

MOTIVASI BERTAHAN INDUSTRI KECIL: STUDI KASUS PADA PRODUSEN RITUAL IMLEK

Yoel Wibawatama Morita
Universitas Ma Chung Malang

Abstrak

Imlek merupakan kebudayaan dari Negara China yang dilaksanakan oleh masyarakat keturunan Tionghoa di Indonesia. Perayaan Imlek berhubungan dengan pesta memperingati tahun baru yang akan datang, serta identik dengan perangkat budaya seperti Angpao Imlek dan kue keranjang. Peneliti menemukan sebuah fenomena unik untuk diteliti yaitu terdapat produsen dari Indonesia yang memproduksi perangkat imlek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi yang dimiliki oleh industri kecil produsen ritual imlek dalam mempertahankan usahanya. Penelitian kualitatif ini menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data dan menggunakan kriteria kredibilitas untuk keabsahan data. Dalam penelitian ini ditemukan 3 tema bentuk motivasi dari informan untuk mempertahankan usahanya yaitu (1) motivasi instrinsik, (2) motivasi ekstrinsik, dan (3) motivasi pelestarian budaya. Tiga tema yang telah ditemukan dapat diimplikasikan secara teoritis terhadap teori 5 jenjang kebutuhan serta teori ekspektasi dari Abraham Maslow. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah Indonesia memiliki banyak sekali budaya dan perangkatnya, kenyataan ini menciptakan peluang bagi pengusaha lain untuk dapat mengembangkan budaya yang ada di Indonesia.

Kata-kata kunci: motivasi, industri kecil, ritual, Imlek.

Abstract

Imlek is the culture of the Chinese which is celebrated new year Chinese in Indonesia. Chinese New Year celebrations associated with the festival commemorating the coming New Year, and related to Hungbao and Nian Gao. This study finds a unique phenomenon investigated from Indonesian manufacturers which produce Imlek ritual stuffs. The purpose of this study was to determine the motivation of small manufacturers owned by producers in maintaining their business. This qualitative study uses interviews as data collection technique and uses the credibility criteria to test the validity of the data. The study finds 3 themes of the informant's motivation to maintain its business, namely (1) intrinsic motivation, (2) extrinsic motivation, and (3) preservation of cultural motivation. Three themes that have been found can be implicated theoretically on the 5 levels of needs theory and the expectation theory of Abraham Maslow. The practical implication of this study is the fact that Indonesia has many cultures and cultural ritual devices, these facts create opportunities for other entrepreneurs to develop a culture in Indonesia.

Keywords: motivation, small industry, ritual, Chinese new year, Imlek.

PENDAHULUAN

Kegiatan ritual merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat atau komunitas tertentu untuk memuja Tuhannya, ataupun menaikkan ucapan syukur atas berkat yang diterima. Kegiatan ritual ini biasanya rutin diadakan dan juga menggunakan beberapa perangkat-perangkat ritual yang mendukung. Indonesia memiliki beragam kebudayaan yang masing-masing memiliki kegiatan ritual berbeda. Imlek merupakan salah satu kegiatan ritual yang dirayakan oleh Etnis Tionghoa di seluruh dunia, termasuk juga yang ada di Indonesia. Imlek sendiri merupakan perayaan yang penting bagi orang

Tionghoa. Perayaan ini merupakan peringatan akan berjalannya tahun yang baru menurut penanggalan masyarakat Tionghoa. Perayaan Imlek sendiri melibatkan berbagai macam tradisi dan kepercayaan di dalamnya, misalnya membersihkan dan menghias rumah, melunasi hutang, makan malam bersama semua anggota keluarga, tarian barongsai, hingga yang paling terkenal dan digemari anak-anak dan remaja yang belum menikah yaitu Angpao. Di Indonesia terdapat cukup banyak masyarakat keturunan dari Etnis Tionghoa yang datang ribuan tahun yang lalu melalui proses perniagaan.

Pada Tahun 1968-1999 perayaan tahun baru Imlek dilarang untuk dirayakan secara terbuka. Larangan tersebut dituliskan secara resmi pada Instruksi Presiden Nomor 14 Tahun 1967, rezim orde baru masa kepemimpinan Presiden Soeharto yang isinya melarang segala aktifitas yang melibatkan etnis dan kebudayaan Tionghoa, termasuk Imlek. Masyarakat Tionghoa di Indonesia mulai diperbolehkan merayakan tahun baru Imlek pada Tahun 2000 ketika Inpres Nomor 14/1967 dicabut oleh Presiden yang menggantikan Soeharto, Abdurrahman Wahid. Tindakan pencabutan itu kemudian ditindaklanjuti oleh Presiden Abdurrahman Wahid dengan mengeluarkan Keputusan Presiden Nomor 19/2001 tertanggal 9 April 2001 yang meresmikan Imlek sebagai hari libur fakultatif (hanya berlaku bagi mereka yang merayakannya). Pada Tahun 2002 Presiden Megawati Soekarnoputri meresmikan Imlek sebagai salah satu hari libur nasional yang dimulai pada Tahun 2003 (Kurniati, dll; 2012). Perayaan Imlek identik dengan pesta makan-makan bersama anggota keluarga yang dilengkapi dengan pembagian angpao. Angpao berasal dari bahasa Tionghoa *HongBao* yang berarti amplop berwarna merah. Pembagian angpao merupakan tradisi yang paling disukai oleh anak-anak dan remaja karena mereka akan mendapatkan sejumlah uang yang dimasukkan ke dalam angpao. Biasanya pemberi angpao adalah mereka yang sudah menikah, dan penerima angpao adalah mereka yang belum menikah. Kemeriahan imlek semakin terasa khususnya pada minggu-minggu menjelang hari perayaan. Banyak sekali produk ritual Imlek seperti asesoris, dekorasi, pakaian dan perhiasan dijual di pasar, bahkan sudah mulai banyak diadakan pameran terbuka, serta promosi di mal yang berhubungan dengan perayaan Imlek. Kemeriahan Imlek semakin dirasakan oleh masyarakat Indonesia, terbukti dengan banyaknya masyarakat dari etnis non-Tionghoa yang juga turut menjual produk-produk ritual Imlek dan semakin memperkuat rasa kebersamaan dengan tidak membedakan ras tertentu. Penetapan perayaan Imlek sebagai hari libur nasional mempengaruhi keterbukaan masyarakat Indonesia dalam merayakan tahun baru China (Imlek). Dilihat dari segi ekonomi, kemeriahan Imlek juga membuka peluang bisnis bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi industri yang memproduksi produk-produk ritual Imlek meskipun terdapat fakta bahwa Imlek merupakan kebudayaan yang berasal dari Negara China, dan mayoritas produk ritual yang berhubungan dengan perayaan Imlek diimpor langsung dari China.

