xiāng Xìn), responsibility (负责 - Fù Zé), and discipline (纪律 - Jì Lǜ) that complement each other and create integrity (诚信 - Chéng Xìn) as the pillars of family business success. The existence of these values encourages the success of the business of ethnic Chinese families and has been well reflected because it has been successfully run for more than a generation and has been carried out in accordance with the values of their lives which are in line with the factors that determine the success of the business. The study of business success from a cultural perspective is not widely found, so this paper tries to understand through a cultural perspective the Chinese ethnic values.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Briegita Sriarya Chandra, Muhammad Ikbal.

Article history

Received 2024-12-09

Accepted 2025-01-25

Published 2025-01-31

Kata kunci

Keberhasilan Bisnis;
Family Business;
Etnis Tionghoa.

Keywords

Business Success; Family
Business;
Etnis Tionghoa.

1. Pendahuluan

Pedagang etnis Tionghoa datang ke Samarinda melalui jalur air dan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari, pedagang etnis Tionghoa tersebut membuat permukiman di sekitar pelabuhan yang sekaligus juga sebagai lokasi perdagangan (Ars *et al.*, 1986). Hingga sekarang, kawasan sekitar pelabuhan masih didominasi oleh masyarakat etnis Tionghoa dan dijuluki sebagai “Kampung Cina” atau “Pecinaan”.

Mayoritas bisnis yang berdiri sepanjang kawasan Kampung Cina merupakan bisnis tradisional yang didirikan dan dijalankan oleh keluarga yang merupakan bisnis keluarga. Kebanyakan bisnis keluarga ini berhasil dijalankan selama bertahun-tahun dan pengelolannya melibatkan sebagian besar anggota keluarga, serta dikelola dari generasi ke generasi secara turun-temurun. Sehingga tergolong sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan data peningkatan jumlah usaha berizin di Kecamatan Samarinda Kota dari tahun 2021 hingga 2023 terdapat 92,39% peningkatan usaha yang sukses berdiri dan berkembang di Kecamatan Samarinda Kota yang mencakup kawasan Kampung Cina tersebut. Keberhasilan dalam membuka dan menjalankan usaha ini pastinya tidak lepas dari budaya dan nilai-nilai kehidupan yang dipegang teguh oleh etnis Tionghoa.

Budaya dan nilai kehidupan etnis Tionghoa di Indonesia, besar didasari oleh ajaran Tridharma yang menggabungkan filsafat Konfusianisme, Taoisme, dan Buddhisme. Ajaran ini secara tidak sadar akhirnya mempengaruhi etnis Tionghoa dalam menjalankan usahanya. Beberapa nilai yang dipegang teguh etnis Tionghoa dalam menjalankan hidup dan berpengaruh dalam jalannya usaha yaitu antara lain, adanya perhatian, kepercayaan, keuletan, berhemat, kestabilan emosi, berani mengambil resiko, ketelitian, kejujuran, pendidikan, moral dan etika, dan selalu mengutamakan solidaritas keluarga (Elvinawanty *et al.*, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Edlim (2018) ditemukan bahwa budaya dan nilai kehidupan etnis Tionghoa masih dipegang teguh dalam menjalankan sebuah usaha oleh masyarakat etnis Tionghoa, walaupun terjadi peleburan budaya lain yang dibawa oleh karyawan, budaya lain ini tidak begitu berpengaruh signifikan. Selain itu, nilai *family centrism* yang selalu mengutamakan keluarganya terlebih dahulu menjadi alasan banyaknya bisnis etnis Tionghoa yang berbasis bisnis keluarga (*family business*).