Terkait dengan adanya fenomena di atas, peneliti telah menemukan dua produsen yang memproduksi perangkat ritual Imlek yaitu produsen angpao Imlek dan kue keranjang. Dua industri yang bersangkutan tetap bertahan untuk melaksanakan proses produksi dan proses tersebut telah bertahan belasan tahun. Melihat tingginya semangat yang ditunjukkan oleh produsen tersebut untuk tetap bertahan dalam industri yang kecil dan unik, serta adanya pemikiran bahwa Indonesia sendiri merupakan negara berkembang yang pada dasarnya mampu untuk menciptakan produk berkualitas maka penelitian ini meneliti tentang motivasi dari kedua produsen tersebut untuk dapat terus bertahan dan bersaing dengan produk impor. Ada penelitian sejenis yang sudah terlebih dahulu dilakukan terkait dengan motivasi usaha, Agustini dan Indarjati pada tahun 2003 melakukan penelitian

terkait dengan motivasi yang mendukung kemampuan bertahan dalam usaha pada pengusaha makanan. Penelitian kuantitatif tersebut bertujuan untuk menggali motivasi yang mendasari pengusaha di dalam menjalankan usahanya sehingga mampu bertahan dalam waktu yang cukup lama. Dari penelitian yang dilakukan dengan statistik chi-square, terdapat sebuah kesimpulan bahwa motivasi yang berperan di dalam kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama tersebut adalah motivasi yang muncul pada awal ketika memulai usaha.

Perbedaan penelitian Agustini dan Indarjati dengan penelitian ini adalah subyek yang diteliti yaitu pengusaha makanan dan produsen produk ritual Imlek. Perbedaan lainnya adalah metode penelitian yang digunakan oleh Agustini dan Indarjati menggunakan metode kuantitatif untuk melihat motivasi apa yang membuat pengusaha makanan tersebut mampu bertahan, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai motivasi pengusaha produk ritual Imlek untuk mampu bertahan selama bertahun-tahun.

Motivasi

Motivasi merupakan sebuah dorongan yang muncul dari keinginan masing-masing individu, dan didorong dengan faktor-faktor lain. Seperti yang diungkapkan oleh Hutagalung (2010) Motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha karena motivasi utama seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur* adalah *be their own bosses*. Motivasi bukanlah sesuatu yang abstrak melainkan sebuah dorongan yang konkret, yang timbul dari adanya interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan pribadi lainnya (As'ad, 2003). Robbins dan Judge (2007) mengatakan bahwa motivasi adalah sebuah proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan Samsudin (2005) mengartikan motivasi sebagai proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan, namun juga dapat diartikan sebagai dorongan yang dimaksudkan sebagai desakan alami untuk memuaskan dan mempertahankan kehidupan.

Chung & Megginson dalam Gomes (2001) memaparkan bahwa motivasi melibatkan faktor-faktor individual dan faktor-faktor organisasional. Faktor-faktor individual meliputi kebutuhan-kebutuhan (*needs*), tujuan-tujuan (*goals*), sikap (*attitude*), dan kemampuan-kemampuan (*abilities*). Pembayaran atau gaji (*pay*), keamanan pekerjaan (*job security*), rekan sekerja (*coworkers*), pengawasan (*supervision*), pujian (*praise*), dan pekerjaan itu sendiri (*job itself*).

Ada beberapa faktor yang menjadi penggerak motivasi seseorang menurut Peterson dan Plowman dalam Malayu (2005), yaitu:

1. Keinginan untuk hidup. Setiap manusia membutuhkan makan dan minum untuk tetap bertahan hidup, oleh karena itu setiap manusia yang ingin untuk tetap hidup akan berusaha untuk bekerja.
2. Keinginan untuk memiliki sesuatu. Faktor penggerak yang kedua adalah keinginan manusia untuk memiliki sesuatu seperti rumah, mobil, perhiasan, dsb.
3. Keinginan akan kekuasaan. Keinginan akan kekuasaan ini memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan keinginan untuk memiliki.
4. Keinginan akan adanya pengakuan. Faktor penggerak yang terakhir berkaitan erat dengan keinginan akan adanya pengakuan, penghormatan, dan status sosial.

Ada 4 bentuk motivasi yang diungkapkan oleh Widyatun (1999):

1. Motivasi Instrinsik. Motivasi instrinsik muncul dari dalam diri sendiri tanpa perlu dorongan dari luar.
2. Motivasi Ekstrinsik. Motivasi ini tidak dapat timbul dari dalam diri manusia, melainkan muncul karena adanya pengaruh dari luar baik paksaan, imbalan, pengaruh lingkungan, dsb.
3. Motivasi Terdesak. Motivasi ini muncul dalam kondisi yang mendesak, dan muncul secara cepat serta menimbulkan perubahan yang cepat juga.
4. Motivasi Ipeleksosbud-Hankam. Motivasi yang terakhir ini berkaitan dengan ideologi, politik, sosial, ekonomi, budaya, pertahanan, dan keamanan. Sardiman (2007) mengungkapkan 3 fungsi motivasi seseorang, yaitu:
 1. Mendorong manusia untuk berbuat, motivasi dalam hal ini menjadi pendorong utama bagi seorang manusia untuk melakukan sesuatu.
 2. Menentukan arah perbuatan, motivasi mampu membantu seseorang untuk mencapai arah tujuan yang hendak dicapai sesuai dengan rumusan dari tujuan tersebut.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi yang dimiliki oleh produsen ritual imlek sehingga mampu bertahan dalam industri.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, menurut Suryana (2007) metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang temuan-temuan penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lainnya, prosedur ini menghasilkan temuan-temuan yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan beragam sarana meliputi pengamatan dan wawancara, namun bisa juga mencakup dokumen, buku, kaset video, dan bahkan data yang telah dihitung untuk tujuan lain, misalnya data sensus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu studi yang mendalami masalah yang terperinci dengan batasan-batasannya, mengambil data yang sangat terperinci dan dalam serta melibatkan banyak sumber yang terkait. Penelitian studi kasus dibatasi oleh tempat, waktu, dan kasus yang dipelajari berupa program, peristiwa, aktivitas, atau individu (Afriani, 2009).