Keberhasilan bisnis keluarga yang dijalankan masyarakat etnis Tionghoa menjadi sebuah fenomena di tengah masyarakat luas. Tingkat keberhasilan menjalankan bisnis keluarga etnis Tionghoa dan melibatkan hampir seluruh anggota keluarga dalam bisnis keluarganya tergolong yang paling berhasil di antara etnis lain di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan karena para orang tua etnis Tionghoa selalu mengarahkan generasi muda keluarga sejak dini untuk mempelajari bisnis sesuai pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama menggeluti bisnis keluarga yang merefleksikan manajemen pengetahuan (*knowledge management*) yang berperan untuk mengatur dan menyediakan pengetahuan penting dari dan kepada sumber daya manusia yang ada untuk menjalankan suatu bisnis (Becerra *et al.*, 2015). Selain itu, keberhasilan ini tidak lepas dari watak etnis Tionghoa yang menjunjung tinggi budaya dan nilai kehidupannya, terlebih lagi selalu mengutamakan kesejahteraan anggota keluarganya. Penilaian orang lain juga sangat diperhatikan oleh masyarakat etnis Tionghoa, sehingga dalam menjalankan suatu usaha, mereka akan sangat berhati-hati dan tidak melakukan hal-hal yang tercela (Rahman *et al.*, 2024).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menggunakan rangkaian kata atau deskripsi. Diharapkan dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mampu mengungkapkan suatu sebab yang melatarbelakangi munculnya sebuah fenomena. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang akan menggambarkan pengalaman mendalam dan langsung seseorang terkait fenomena tertentu yang dialami (Creswell, 2015). Pendekatan fenomenologi menelaah suatu yang tampak (*phenomenon*) secara rinci serta berupaya untuk memahami makna-makna dibalik fenomena tersebut (Harahap, 2020).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan fenomenologi hasil yang diinisiasi oleh Edmund Husserl yang berfokus pada pemahaman tentang pengalaman subjektif individu dan esensi mengenai fenomena yang diteliti. Husserl (1970), menekankan pentingnya untuk menggali pengalaman murni dan esensi mendasar suatu fenomena menggunakan metode *bracketing* atau *epoché*. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi nilai-nilai kehidupan yang dipegang oleh masyarakat etnis Tionghoa di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda dan implikasinya terhadap bisnis keluarga yang dijalankan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam bersama para pemilik bisnis keluarga yang berfokus pada pengalaman pribadi, cerita, dan nilai-nilai kehidupan yang dianut dalam menjalankan bisnis keluarganya. Dinyatakan oleh Giorgi (2009), fenomenologi berupaya untuk mendalami pengalaman individu sehingga peneliti mampu memperoleh esensi dari pengalaman tersebut. Selain wawancara, dilakukan pula observasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik dan interaksi sehari-hari dalam bisnis keluarga tersebut.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema yang muncul berdasarkan pengalaman subjek. Pendekatan deskriptif yang diusulkan oleh Edmund Husserl digunakan dalam penelitian guna menyajikan temuan dengan mencerminkan pengalaman subjek secara akurat. Hasil yang akurat dapat memberikan wawasan mendalam mengenai nilai-nilai kehidupan etnis Tionghoa yang berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis keluarga.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan tiga orang sebagai informan penelitian. Informan pertama merupakan pemilik sekaligus pengelola bisnis depot minuman, informan kedua merupakan pengelola bisnis toko mie, dan informan ketiga merupakan pemilik sekaligus pengelola bisnis warung kopi. Ketiga informan ini menjalankan bisnis keluarganya di kawasan Kampung Cina. Informasi identitas informan dan identitas bisnisnya tidak dicantumkan dalam penelitian ini agar sesuai dengan etika penelitian juga untuk melindungi hak privasi informan. Hal ini juga sebagai bentuk peneliti untuk memberikan kenyamanan dan keamanan kepada informan setelah penelitian ini selesai dan dipublikasikan.

3.1. Nilai Kehidupan dalam Keberhasilan Bisnis

Filsafat Konfusianisme, Taoisme, dan Buddhisme merupakan tiga filsafat dalam ajaran Tridharma yang paling melekat dan mendasari nilai kehidupan etnis Tionghoa. Nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam ajaran Tridharma tanpa disadari juga menjadi pedoman dalam aktivitas dan perilaku menjalankan bisnis sehingga tercapai keberhasilan bisnis. Wawancara telah dilakukan dengan ketiga informan berkaitan dengan keberhasilan bisnis keluarga dilihat dari nilai kehidupan yang dijalankan, berikut disajikan data lapangan yang didapatkan.

Kepercayaan (*xiāng xìn*) merupakan salah satu nilai terpenting dalam ajaran Tridharma. Nilai kepercayaan menjadi salah satu pilar penting bagi seseorang untuk menjalankan hidup sesuai dengan ketentuan yang benar dan telah melekat ditanamkan dalam diri setiap generasi. Nilai kepercayaan yang dipegang ini juga mempengaruhi hubungan relasi dengan konsumen. Hal tersebut dilakukan informan dengan mempraktikkan nilai kejujuran dalam menetapkan harga jual produk dan menjaga kualitas produk. Serupa dengan penelitian Jermias *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa terdapat etika terkait mata pencarian suku Bugis yaitu etika *sipakatau* yang memuat agar bersikap jujur, saling menghargai, keikhlasan, dan berpasrah pada tuhan (*barakka*). Nilai kehidupan yang dipegang ini juga berdampak pada perlakuan para informan terhadap bisnis yang lebih kecil, karena para pelaku bisnis keluarga menjalankan usahanya berdasarkan prinsip kepercayaan (*xiāng xìn*) sehingga membuat para informan berupaya mendukung, membangun relasi yang baik, dan menjaga kepercayaan dengan warga sekitar yang juga menjalankan bisnis.

Menjalankan dan menyelesaikan segala urusan dengan baik merupakan bentuk nilai bertanggung jawab (*fù zé*). Sebagai pelaku bisnis keluarga juga bertanggung jawab untuk

memastikan keberlangsungan bisnis hingga generasi penerus berikutnya atau disebut sebagai suksesi bisnis. Sehingga para pelaku bisnis keluarga akan berupaya merencanakan suksesi agar dapat meneruskan bisnis keluarga.

Para informan menyatakan bahwa pendidikan dirasa cukup penting untuk dapat mengembangkan bisnis keluarga, namun sebagai orang tua juga tidak memaksakan anak. Hal ini didukung penelitian oleh Elinuari & Marlina (2021) yang menghasilkan bahwa keberhasilan bisnis dapat ditunjang dengan budaya dan pendidikan kewirausahaan. Didukung pula penelitian oleh Irwansyah *et al* (2021) bahwa keinginan individu yang kuat akan menjadi dorongan yang besar untuk menjadi seorang wirausahawan.

Menjalankan bisnis tentu akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan. Hal ini tentu juga dihadapi oleh para pelaku bisnis keluarga. Menghadapi permasalahan dalam bisnis maka diharuskan mampu mengetahui solusi yang tepat untuk meminimalisir masalah yang timbul. Salah satu upaya untuk meminimalisir masalah dalam bisnis adalah dengan melakukan pencatatan mengenai keuangan sebuah bisnis (Ikbal *et al.*, 2020). Maka untuk itu, para pelaku bisnis melakukan pencatatan. Menurut Sukamdani (2023), masalah yang sering dihadapi bisnis keluarga dan sulit dipecahkan adalah memisahkan kepentingan bisnis dan kepentingan keluarga. Permasalahan paling umum yang dihadapi adalah perbedaan pendapat, maka daripada itu, upaya seperti berdiskusi antar anggota keluarga yang terlibat bisnis dilakukan untuk memecahkan masalah tersebut.

Nilai kedisiplinan selalu ditanamkan sebagai nilai dasar untuk bersosialisasi di tengah masyarakat. Nilai ini juga sangat penting untuk mempertahankan bisnis keluarga. Menurut para informan, menerapkan kedisiplinan harus didukung oleh nilai tangkas, jujur, dan ulet untuk bekerja sehingga menciptakan rasa ingin terus berkembang. Selain itu informan berpendapat bahwa sikap konsisten dan pantang menyerah juga penting untuk menjalankan bisnis. Serupa dengan penelitian oleh Amruloh (2019) yang menjelaskan dalam dasar filosofi *urang sunda* terdapat "*singer*" yang merujuk pada agar terus berusaha mendapatkan sesuatu, pandai berinovasi dan bekerja keras untuk memperoleh rezeki.

3.2. Nilai Kehidupan: Integritas Merupakan Landasan

Kebudayaan etnis Tionghoa besar dipengaruhi oleh filsafat Konfusianisme, Taoisme, dan Buddhisme yang secara garis besar menyoroti norma dan moral yang harus dijalankan dalam kehidupan keseharian. Ketiga filsafat ini mempengaruhi terbentuknya suatu pedoman mengenai *way of thinking* dan *way of life* dalam masyarakat etnis Tionghoa (Singgih, 2018). Diungkapkan pula oleh Sulistio (2016), bahwa pesan moral yang ditanamkan etnis Tionghoa seperti menjaga kesopanan dalam bermasyarakat, menghormati orang tua, dan menjunjung toleransi. Inti ajaran ketiga filsafat ini adalah untuk mengatur segala aspek kehidupan yang berkenaan dengan etika dan moral dalam bertindak dan berpikir dalam hubungan bermasyarakat dan proses bekerja. Ajaran ini kemudian dipraktikkan dalam berjalannya sebuah bisnis keluarga dengan mengutamakan tindakan yang berkaitan dengan menjaga kepercayaan yaitu bersikap jujur, menjaga kualitas, dan membangun relasi; rasa bertanggung jawab yaitu mempertahankan bisnis keluarga, mengupayakan suksesi bisnis, dan berusaha meminimalisir masalah; dan sikap disiplin yaitu sifat ulet, konsisten, dan pantang menyerah. Hal ini dapat diartikan juga sebagai nilai integritas (*诚信 - Chéng Xìn*).

Nilai yang dipegang untuk menjalankan kehidupan dapat menjadi acuan seseorang meraih kesuksesan dalam bisnis keluarga, sebab terdapat motivasi dan pendirian yang kokoh untuk menaati nilai kehidupan di dalamnya. Cara bersikap dan pendirian menjadi tolak ukur dalam menentukan pencapaian keberhasilan suatu bisnis keluarga. Nilai-nilai ini dapat dikatakan sebagai kemoralan yang sangat penting bagi etnis Tionghoa dalam kehidupan bermasyarakat. Selain itu, pengajaran mengenai nilai-nilai dasar yang tepat akan menciptakan pemimpin bisnis keluarga yang sukses di masa depan (Sukamdani, 2023).

Integritas dinilai cocok untuk menggambarkan berbagai nilai kehidupan yang dipegang oleh para pelaku bisnis keluarga etnis Tionghoa. Integritas dapat diartikan sebagai suatu sifat utuh yang menunjukkan potensi kewibawaan dan kejujuran serta menjunjung prinsip moral dan etika dalam berkehidupan. Seseorang dengan integritas tinggi akan selalu ingin memberikan yang terbaik agar

dapat dipandang baik pula. Pandangan dan kepercayaan orang lain merupakan hal paling penting yang sangat dijaga oleh seseorang dengan integritas tinggi. Maka daripada itu, para pelaku bisnis keluarga menjalankan perannya sebaik mungkin sesuai dengan kaidah nilai kehidupan yang dianut dan berupaya keras memperoleh keberhasilan bisnis.