Penelitian ini mengambil setting di Jalan Bratang Gede, dan Jalan Kutisari Indah Selatan Kota Surabaya, Jawa Timur. Alasan pemilihan tempat ini dikarenakan Surabaya merupakan kota pusat perdagangan di Jawa Timur. Peneliti sendiri sebelumnya telah mencari informasi terkait dengan lokasi produsen-produsen yang memproduksi perangkat ritual Imlek, dan dari data yang diperoleh kebanyakan berlokasi di Surabaya, oleh sebab itu peneliti memutuskan untuk mencari data di Surabaya.

Pada penelitian ini dipilih dua subjek yang merupakan produsen atribut ritual Imlek yang berlokasi di Surabaya. Dua produsen tersebut adalah produsen angpao Imlek dan produsen kue keranjang. Pemilihan dua industri kecil tersebut dikarenakan perayaan Imlek sangat identik dengan pembagian angpao dan juga tradisi makan kue keranjang. Namun demikian subjek penelitian enggan untuk mencantumkan nama perusahaan, sehingga peneliti mengganti nama dari subjek penelitian ini dengan nama samaran. Angpao Imlek disamarkan sebagai AM, dan kue keranjang disamarkan sebagai XX. Dengan pemilihan 2 subjek tersebut diharapkan peneliti mampu memperoleh data secara mendalam dan nantinya dapat memaparkan hasil yang maksimal.

Pada penelitian yang menggunakan pendekatan studi kasus ini digunakan data verbal yang diperoleh dari hasil wawancara dengan kedua informan AM dan XX.

Proses wawancara sendiri adalah proses tanya-jawab yang dilakukan oleh peneliti bertatap muka secara langsung dengan satu orang atau lebih serta mendengarkan setiap informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang dikatakan oleh subjek. Dengan wawancara ini diharapkan peneliti mampu memperoleh data yang sebenar-benarnya dari subjek penelitian, karena tanpa adanya wawancara peneliti akan kehilangan informasi terkait dengan penelitian. Menurut Affriani (2009) tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi atau keterangan dan bukan bertujuan untuk merubah atau mempengaruhi pendapat dari responden.

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini digunakan kriteria kredibilitas (*credibility*) yang menurut Moleong (2010) kriteria ini memiliki sebuah fungsi untuk melaksanakan pemeriksaan sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan hasil-hasil penemuan kita dapat dicapai, serta mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan kita dengan jalan pembuktian terhadap kenyataan ganda yang sedang diteliti. Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti adalah *member check* dimana proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data Sugiyono (2010, 246).

Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan tahapan yang penting dalam penelitian, Moleong (2010) mengatakan bahwa analisa data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Menurut Miles dan Humberman (2007) ada 4 tahapan analisis data yaitu:

1. Pengumpulan data. Peneliti mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan bersama produsen angpao Imlek dan kue keranjang di Surabaya.
2. Reduksi data. Reduksi data memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data-data yang telah direduksi, serta memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya sewaktu-waktu diperlukan. Hasil wawancara dengan kedua informan angpao imlek dan kue keranjang akan digolongkan berdasarkan tema bentuk-bentuk motivasi yaitu motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, motivasi terdesak, motivasi ipoleksosbud-hankam dan diberi kode.
3. Penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk tabel sehingga data yang disajikan dapat dimengerti dengan mudah.
4. Pengambilan keputusan atau verifikasi. Peneliti dapat menarik kesimpulan untuk verifikasi setelah data disajikan. Untuk menarik kesimpulan dibutuhkan pola, model, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering muncul, hipotesis dan sebagainya. Jadi dari data tersebut berusaha diambil kesimpulan, verifikasi dapat dilakukan dengan keputusan yang didasarkan pada reduksi data, dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan kesimpulan berdasarkan tema-tema penelitian yang ada sehingga kesimpulan tersebut akan mampu menjawab tujuan dan rumusan masalah penelitian.

HASIL

Penelitian ini dilakukan di 2 lokasi berbeda, yaitu produsen angpao Imlek milik informan AM di Jalan Bratang Gede 3 (nama informan disamarkan), dan yang kedua adalah produsen kue keranjang milik informan XX (nama informan disamarkan) terletak di Jalan Kutisari Indah Selatan 2. Kedua produsen tersebut berada di Kota Surabaya, dan mereka meminta namanya disamarkan, untuk menjaga kerahasiaan.

Tabel 1
Deskripsi informan Produsen angpao Imlek

	AM	XX
Usia	56	47
Agama	Kristen	Budha
Pendidikan Terakhir	SMP	SMA
Jenis Kelamin	Pria	Wanita
Tahun Pendirian Usaha	1999	Turun temurun (1985)

Sumber: Hasil wawancara (2013)

Deskripsi Hasil Wawancara Produsen Angpao Imlek

Ada beberapa hal yang mempengaruhi AM untuk menjalankan usahanya baik motivasi dari dalam diri sendiri, maupun dari luar. Motivasi awal AM memulai usaha adalah kondisi saat AM menganggur dan menggantungkan hidup pada sang istri.

AM : *"Saya nganggur cukup lama di rumah dan hanya istri yang bekerja, sampai suatu saat saya merasa masa kepala keluarga malah nganggur di rumah, kok istrinya yang kerja."* (A1)

Seperti diungkapkan oleh AM bahwa pekerjaan rumah merupakan kendala yang cukup besar bagi dirinya, karena sejak kecil AM tidak terbiasa melakukan pekerjaan rumah sehari-hari.

AM : *"Mungkin itu yang menjadi alasan utama saya ndak mau istri saya bekerja, saya ini ndak bisa menyelesaikan pekerjaan rumah, dulu itu saya 11 bersaudara, cowoknya cuman 4, jadi pekerjaan rumah sudah pasti beres dikerjakan saudara-saudara saya perempuan."* (A2)

Kedua hal itu menjadi motivasi AM untuk tidak menjadi seorang suami yang malas dan menggantungkan hidupnya beserta seluruh anggota keluarga pada sang istri, namun AM juga ingin menjadi seorang pribadi yang bertanggung jawab terhadap keluarganya. Selain motivasi yang muncul dari dalam diri sendiri, ada juga pengaruh dari luar yang juga membuat AM terus mempertahankan usahanya, salah satunya adalah berkaitan dengan pendapatan.