Integritas dalam norma etika bisnis dijelaskan oleh Ebert & Griffin (2015) bahwa norma etika bisnis yang tepat adalah jika tindakan tersebut menghasilkan manfaat (*utility*), tindakan tersebut menghargai hak seluruh pihak (*rights*), tindakan tersebut dianggap adil (*justice*), dan tindakan tersebut saling peduli antar pihak (*caring*). Hal ini didukung penelitian oleh Edlim (2018) yang menyatakan bahwa nilai-nilai budaya yang dipegang oleh para pelaku bisnis sangat berpengaruh pada kemudahan kontrol bisnis serta memudahkan komunikasi antar pemilik bisnis, karyawan, dan konsumen.

3.2.1. Kepercayaan (相信 - *Xiāng Xìn*)

Etika bisnis terhadap konsumen sebagai salah satu pemangku kepentingan adalah dengan berusaha melayani dengan wajar dan jujur seperti menetapkan harga jual secara wajar, memberikan garansi, menjalani kesepakatan jual beli, dan mempertahankan kualitas produk yang dijual (Ebert & Griffin, 2015). Peneliti menelaah dan memahami nilai kehidupan yang menjadi nilai etika bisnis bagi para pelaku bisnis keluarga etnis Tionghoa, ditemukan nilai pertama yakni *xiāng xìn* yang berarti kepercayaan.

Nilai *xiāng xìn* menjadi salah satu nilai utama yang dipegang teguh oleh para pelaku bisnis keluarga etnis Tionghoa di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda dalam menjalankan kehidupannya. Nilai ini mendorong terbentuknya perilaku jujur. Kejujuran ini merupakan salah satu nilai yang penting dalam menjalankan bisnis (Edlim, 2018). Rasa saling percaya dalam bisnis dapat dibangun dengan adanya kejujuran. Seseorang yang menjunjung tinggi nilai *xiāng xìn* akan berusaha keras menjaga nilai tersebut, karena beranggapan bahwa kepercayaan adalah hal yang sulit untuk didapatkan dan jika dilanggar akan berdampak buruk bagi berbagai pihak.

Keberhasilan bisnis keluarga dapat diraih dengan kemauan dan tekad para pelaku bisnis untuk terus bertindak sesuai nilai kehidupan selama menjalankan bisnis keluarga. Nilai *xiāng xìn* yang dipegang teguh akan meningkatkan rasa kewajiban untuk selalu bertindak benar dalam segala urusan bisnisnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Legista *et al.*, (2021), dengan mengutamakan nilai kejujuran dalam menjalankan bisnis akan memudahkan pengawasan dan pengendalian keuangan pada bisnis itu sendiri.

Menurut filsafat Konfusianisme, melibatkan nilai *xiāng xìn* dalam berkehidupan mengartikan bahwa seseorang harus menjalankan kehidupannya dengan sifat mulia, mengutamakan kebenaran, dan memiliki kepribadian luhur. Filsafat Konfusianisme mengajarkan agar jangan pernah melakukan segala hal yang tidak diinginkan kepada orang lain atau dapat diartikan untuk jangan melakukan kejahatan jika diri sendiri tidak menginginkannya (Bi *et al.*, 2012). Berdasarkan temuan oleh Legista *et al.*, (2021), juga ditemukan bahwa informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa sebagai pelaku bisnis harus konsisten dengan apa yang sudah dikatakan dan tidak boleh ingkar janji, sebab kebohongan kecil saja dapat menghancurkan reputasi baik.

Terdapat pernyataan informan yang menyatakan bahwa menjalankan bisnis keluarga harus memegang kepercayaan konsumen antara lain dengan memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kualitas barang jual. Hal tersebut didukung dengan penelitian oleh Jermias *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa terdapat etika *sipakatau* yang berarti dalam menjalankan bisnis harus berkata dan bersikap jujur karena merupakan modal untuk membangun dan menjaga hubungan dengan konsumen.

Bisnis yang baik adalah bisnis yang dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen. Dijelaskan oleh Ebert & Griffin (2015) ada enam hak-hak konsumen, yaitu hak atas produk yang aman, hak mengetahui segala aspek dalam produk, hak didengar, hak memilih yang dibeli, hak memperoleh edukasi pembelian, dan hak memperoleh pelayanan yang ramah. Dinyatakan informan bahwa sebagai pelaku bisnis harus selalu memperhatikan kualitas produk, menetapkan harga jual yang wajar, serta memberikan pelayanan yang nyaman. Dengan demikian, hak-hak konsumen yang ditekankan telah terpenuhi.

Nilai kehidupan yang dijalankan dalam kehidupan bermasyarakat menjadi sangat penting untuk diterapkan dalam bisnis bagi etnis Tionghoa. Maka daripada itu, perilaku dalam menjalankan bisnis juga mengadaptasi nilai kehidupan yang selalu dijalankan sehingga terbentuk pola berperilaku. Berawal dari nilai *xiāng xìn*, menumbuhkan keterikatan emosional mengenai rasa saling percaya. Berdasarkan pernyataan yang diperoleh dalam wawancara, para informan berusaha untuk membangun hubungan dengan para warga sekitar yang juga berdagang dengan berbagi tempat dagang. Sejalan dengan penelitian oleh Legista *et al.*, (2021), etnis Tionghoa Hokkian percaya bahwa dengan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dapat turut memajukan bisnis yang dijalankan, sebaliknya jika tidak dilakukan maka bisnis akan menghadapi kesulitan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan para pelaku bisnis keluarga di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda sebagai informan penelitian, para informan selalu mengambil tindakan yang akan menumbuhkan dan menjaga kepercayaan baik dengan konsumen atau dengan masyarakat sekitar. Hal ini dipicu dengan nilai kehidupan yang benar dijalankan sehingga menciptakan perilaku yang mendorong keberhasilan bisnis.

3.2.2. Bertanggung Jawab (负责 - Fù Zé)

Temuan selanjutnya yang ditemukan peneliti adalah nilai *fù zé* yang merupakan nilai kehidupan mengenai rasa bertanggung jawab yang diterapkan dalam bisnis keluarga untuk mengupayakan keberhasilan bisnis keluarga etnis Tionghoa di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda. Etnis Tionghoa sangat ambisius dalam bekerja serta selalu ingin terus berkembang. Begitu pula halnya dalam menjalankan bisnis keluarga, etnis Tionghoa memaknai berbisnis dengan adanya sikap dapat dipercaya, kerja keras, kekeluargaan, kemoralan, perhatian dan teliti, berani, dan jujur (Elvinawanty *et al.*, 2020).

Nilai *fù zé* mengandung ajaran agar selalu menyelesaikan segala urusan yang telah dimulai dengan baik. Filosofi Konfusianisme mengajarkan bahwa seseorang harus mengerti tugas dan tanggung jawabnya sehingga dapat bertindak sesuai dengan posisinya (Arifin, 2013). Sama halnya perilaku dalam bisnis keluarga, sebagai seseorang yang menjalankan bisnis keluarga maka harus memahami dengan jelas tugasnya dan harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab.

Etnis Tionghoa sangat menjunjung tinggi nama baik keluarga yang sudah dibangun, maka dalam hal berbisnis seluruh keluarga memiliki panutan, norma, dan tujuan yang sama untuk bertanggung jawab pada bisnis keluarga agar dapat bertahan dari masa ke masa (Suwarno & Harianti, 2021). Adanya nilai *fù zé*, mendorong para pelaku bisnis keluarga untuk selalu menjalankan bisnis dengan memandang kedepan, mengutamakan segala pekerjaan yang dikerjakan memiliki timbal balik bermanfaat. Para pelaku bisnis keluarga yang menjalankan bisnis juga berusaha keras bertanggung jawab dalam bisnis karena ini merupakan amanat yang harus siap dipikul dan siap dijalankan dengan tanggung jawab penuh. Didukung penelitian oleh Noviani *et al.*, (2018), bahwa mayoritas pelaku bisnis sebagai penerus kepemimpinan secara penuh tanpa bergantung dengan generasi pertama merasakan tanggung jawab yang besar.

Berdasarkan yang dinyatakan informan sebagai pelaku bisnis keluarga etnis Tionghoa di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda, dengan adanya nilai *fù zé* membuat para informan dengan tulus bertanggung jawab untuk mempertahankan bisnis keluarga karena merasa sebagai penerus harus melanjutkan hasil kerja keras orang tua. Disampaikan oleh informan bahwa sebagai penerus bisnis keluarga harus paham sulitnya orang tua merintis bisnis dan mampu berpikir jauh kedepan. Ini dapat timbul sebab adanya keterikatan emosional dan kepercayaan antar anggota keluarga sehingga terus berupaya menjaga sistem bisnis yang sudah dirancang (Jermias *et al.*, 2023).

Bentuk nilai *fù zé* sebagai pelaku bisnis keluarga adalah melaksanakan proses suksesi bisnis dengan berhasil. Suksesi bisnis adalah proses penyerahan posisi kepemilikan bisnis keluarga dari generasi pertama ke generasi penerus. Namun, dalam beberapa kasus mayoritas proses suksesi bisnis terbilang gagal sebab generasi pertama yang tidak berhasil menyediakan pengetahuan kepada generasi berikutnya (Noviani *et al.*, 2018). Berdasarkan yang dituturkan para informan yang rata-rata bukan generasi pertama, proses suksesi oleh generasi pertama biasa dilakukan dengan membiasakan generasi muda untuk terjun langsung menjalankan bisnis keluarga dan ternyata berhasil mencetak generasi selanjutnya sebagai generasi yang melanjutkan bisnis. Sejalan dengan

generasi pertama, para informan berusaha untuk membimbing generasi penerus agar dapat melanjutkan bisnis keluarga, namun menyesuaikan dengan zaman, maka para informan bertindak tidak begitu memaksa walaupun menaruh harapan besar.