AM: *"Dulu sempat punya keinginan ganti haluan usaha, tapi saat tahun ketiga produksi angpao Imlek masyarakat sudah mulai tau merek dari perusahaan saya, jadi omsetnya juga meningkat, akhirnya sampai sekarang ya tetep aja jalanin usaha ini."* (B1)

AM: *"Sebenarnya sebanding sih, meskipun saya jual produk itu ndak terlalu mahal, tapi untung yang didapat itu cukup besar, jadi kalau bicara soal apa yang dikerjakan dan apa yang didapat saya rasa sih sebanding."* (B2)

Apa yang didapatkan oleh AM dirasa sebanding dengan apa yang telah dilakukannya, sehingga AM memutuskan untuk bertahan dan mengembangkan bisnis angpao Imlek. AM sendiri tidak merasa terdesak untuk menjalankan usaha ini, bahkan saat ditanya apakah sang istri pernah memaksa AM untuk bekerja, AM menjawab tidak pernah dipaksa oleh sang istri.

AM : *"Tidak pernah, istri saya itu orangnya suka kerja pada dasarnya, sudah sejak kecil memang hidupnya keras jadi semangat kerjanya tinggi."* (C1)

AM : *"Saya menjalankan usaha ini tidak ada paksaan dari siapapun, dari keinginan saya pribadi, trus istri juga mendukung meskipun pada awalnya berat keluar dari perusahaan."* (C2)

Selain itu AM juga ingin menjaga tradisi untuk tetap melaksanakan proses produksi angpao Imlek yang sudah dilakukannya sejak tahun 2005.

AM: *"Saya juga pingin jaga tradisi untuk produksi angpao Imlek."* (D1)

Deskripsi Hasil Wawancara Produsen Kue Keranjang

Tidak berbeda dengan AM, XX juga memiliki beberapa motivasi untuk tetap menjalankan usahanya. Motivasi yang dimiliki oleh XX juga berasal dari dalam diri, mau pun motivasi yang diperoleh dari luar. XX memulai bisnisnya dengan membantu sang ibu mertua untuk membuat kue keranjang didukung dengan hobinya memasak, hal itulah juga yang menjadi alasan dari dalam diri XX untuk tetap memproduksi kue keranjang.

XX : *"Ya ai kan ya suka masak, jadi isa dibilang hobi yang dapet duit lah."* (K1)

Selain memiliki hobi yang dapat menghasilkan uang, alasan XX mempertahankan usaha kue keranjang tersebut adalah ingin untuk menjadi seorang ibu yang bisa dijadikan panutan bagi anak-anaknya yang berusia remaja agar tidak malas belajar maupun pada saat bekerja nantinya.

XX : *"Ai itu pengen anak-anak itu liat ai jadi conto biar mereka juga semangat kerja, nek sekarang ya semangat belajar."* (K2)

Cara yang diterapkan XX adalah dengan meminta bantuan kepada ketiga anaknya dalam pengerjaan kue keranjang. Pada awalnya ketiga anak XX keberatan untuk membantu, namun diungkapkan XX bahwa hasil yang akan didapatkan dari penjualan kue keranjang tersebut bisa dibilang cukup besar ketiga anaknya pun semakin rajin membantu di tahun selanjutnya. Alasan itu juga yang ikut mempengaruhi motivasi XX untuk terus menjalankan proses produksi kue keranjang meskipun proses tersebut memakan waktu yang cukup lama (14 jam) dalam pengerjaannya.

XX : *"Sebanding ya sebanding, dapet itu, soalnya kan penghasilan cuman 1 tahun1x."* (L1)

XX : *"Soalnya kan kalau 1 tahun 1x aja lumayan lho, kalau untuk tiap hari kayak gini ya berlebih."* (L3)

Selain karena imbalan yang didapatkan cukup besar, XX juga ingin menjaga hubungan dengan para pelanggan yang sudah setia membeli kue keranjang

keluarganya selama bertahun-tahun. XX mengatakan bahwa ada banyak pelanggan yang setiap tahun selalu memesan kue keranjang melalui telepon.

XX : *“Langganan bobo itu semua ngebel bikin ndak mau pesen jadi mau ndak mau dilanjutin, jadi kita udah ada langganan dari dulu jadi dilanjutin sampe sekarang.”* (L4)

XX : *“Eman pelanggan-pelanggan yang udah tiap tahun beli itu kalo ndak dilayani.”* (L5)

XX : *“Kalau orangnya sudah tau sampe yang sekarang udah pindah sampe pakuwon sana, jauh kesininya dia tetep ambil punya ai ngambilnya kesini.”* (L2)

Kesetiaan pelanggan itulah yang membuat XX tetap semangat untuk melaksanakan proses produksi dari tahun ke tahun. XX mengungkapkan bahwa sayang sekali apabila pelanggan - pelanggan yang sudah setiap tahun membeli tidak lagi dilayani. XX sendiri mengatakan bahwa tidak ada desakan bagi dirinya untuk menjalankan bisnis ini, bahkan XX mengaku bahwa dirinya tidak suka menjadi seorang wanita yang menganggur di rumah dan tidak mengerjakan apa-apa, jadi pengerjaan kue keranjang ini bukan merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh XX karena situasi yang mendesak dirinya.

XX : *“Ai itu orangnya ndak suka diem-diem di rumah, nganggur ga ada kerjaan, tidur-tidur.”* (M1)

Motivasi untuk tetap mempertahankan tradisi juga merupakan alasan mengapa XX bertahan dalam bisnis ini. Sebagai warga keturunan Tionghoa, XX mengungkapkan bahwa kue keranjang adalah salah satu makanan wajib ada pada saat perayaan tahun baru Imlek, itulah sebabnya XX selalu membuat kue keranjang untuk keluarganya sendiri dengan tetap memegang teguh resep tradisional yang tidak menggunakan pengawet di dalam adonannya demi alasan kesehatan.

XX : *“Ai kan Cuma mikir tradisi kan pas xincia harus ada kue keranjang, itu aja.”*(N3)

XX : *“Ada yang ngomong coba pake pengawet biar tahan, ai bilang endak kita udah ngewarisi dari dulu kita juga makan kita jaga kesehatan.”* (N1)

Tradisi dan budaya yang dimiliki oleh XX juga ingin ia tularkan kepada anaknya, bahkan sampai kepada cucunya, namun XX sendiri juga mengaku bahwa menularkan pekerjaan ini bukan merupakan hal yang mudah karena adanya kemungkinan besar ketiga anaknya tidak menyukai pekerjaan tersebut.