Fù zé dalam praktik suksesi bisnis juga melibatkan proses manajemen pengetahuan (*knowledge management*). Peran manajemen pengetahuan ada pada generasi pertama yang diharuskan dapat mengatur dan menyediakan pengetahuan penting mengenai bisnis keluarga kepada sumber daya manusia yang ada dalam hal ini adalah generasi penerus yang akan meneruskan bisnis keluarga. Mayoritas generasi pertama dalam bisnis keluarga mempersiapkan generasi penerus dengan praktik langsung sehingga menciptakan pengalaman. Sejalan dengan yang dipaparkan Becerra *et al.*, (2015), bahwa pengalaman penting untuk perkembangan pengetahuan, pengetahuan akan meluas sejalan dengan pengalaman yang bertambah dan pengetahuan tersebut akan sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan bisnis.

Para informan melalui pernyataannya turut menyadari bahwa dalam menjalankan bisnis tentu akan menghadapi berbagai permasalahan. Sebagai bentuk *fù zé*, maka para informan sebagai pelaku bisnis harus memahami dengan baik solusi yang tepat untuk dapat meminimalisir masalah yang muncul. Salah satu masalah yang rentan dan sering dialami bisnis adalah masalah keuangan. Berdasarkan yang diungkapkan sebagai pelaku bisnis dalam hal usaha untuk meminimalisir masalah keuangan adalah dengan melakukan pencatatan keuangan bisnis walaupun secara sederhana namun harus mencakup pengeluaran dan pendapatan untuk setiap hari. Pencatatan keuangan yang dilakukan termasuk dalam penerapan akuntansi secara sederhana. Menurut Jusup (2017), akuntansi merupakan disiplin ilmu yang menyediakan informasi yang berguna dalam kegiatan bisnis sebagai bahan perencanaan dan pertanggung jawaban. Peneliti diberikan kesempatan oleh para informan melihat pencatatan yang dibuat. Melalui pengamatan tersebut, informan cukup memahami pencatatan yang dibuat akan berguna sebagai bahan evaluasi bisnis keluarganya.

Menurut Sukamdani (2023), sebagai pelaku bisnis keluarga masalah yang sering muncul dan sukar dipecahkan dalam bisnis keluarga adalah memisahkan kepentingan bisnis dan kepentingan keluarga. Pernyataan para informan menyatakan sebagai bentuk *fù zé* dalam bisnis keluarga dan sekaligus keluarga, maka sebaiknya jika terjadi selisih pandang, seluruh anggota keluarga yang terlibat dalam bisnis dapat melakukan diskusi guna mencapai jalan keluar yang sesuai dengan kebutuhan bisnis dan selalu melibatkan kehadiran orang tua untuk memberikan saran terbaiknya. Mengidentifikasi segala yang sesuai dengan kebutuhan bisnis juga diperlukan kompetensi manajerial yang akan menunjang sistem pengendalian bisnis yang efektif sehingga mempermudah dalam mendeteksi masalah yang terjadi beserta mencari solusi yang tepat (Ebert & Griffin, 2015).

3.2.3. Disiplin (纪律 - *Jì Lǜ*)

Nilai *jì lǜ* adalah temuan terakhir oleh peneliti yang berkaitan dengan nilai kedisiplinan yang diterpkan sebagai upaya untuk meraih keberhasilan bisnis keluarga etnis Tionghoa di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda. Nilai *jì lǜ* telah diajarkan dan ditanamkan oleh orang tua sebagai nilai dasar kehidupan. *Jì lǜ* merupakan nilai yang menunjang nilai-nilai lainnya dalam berjalannya bisnis keluarga. Adanya *jì lǜ* menjadikan para pelaku bisnis keluarga menjalankan bisnis sesuai dengan kepatuhan yang ada dan berperilaku taat terhadap segala sesuatu yang dianggap benar dan sesuai.

Nilai *jì lǜ* dipraktikkan oleh para informan sebagai pelaku bisnis keluarga dengan selalu menerapkannya setiap hari. *Jì lǜ* dapat terlaksana dengan baik jika dijalankan dengan rajin, penuh ketekunan dan keuletan. Didukung oleh penelitian Legista *et al.*, (2021), yang menjelaskan bahwa etnis Tionghoa Hokkian memahami dengan kerja keras dan ketekunan akan membawa ke keberhasilan bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara, informan mempraktikkan *jì lǜ* dengan konsisten untuk terus berinovasi. Inovasi dapat dilakukan jika memahami kondisi pasar dan peluang produk atau jasa yang disediakan dapat diterima oleh pasar (Ebert & Griffin, 2015). Sejalan dengan itu Sanawiri & Iqbal, (2018) juga menyatakan bahwa sebagai pelaku bisnis harus dapat mengidentifikasi kondisi pasar dan menganalisis peluang yang ada, kemudian meraih peluang tersebut jika ada kesempatan.