XX : *“Ya kepingin cumanya orang-orang ini mau ndak, makanya ai kemarin nanya ke bobo ini habis ini sapa yang megang ya, kemungkinan titi (adik laki-laki) yang bisa, paling sering bantu.”* (N2)

Meskipun belum mengetahui nasib usaha kue keranjangnya dimasa mendatang, XX tetap berkeinginan untuk tetap melestarikan resep kue keranjang yang dimilikinya, karena resep tersebut memiliki nilai kebudayaan yang kuat berdasarkan dengan kualitas yang dijaga oleh XX dan pendahulunya.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menguraikan sebuah topik melalui wawancara dengan subyek penelitian. Hasil wawancara yang sudah didapatkan tersebut akan dijelaskan oleh peneliti sehingga tidak terjadi salah pengertian dari kalimat yang telah dipaparkan. Melalui hasil wawancara dengan kedua subyek, peneliti mendapatkan 4 tema berkaitan dengan motivasi pengusaha untuk tetap mempertahankan usahanya. Tema yang digunakan nantinya akan dianalisis pada masing-masing tema, tema-tema tersebut akan dipaparkan pada tabel 2.

Tabel 2
Motivasi Pengusaha

No	Tema	AM	XX
1	Motivasi Instrinsik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Motivasi Ekstrinsik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Motivasi Terdesak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Motivasi Ipoleksosbud –	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tanda () pada kolom informan menunjukkan bahwa motivasi tersebut menjadi alasan mengapa pengusaha bertahan, sedangkan tanda () menunjukkan bahwa tema tersebut bukan merupakan motivasi pengusaha untuk mempertahankan usahanya. Tema motivasi terdesak bukan merupakan motivasi XX dan AM untuk mempertahankan usahanya, sehingga tema tersebut akan dihilangkan dalam pembahasan dan peneliti akan menggunakan 3 tema yang menjadi motivasi kedua informan yaitu motivasi instrinsik, motivasi ekstrinsik, dan motivasi ipoleksosbud-hankam. Motivasi ipoleksosbud-hankam yang dimiliki oleh kedua informan lebih fokus kepada motivasi pelestarian budaya, oleh karena itu tema dari ipoleksosbud- hankam akan lebih fokus kepada motivasi pelestarian budaya.

Motivasi Instrinsik

Menurut Widyatun (1999), motivasi instrinsik muncul dari dalam diri sendiri tanpa perlu dorongan dari luar. Motivasi ini merupakan bentuk motivasi yang sangat kuat karena muncul atas keinginan diri sendiri dan akan sangat sulit untuk dilawan. Melalui hasil wawancara dengan kedua informan AM dan XX, keduanya menyebutkan bahwa motivasi instrinsik merupakan salah satu bentuk motivasi yang menjadi alasan mereka untuk tetap bertahan melaksanakan proses produksi.

AM : *“Saya nganggur cukup lama di rumah dan hanya istri yang bekerja, sampai suatu saat saya merasa masa kepala keluarga malah nganggur di rumah, kok istrinya yang kerja.”* (A1)

”Mungkin itu yang menjadi alasan utama saya ndak mau istri saya bekerja, saya ini ndak bisa menyelesaikan pekerjaan rumah, dulu itu saya 11 bersaudara, cowoknya cuman 4, jadi pekerjaan rumah sudah pasti beres dikerjakan saudara -saudara saya perempuan.” (A2)

Pernyataan A1 menunjukkan bahwa AM sebagai seorang suami merasa bahwa dirinya tidak mengambil tanggung jawab sebagai kepala keluarga, dan membebarkannya kepada sang istri. Ketika pernyataan A1 muncul, maka dari dalam diri AM muncul sebuah tekad untuk mengambil kembali beban dan tanggung jawab sebagai seorang kepala rumah tangga, sehingga pada akhirnya AM mengambil keputusan untuk mendirikan sebuah usaha yang memproduksi angpao Imlek.

Pernyataan A2 menjadi motivasi yang semakin memperkuat tekad AM untuk tetap bertahan sebagai pengusaha dimana AM mendapati sebuah fakta bahwa pekerjaan rumah tangga tidak dapat diselesaikannya. Keterbatasan yang dimiliki oleh AM ini terbawa sejak kecil dimana pekerjaan rumah tangga selalu diambil alih dan diselesaikan oleh 7 orang saudara perempuannya, sehingga AM tidak terbiasa untuk melakukan pekerjaan rumah tangga.

Dengan adanya 2 pernyataan tersebut maka AM berniat untuk tetap bertahan dengan usaha yang sedang dijalannya, karena apabila AM tidak lagi mempertahankan usaha ini, maka status kepala rumah tangga tidak akan ada pada dirinya, dan AM akan kembali merasa rendah diri dihadapan istrinya. Akibat lain daripada tidak dipertahankannya usaha ini adalah istri dari AM akan kembali bekerja, sedangkan AM tidak mampu mengerjakan pekerjaan rumah tangga sehingga AM akan menjadi seorang pengangguran. Kedua hal tersebut pada akhirnya menjadi motivasi yang kuat bagi AM untuk tetap mempertahankan usahanya dan tetap memproduksi angpao Imlek.

Motivasi Instrinsik juga menjadi salah satu bentuk motivasi yang menjadi landasan bagi XX untuk tetap mempertahankan usahanya. Motivasi yang timbul dari diri XX adalah ingin mengubah hobi memasaknya menjadi sebuah pekerjaan yang bisa mendatangkan uang, seperti yang ada pada pernyataan K1.

XX : *“Ya ai kan ya suka masak, jadi isa dibilang hobi yang dapet duit lah.”* (K1)

“Ai itu pengen anak-anak itu liat ai jadi conto biar mereka juga semangat kerja, nek sekarang ya semangat belajar.” (K2)

Pernyataan K2 memiliki nilai hidup dari seorang ibu yang ingin agar anak-anaknya tumbuh sebagai individu yang rajin. Pernyataan K2 muncul karena XX tidak suka melihat generasi muda yang malas, sehingga muncul komitmen dari dalam diri XX untuk melakukan pekerjaan yang menyita banyak waktu dalam proses pengerjaannya sehingga apa yang dilakukan oleh XX dapat menjadi contoh bagi ketiga anaknya. Memberi panutan yang baik merupakan tanggung jawab utama bagi orang tua, seperti pepatah mengatakan *“Buah jatuh tak jauh dari pohonnya”* yang artinya tindakan seseorang tidak akan jauh berbeda dengan orang yang membesarkannya.

Akibat yang muncul apabila XX berhenti melaksanakan proses produksi adalah ketiga anaknya tidak akan mendapatkan panutan yang baik dari seorang ibu, dan tidak menutup kemungkinan mereka juga akan melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan oleh XX.

Motivasi Ekstrinsik

Menurut Widyatun (1999) motivasi ekstrinsik tidak dapat timbul dari dalam diri manusia, melainkan muncul karena adanya pengaruh dari luar baik paksaan, imbalan, pengaruh lingkungan, dsb. Masing-masing informan memiliki motivasi ekstrinsik yang mempengaruhi kemampuan bertahan mereka dalam menjalankan usaha produk ritual Imlek. Bagi AM bentuk motivasi dari luar yang membuatnya bertahan adalah omset penjualan yang berkaitan langsung dengan pendapatan. AM sempat ingin menghentikan usahanya yang tidak terlalu ramai pada 2 tahun pertama, dan ingin menggantinya dengan usaha lain. Pada tahun ketiga omset penjualan dari angpao Imlek mengalami peningkatan sehingga AM tidak jadi menutup usahanya dan tetap melanjutkan produksi angpao Imlek.

AM : *“Dulu sempat punya keinginan ganti haluan usaha, tapi saat tahun ketiga produksi angpao Imlek masyarakat sudah mulai tau merek dari perusahaan saya,*

jadi omsetnya juga meningkat, akhirnya sampai sekarang ya tetep aja jalanin usaha ini.” (B1)

“Sebenarnya sebanding sih, meskipun saya jual produk itu ndak terlalu mahal, tapi untung yang didapat itu cukup besar, jadi kalau bicara soal apa yang dikerjakan dan apa yang didapat saya rasa sih sebanding.” (B2)

Pernyataan B2 dari AM menunjukkan bahwa apa yang telah dilakukan oleh AM, segala usaha dan kerja kerasnya tergantung dengan keuntungan yang didapatkan berdasarkan hasil penjualan, hal ini yang menjadi motivasi AM untuk dapat terus mempertahankan usahanya. Apabila AM berhenti untuk memproduksi angpao Imlek, maka AM akan berhenti mendapatkan keuntungan dan harus mencari usaha lain untuk menutupi kekurangan finansial keluarganya. Motivasi Ekstrinsik XX juga berkaitan dengan pendapatan, namun tidak hanya pendapatan saja melainkan berkaitan juga dengan pelanggan setia yang sudah bertahan dari tahun ke tahun untuk tetap mengkonsumsi kue keranjang yang ia produksi. Pernyataan L1 dan L3 menunjukkan bahwa faktor finansial juga menjadi bentuk motivasi ekstrinsik bagi XX untuk tetap menjalankan usahanya. XX mengatakan bahwa proses yang berat dalam pembuatan kue keranjang akan terbayarkan dengan pendapatan yang diterima saat kue keranjang tersebut terjual.

XX : *“Sebanding ya sebanding, dapet itu, soalnya kan penghasilan cuman 1 tahun 1x.” (L1)*

“Kalau orangnya sudah tau sampe yang sekarang udah pindah sampe pakuwon sana, jauh kesininya dia tetep ambil punya ai ngambilnya kesini.” (L2)

“Soalnya kan kalau 1 tahun 1x aja lumayan lho, kalau untuk tiap hari kayak gini ya berlebih.” (L3)

“Langganan bobo itu semua ngebel bikin ndak mau pesen jadi mau ndak mau dilanjutin, jadi kita udah ada langganan dari dulu jadi dilanjutin sampe sekarang.” (L4)

“Eman pelanggan-pelanggan yang udah tiap tahun beli itu kalo ndak dilayani.”(L5)

Pernyataan L2, L4, dan L5 menunjukkan bahwa kesetiaan pelanggan yang menyukai kue keranjang buatan XX menjadi motivasi untuk tetap menjalankan proses produksi. Konsumen merupakan faktor penting dalam penjualan, karena apabila konsumen-konsumen setia tersebut berpindah dan menemukan produsen kue keranjang lain yang lebih sesuai dengan selera mereka, maka produsen akan kehilangan konsumen tersebut untuk selamanya. Maka dari itu penting bagi XX untuk tetap menjaga dan memenuhi permintaan dari pelanggan - pelanggan setia-nya agar pelanggan-pelanggan tersebut tidak akan berusaha untuk mencari produsen kue keranjang yang lain.

Motivasi Pelestarian Budaya

Menurut Widyatun (1999) Motivasi Ipeleksosbud-Hankam terdiri dari ideologi, politik, sosial, ekonomi, budaya, pertahanan, dan keamanan. Kedua informan AM dan XX memiliki motivasi yang berkaitan dengan budaya tersebut, AM ingin dapat terus memproduksi angpao Imlek, dan XX ingin untuk terus memproduksi kue keranjang tradisional dengan resep turun temurun dari keluarganya.

Di dalam pernyataan D1 menunjukkan bahwa AM memiliki motivasi yang berkaitan dengan pelestarian budaya, AM ingin untuk terus menjaga tradisi untuk memproduksi

angpao imlek dari tahun ke tahun. Motivasi yang ditunjukkan oleh AM merupakan semangat untuk melestarikan budaya etnis Tionghoa dalam perayaan tahun baru Imlek.

AM : *“Saya juga pingin jaga tradisi untuk produksi angpao Imlek”* (D1)

Pernyataan D1 tersebut menunjukkan bahwa AM memiliki semangat untuk tetap melestarikan budaya angpao Imlek dengan terus memproduksinya. Dengan tetap memproduksi angpao Imlek, AM ingin agar perusahaannya dikenal sebagai perusahaan yang setia memproduksi angpao Imlek sehingga tingkat kepercayaan dan kesetiaan konsumen akan semakin meningkat terhadap perusahaannya.

XX juga memiliki motivasi yang berkaitan dengan budaya, dan XX tetap memegang teguh kebudayaan tersebut. Pernyataan N1 menunjukkan bahwa XX tidak terpengaruh dengan keputusan produsen lain yang menggunakan pengawet di dalam adonan kue keranjang dengan tujuan agar kue tersebut dapat bertahan lama, XX tetap menggunakan resep tradisional tanpa menggunakan pengawet demi menjaga budaya turun temurun. XX termotivasi untuk menjaga keaslian resep kue keranjang di tengah dunia modern, dimana banyak produsen-produsen lain yang menggunakan mesin dalam proses produksinya.