Ketaatan yang tidak putus dalam nilai *jì lǜ* juga dipraktikkan dengan sifat pantang menyerah dan terus belajar agar menjalankan segala tugas dengan benar. Ebert & Griffin (2015) menjelaskan salah satu faktor keberhasilan bisnis adalah pelaku bisnis harus memiliki komitmen, dedikasi, dan kerja keras. Seseuai dengan pernyataan informan sebagai generasi penerus, pada awalnya tentu dihadapkan dengan berbagai kesulitan namun dengan memiliki komitmen terus belajar, dedikasi pada bisnis keluarga, dan bekerja keras membawa pada keberhasilan menjalankan bisnis keluarga. Faktor lain yang dipraktikkan dan mendukung keberhasilan bisnis menurut Sanawiri & Iqbal (2018) adalah para pelaku bisnis harus memiliki kemampuan dan kemauan serta tekak yang kuat dan bekerja keras dalam menjalankan bisnis agar mencapai sebuah keberhasilan. Sejalan dengan hal tersebut berdasarkan pengamatan peneliti, para informan memiliki kemampuan dalam bidang yang ditekuni yaitu bisnis keluarga dan memiliki kemauan, tekak dan kerja keras yang sangat besar untuk menjalankan bisnis dan meraih keberhasilan bisnis keluarganya. Hal tersebut juga didukung Legista *et al.*, (2021) yang menjelaskan etnis Tionghoa Hokkian mencapai keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh usaha, kerja keras, pantang menyerah, dan keyakinan.

4. simpulan

Berbagai informasi didapatkan dari para informan berkaitan dengan “Implikasi Nilai Kehidupan Etnis Tionghoa dalam Keberhasilan Bisnis Keluarga (*Family Business*) di Kawasan Kampung Cina Kota Samarinda” dianalisis dan diperoleh kesimpulan bahwa nilai kehidupan yang dipegang para pelaku bisnis keluarga dalam menjalankan dan mengupayakan keberhasilan bisnis keluarganya adalah dengan senantiasa berpedoman pada integritas (*诚信 - Chéng Xìn*). Faktor-faktor penentu keberhasilan bisnis juga mengharuskan pelaku bisnis memiliki nilai integritas yang tinggi.

Nilai integritas dalam praktiknya dijalankan dalam kehidupan sehari-hari dan diaplikasikan pula dalam menjalankan bisnis keluarga. Peneliti menemukan dalam integritas (*诚信 - Chéng Xìn*) dibagi dalam tiga nilai utama, yaitu pertama adalah nilai kepercayaan (*相信 - Xiāng Xìn*) yang dijalankan para pelaku bisnis keluarga dengan berlandaskan kejujuran, menjaga kenyamanan dan kualitas, serta membangun hubungan baik. Kedua adalah nilai bertanggung jawab (*负责 - Fù Zé*) yang dijalankan para pelaku bisnis keluarga dengan mempertahankan bisnis keluarga, merencanakan suksesi bisnis, dan berusaha meminimalkan masalah. Nilai terakhir adalah nilai disiplin (*纪律 - Jì Lǜ*) yang dijalankan para pelaku bisnis keluarga dengan senantiasa ulet, terus berinovasi, dan pantang menyerah. Ketiga nilai kehidupan ini melengkapi satu sama lain dan selaras sehingga menciptakan integritas yang berperan sebagai pilar menuju keberhasilan bisnis keluarga.

Keberhasilan bisnis keluarga (*family business*) etnis Tionghoa di kawasan Kampung Cina Kota Samarinda telah terefleksikan dengan baik karena telah berhasil dijalankan lebih dari satu generasi dan bertahan selama puluhan tahun. Para informan juga telah menjalankan bisnis keluarga sesuai dengan nilai kehidupannya yang selaras dengan faktor-faktor penentu keberhasilan bisnis. Selain itu, para informan juga memahami hak dan kewajibannya sebagai pelaku bisnis keluarga.

Daftar Pustaka

- Amruloh, D. A. G. (2019). Kajian Filosofis Karakteristik Wirausaha Urang Sunda. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 119–130. Diakses pada 31 Januari 2024. <https://doi.org/10.34308/eqien.v6i2.101>
- Arifin, Y. Y. (2013). Lima Sikap Moral Dalam Paham Konfusianisme Dan Penerapannya Di Kehidupan Sehari-hari. *Jurnal Bahasa Dan Budaya China*.
- Ars, M. N., Rasyid, Y., & Achmad, H. (1986). *Sejarah Kota Samarinda*. 83(1–2), 195–200.
- Becerra, I., Fernandez, & Sebherwal, R. (2015). Knowledge Management: Sysyems and Processes. In *Экономика Пегуона* (Second Edi). Routledge.
- Bi, Leilei, Ehrich, John, & Lisa. (2012). Confucius as Transformational Leader: Lessons for ESL Leadership. *International Journal of Educational Management*, 26 (4)(0), 391–402.
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan* (S. Z. Qudsy (ed.); 3rd ed.). Pustaka Pelajar.

- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan* (S. Z. Qudsy (ed.); 3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis* (A. Maulana (ed.); 10th ed.). Penerbit Erlangga.
- Edlim, F. L. (2018). Implikasi Budaya Pada Control Bisnis Keluarga Etnis Tionghoa: Studi Kasus Pada CV. K di Samarinda. *Calyptra*, 7(1), 82–94. Diakses pada 29 November 2022. <http://www.journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1128>
- Elinuari, V., & Marlina, N. (2021). *Pengaruh Budaya Tionghoa dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Etnis Tionghoa Di Tulungagung*. 9(1).
- Elvinawanty, R., Yusnita, L., Rania, V., Silaban, L. br, & Sembiring, W. C. (2020). The Meaning of Entrepreneurship in Malay Ethnic, Javanese, Chinese and Indian in Medan City. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 1(3), 174–181. Diakses pada 29 November 2022. www.jurnalp3k.com/index.php/J-P3K/index
- Giorgi, A. (2009). *The Descriptive Phenomenological Method in Psychology: A Modified Husserlian Approach*. Duquesne University Press.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.)). Wal AshariPublishing.
- Husserl, E. (1970). *Logical Investigations* (J. N. Findlay, Trans.). Routledge & Kegan Paul.
- Ikbal, M., Ilmi, Z., Effendi, A. S., Darma, D. C., & Muliadi, M. (2020). The Dark Side of Business Using Accounting as a Financial Information Producing Tool: Content Analysis Approach. *Journal of Social Transformation and Education*, 1(2), 75–89.
- Irwansyah, I., Paminto, A., Ulfah, Y., Ikbal, M., & Caesar Darma, D. (2021). Family Business Background and Entrepreneurship Friendly Environment At University on Students Intention To Start-Up New Business. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 9(2), 129–140.
- Jermias, E. O., Ramli, M., & Rahman, A. (2023). Familisme dalam Manajemen Rumah Makan Sederhana di Kota Makassar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(1), 79. Diakses pada 31 Januari 2024. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1151>
- Jusup, H. Al. (2017). *Dasar-Dasar Akuntansi* (7th ed.). Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Legista, V., Ali, S., & Djausal, G. P. (2021). Budaya Bisnis Etnis Tionghoa Hokkian di Kota Prabumulih. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(2), 138–148. Diakses pada 31 Januari 2024. <https://doi.org/10.23960/jpb.v4i2.79>
- Noviani, V. E., D.P, H. R., & Sudirjo, F. (2018). *Gaya Kepemimpinan Generasi Kedua di Perusahaan Keluarga PT. Polidayaguna Perkasa*. 7(3), 1–24.
- Rahman, M. J., Zhu, H., & Jiang, X. (2024). Family firms, client importance, and auditor reporting behavior: evidence from China. *Meditari Accountancy Research*, 32(2), 543–578.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. UB Press. Diakses pada 30 November 2024. <https://books.google.co.id/books?id=bNaJDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>.
- Singgih, M. (2018). *Dasar-Dasar Kepanditaan Tridharma*. Perkumpulan Tridharma. <https://tridharma.or.id/dasar-dasar-kepanditaan-tridharma/>
- Sukamdani, N. (2023). Family Business Dynamics in Southeast Asia: A Comparative Study of Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand. *Journal of ASEAN Studies*, 11(1), 197–218. Diakses pada 10 Juli 2024. <https://doi.org/10.21512/jas.v11i1.9518>
- Sukamdani, N. B. (2013). *Solusi Perusahaan Keluarga*. PPM Manajemen.
- Sukamdani, N. B. (2023). *Great Family Business: Strategi Membangun Nilai Bisnis Keluarga Lintas Generasi* (Yohanes Sulistyadi dan Fauziah Eddyono (ed.)). PT Gramedia. Diakses pada 6 Desember 2023. https://www.google.co.id/books/edition/Great_Family_Business/91HAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=karakteristik+bisnis+keluarga&pg=PA22&printsec=frontcover
- Sulistio, Z. S. (2016). Pesan-Pesan Moral Orang Tua Etnis Tionghoa dalam Mendidik Anaknya. *Komunikasi KAREBA*, 5(2), 458–476.

Suwarno, H. L., & Harianti, A. (2021). *Family Business Membangun Bisnis Keluarga* (Aldila (ed.)). Penerbit ANDI. Diakses pada 30 November 2023.
[https://books.google.co.id/books?id=39F0EAAAQBAJ&lpg=PP1&dq=bisnis keluarga&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=bisnis keluarga&f=false](https://books.google.co.id/books?id=39F0EAAAQBAJ&lpg=PP1&dq=bisnis%20keluarga&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=bisnis%20keluarga&f=false)