XX : *“Ada yang ngomong coba pake pengawet biar tahan, ai bilang endak kita udah ngewarisi dari dulu kita juga makan kita jaga kesehatan.”* (N1)

“Ya kepingin cumanya orang-orang ini mau ndak, makanya ai kemarin nanya ke bobo ini habis ini sapa yang megang ya, kemungkinan titi (adik laki-laki) yang bisa, paling seringbantu.” (N2)

“Ai kan Cuma mikir tradisi kan pas xincia harus ada kue keranjang, itu aja.” (N3)

XX juga memiliki motivasi untuk terus mempertahankan resep kue keranjang tradisional tersebut dan menularkannya kepada anak-anak bahkan sampai ke cucu-cucunya, semangat tersebut yang membuat XX tidak pernah berhenti untuk menjalankan proses produksi kue keranjang dari tahun ke tahun.

Tabel 3
Hasil Tabulasi

Tema	Kesimpulan	Hubungan dengan
Motivasi Intrinsik	Kedua informan merasa bertanggung jawab atas peran yang dimiliki yaitu sebagai kepala rumah tangga dan seorang ibu, rasa tanggung jawab tersebut menjadi dorongan yang kuat bagi kedua informan	Dengan adanya motivasi yang tinggi di dalam diri, maka saat terhadang masalah pengusaha tidak akan mudah menyerah dan terus bertekad untuk mempertahankan perusahaan.
Motivasi Ekstrinsik	Imbalan yang didapatkan mampu menutupi rasa lelah dari kedua informan dan patut untuk diperjuangkan, selain itu tuntutan untuk memenuhi permintaan konsumen juga menjadi motivasi bagi informan untuk mempertahankan usahanya	Motivasi ekstrinsik berkaitan dengan imbalan dan pendapatan, jika pengusaha tidak mendapatkan imbalan yang sesuai maka pengusaha akan mencari alternatif lain dan membuka kemungkinan akan menghentikan perusahaan dan memulai perusahaan yang baru.

Tema	Kesimpulan	Hubungan dengan
Motivasi Pelestarian Budaya	Kedua informan memiliki keinginan untuk dapat melestarikan budaya dengan cara terus memproduksi angpao Imlek dan kue keranjang.	Motivasi ini berkaitan dengan kepercayaan yang terdapat di dalam masing- masing individu berkaitan dengan budaya, produsen tetap bertahan untuk melestarikan resep tradisional yang dimiliki turun temurun oleh keluarga.

PEMBAHASAN

Implikasi teoritis pada penelitian ini lebih ditujukan untuk bidang pengetahuan manajemen, khususnya manajemen sumber daya manusia karena berkaitan dengan motivasi yang muncul dari dalam diri seorang pengusaha sehingga pengusaha tersebut mampu bertahan untuk melaksanakan proses produksi dari tahun ke tahun. Selain itu implikasi teoritis dari penelitian ini juga berguna untuk bidang manajemen kewirausahaan, karena kedua subjek penelitian merupakan wirausahawan dari produk-produk budaya dengan motivasi usaha yang diharapkan mampu menjadi pengetahuan tambahan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memproduksi produk ritual imlek terdapat 3 motivasi yang membuat produsen mampu bertahan, yaitu motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, dan motivasi pelestarian budaya. Motivasi pelestarian budaya merupakan motivasi yang didapatkan dari motivasi Ipoleksosbud-hankam, namun karena hasil wawancara tidak menyebutkan motivasi terkait dengan ideologi, politik, ekonomi, sosial, pertahanan, dan keamanan, maka tema yang digunakan hanya motivasi yang berkaitan dengan budaya. Ketiga tema yang digunakan merupakan motivasi yang dimiliki oleh kedua informan dalam terus memproduksi produk ritual imlek.

Teori kebutuhan Abraham Maslow menunjukkan adanya 5 jenjang kebutuhan yang dimiliki oleh manusia, yaitu kebutuhan fisiologi (fisik), kebutuhan akan adanya keamanan, kebutuhan kasih sayang, kebutuhan akan adanya status, dan kebutuhan aktualisasi diri. Berdasarkan teori tersebut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua informan memenuhi 5 jenjang yang disebutkan oleh Maslow, sehingga kedua informan merasa nyaman akan pekerjaan mereka dan memutuskan untuk tetap bertahan melaksanakan proses produksi. Motivasi intrinsik informan dapat dimasukkan ke jenjang aktualisasi diri karena kedua informan ingin melakukan apa yang seharusnya mereka lakukan, sehingga mereka berusaha mengaktualisasikannya. Motivasi pelestarian budaya dapat di masukkan ke jenjang kebutuhan kasih sayang, karena di dalam jenjang kasih sayang ini juga terdapat kebutuhan untuk berada dalam komunitas dan berhubungan secara sosial, sedangkan motivasi pelestarian budaya adalah sebuah bentuk untuk dapat melestarikan tradisi dari sebuah komunitas. Motivasi ekstrinsik kedua informan berkaitan dengan imbalan dapat dikategorikan kedalam jenjang pertama yaitu kebutuhan fisik, namun motivasi ekstrinsik kedua informan lebih cocok dikategorikan dengan teori ekspektasi karena kedua informan mengharapkan sesuatu dari apa yang sudah mereka kerjakan yaitu berupa imbalan.

Indonesia memiliki banyak sekali budaya yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dan masing-masing budaya tentu memiliki perangkat-perangkat tradisional yang bisa dimanfaatkan untuk segi perekonomian. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pelestarian budaya juga menjadi salah satu motivasi produsen untuk tetap

mempertahankan usahanya, sehingga menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk dapat mengembangkan budaya- budaya yang ada di Indonesia.

Industri kecil yang ada di Indonesia juga mendominasi perekonomian negara dengan menjadi kelompok usaha yang terbanyak. Usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi penyelamat negara pada saat inflasi yang terjadi pada tahun 1998, dan 2008 sehingga Indonesia tidak mengalami kejatuhan, meskipun banyak perusahaan-perusahaan besar yang justru mulai bangkrut dan harus menjalankan PHK yang mengakibatkan banyaknya sumber daya manusia yang menganggur. Dampak dari pengangguran tersebut menyebabkan angka kemiskinan semakin tinggi, dan banyak terjadi kejahatan. Dengan adanya fakta tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa industri kecil tidak bisa dianggap remeh dalam perekonomian Indonesia, banyaknya jumlah pengusaha industri kecil membuat aliran kas yang ada terus mengalir untuk menopang usaha satu sama lain, demikian juga halnya dengan produsen perangkat ritual imlek yang ada di Indonesia.

Peran dari masyarakat juga cukup besar, mengingat bahwa masyarakat memiliki peran konsumen yang berarti kunci dalam berjalannya proses transaksi, dan Etnis Tionghoa yang juga tersebar di Indonesia membuat kedua produsen tetap mampu menjalankan usahanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Motivasi instrinsik kedua informan muncul dari rasa tanggung jawab dari peran yang dimiliki baik AM sebagai kepala rumah tangga ataupun XX sebagai seorang ibu, motivasi tersebut menjadi dorongan yang kuat bagi kedua informan.
2. Imbalan berupa uang yang didapatkan oleh kedua informan menjadi motivasi ekstrinsik yang mendorong mereka untuk dapat terus memproduksi produk ritual Imlek, selain itu keinginan untuk memenuhi permintaan konsumen juga turut membuat informan untuk mempertahankan industrinya.

Kedua informan memiliki motivasi untuk melestarikan budaya dengan cara tetap melaksanakan proses produksi produk ritual Imlek, didorong oleh kepercayaan masing-masing informan dalam mengikuti tradisi yang ada.

Saran

1. Bagi Pengusaha Sejenis. Saran bagi pengusaha sejenis adalah agar memiliki jiwa pantang menyerah dalam menjalankan usaha, agar pada saat menghadapi tantangan para pengusaha tidak mudah berhenti dan menutup usahanya, namun dapat mencari solusi agar tantangan tersebut dapat terlewati. Selain itu para pengusaha dapat melihat bahwa kesulitan yang dihadapi adalah minimnya minat masyarakat Indonesia terhadap produk-produk kebudayaan asing yang diproduksi dari dalam negeri, oleh karena itu disarankan agar pengusaha dapat tetap menjaga nilai-nilai kebudayaan yang asli juga tetap memberikan inovasi tanpa mengurangi nilai-nilai tersebut sehingga konsumen akan tetap merasa puas terhadap produk-produk tersebut.
2. Bagi Masyarakat. Informasi dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar bagi masyarakat agar memiliki landasan motivasi yang tepat dalam memulai sebuah usaha sehingga mampu membantu mereka untuk mengatasi masalah di kemudian hari. Penelitian ini juga diharapkan mampu menunjukkan kepada masyarakat bahwa dengan motivasi yang tepat, seseorang akan mampu berjuang untuk dapat memenuhi target dan tujuan tertentu. \

3. Bagi Peneliti selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengambil topik yang sejenis dengan penelitian ini dianjurkan untuk dapat mencari industri produk ritual imlek yang berbeda antara lain dekorasi, lilin, dan barongsai. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti tentang pentingnya perayaan yang sangat meriah di setiap acara tahun baru Imlek, mengingat perayaan tahun baru imlek membuat masyarakat etnis Tionghoa mengeluarkan banyak uang untuk menyediakan makanan mewah, membeli baju baru, menghias rumah, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, I. 2009, *Metode Penelitian Kualitatif*. <http://www.penalarn-unm.org>.diunduh tanggal 17 Maret 2013.
- Agustini, D.H., Indarjati, A. 2003, Motivasi Yang Mendukung Kemampuan Bertahan Dalam Usaha pada Pengusaha Makanan. *Seri Kajian Ilmiah, Perpustakaan Unika*. Vol 12, No 3: 163-180
- As'ad, M. 2003, *Psikologi Islami. Seri Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty.S Astrid, I 2012, http://www.teruskan.com/5074/arti-makanan-yang-disajikan-pada-saat-imlek.html#_ (Di download tanggal 20 April 2013)
- Biro Pusat Statistik 2012, http://www.bps.go.id/menutab.php?tabel=1&kat=2&id_subyek=09 (Di download tanggal 7 Oktober 2013)
- Creswell, J.C. 2010, *Research Design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif & mixed*. Jogjakarta: PustakaPelajar.
- Departemen Perindustrian 1994, <http://kemenperin.go.id/regulasi> (Di download tanggal 7 Oktober 2013)
- Fang, J. 2012, Identifying the essential factors in the marketing mix design (The case of Personal Protective Equipment). *DUO*.
- Gomes, F.C. 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Houseman, M. 2003, *The interactive basis of ritual effectiveness in male initiation rite, Cognitive Aspects of Religious Symbolism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutagalung, B. R., Helmi, S. & Ramadini, F. 2010, *Kewirausahaan*. USU Press, Medan.
- Jesper, S 2007, Acts That Work: A Cognitive Approach to Ritual Agency. *Method and Theory in the Study of Religion* 19, 281-300.
- Kurniati, N.S., Khuzai, R., Maftuh. 2012, "Imlek" sebagai pranata sosial bagi kerukunan Intra dan Antar etnik Tionghoa di Kabupaten Garut. *Prosiding SNaPP2012: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*.
- Malayu, S.P. 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gunung Agung.
- McCauley, R.N. & Lawson, E.T. 2002, *Bringing Ritual to Mind: Psychological Foundations of Cultural Forms*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Milez, M.B. & Huberman, A.M. 2007, *Analisis Data Kualitatif*. Penerjemah Tjetjep Rohendi. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, L.J 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S. P. dan Judge, T.A. 2007, *Perilaku Organisasi*, Buku 1 dan 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Samsudin, S. 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sardiman. 2007, *Interaksi dan motivasi belajar mengajar*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Shreen, K. 2010, Socio-cultural Dimensions of Ritual Objects: Nagarathar Rites of Passage. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, Vol. 5, No. 5.

- Staggenborg, S & Lang, A. 2007, Culture and Ritual in the Montreal Women's Movement. *Social Movement Studies*, Vol. 6, No.2, 177-194.
- Sugiyono 2010, *Memahami penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suratna & Indarwanta, D. 2012, Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Motivasi Pengusaha UMKM Untuk Mengembangkan Usaha. *Business Conference*.
- Suryana, A. 2007, *Tahap-tahapan Penelitian Kualitatif*. <http://photographypdf.aws.af.com/kerangka-konseptual-penelitian-kualitatif/> (Di download tanggal 12 Maret 2013)
- Syauqi, N. 2013, <http://syauqingisab.blogspot.com/2011/12/sistem-penanggalan-china.html> (Di download tanggal 20 April 2013)
- Taylor, V. & Whittier, N. 1995, Analytic approaches to social movement culture: the culture of the women's. *Social Movements and Culture*, 163–187
- Undang-Undang No 9 tahun 1995, <http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/457/node/> (Didownload tanggal 7 Oktober 2013)
- Widyatun, R. 1999, *Ilmu Perilaku*: Jilid I. Jakarta: Sagung Seto.
- Yenrizal. 2010, Komunikasi ritual dalam tradisi kepala menyan. *Annual conference on Islamic Studies* (ACIS)