

## **Budaya dan Profil Usahawan Cina Malaysia**

**Chin Yee Mun**<sup>1</sup>

*Universiti Tunku Abdul Rahman*

### **Abstrak**

Kejayaan usahawan-usahawan Cina di Malaysia menarik perhatian ramai pengkaji. Usahawan-usahawan Cina yang berjaya dikatakan mempunyai formula tersendiri untuk berjaya. Ramai juga berpendapat bahawa asas kepada kejayaan mereka berkaitan dengan nilai dan budaya orang Cina. Makalah ini membincangkan nilai-nilai budaya yang diamalkan oleh usahawan-usahawan ini di samping menganalisis asas-asas yang menyumbang kepada pengamalan nilai-nilai tersebut. Dimensi-dimensi nilai yang dibincangkan oleh Geert Hofstede digunakan dalam menganalisis kejayaan usahawan-usahawan Cina.

**Kata kunci:** Usahawan Cina, Dimensi Nilai Hofstede, Profil usahawan Cina.

---

<sup>1</sup> Profesor Penolong dari Jabatan Pengajian Umum, Fakulti Industri Kreatif, Universiti Tunku Abdul Rahman.

## Pengenalan

Kejayaan usahawan Cina dalam membangunkan karier mereka telah menarik minat ramai pengkaji. Pelbagai persoalan yang berkaitan dengan formula kejayaan usahawan Cina timbul dan formula tersebut dikaitkan dengan faktor profil usahawan Cina dan budaya orang Cina yang telah melahirkan satu kelas usahawan yang telah banyak menyumbang kepada pembangunan ekonomi sesebuah negara. Minat tersebut mendalam apabila didapati usahawan Cina turut menyumbang kepada pembangunan ekonomi sesebuah negara tatkala mereka membina kerjaya mereka.

Hwang (2002, p. v) telah mengaitkan kejayaan Hong Kong, Taiwan dan Singapura dengan kejayaan usahawan Cina di negara-negara tersebut. Ketiga-tiga buah negara tersebut pernah suatu ketika dahulu dikenali sebagai naga kecil. Gelaran tersebut diberi berikutan kejayaan mereka untuk membangun dengan pesat. Memandangkan majoriti rakyat negara-negara tersebut adalah terdiri daripada orang Cina, maka kejayaan mereka dikaitkan dengan kejayaan usahawan Cina. Hakikat menunjukkan perkaitan tersebut mempunyai kebenarannya. Usahawan-usahawan Cina menguasai hampir kesemua industri yang menyumbang kepada pembangunan ekonomi Taiwan. Kejayaan usahawan-usahawan Cina di Singapura dan Hong Kong juga telah memungkinkannya mereka untuk menguasai industri pembuatan, hartanah dan peruncitan. Semua ini menunjukkan usahawan-usahawan Cina adalah tulang belakang ekonomi untuk ketiga-tiga buah negara tersebut. Usahawan-usahawan Cina juga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembangunan beberapa negara lain, contohnya Malaysia. Usahawan-usahawan Cina di negara ini telah mempelopori beberapa industri yang membantu Malaysia membangun untuk menjadi salah sebuah negara yang pesat membangun di Asia Tenggara.

Kejayaan-kejayaan usahawan Cina telah menyebabkan mereka membentuk satu kumpulan usahawan yang disegani berikutan kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh mereka. Kekuatan ekonomi yang dimiliki oleh orang Cina di luar tanah besar China pada tahun 1988 adalah sebesar Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) Australia pada tahun yang sama. Pada tahun 1990 pula, saiz ekonomi mereka bernilai USD 450 billion (Hwang, 2002, p. 5).

Berlandaskan kejayaan-kejayaan dan sumbangan usahawan Cina kepada ekonomi, ramai pengkaji telah cuba menerokai rahsia kejayaan usahawan Cina. Pengkaji-pengkaji seperti J. Panglaykim & I. Palmer (1970) dan Michael R. Godley (1981) cuba

memahami fenomena tersebut dari perspektif individu. Tokoh-tokoh usahawan Cina seperti Oei Tiong Han dan Zhang Bishi telah dijadikan bahan kajian mereka. Hwang Yen-Ching (2002) pula telah mengkaji kebangkitan keluarga Kuok dan Tan Kah Kee dalam membentuk empayar perniagaan mereka. Sekumpulan pengkaji lain seperti Lim & Gosling (1983), Heng Pek Koon & Sieh Mei Leng (2000) cuba memahami bagaimana budaya Cina telah membantu usahawan-usahawan Cina untuk mencapai kejayaan mereka. Faktor-faktor budaya orang Cina seperti kepercayaan, falsafah, nilai dan norma telah dijadikan sebagai bahan-bahan perbincangan dalam kajian mereka.

Kajian-kajian tersebut membuktikan kejayaan usahawan Cina terbit daripada budaya Cina yang telah membantu mereka untuk merealisasikan impian masing-masing. Budaya orang Cina berupaya membentuk platform sedemikian dalam dua konteks iaitu membina ciri-ciri keusahawanan dalam profil individu-individu yang mahu menjadi usahawan dan membentuk satu jaringan sosial yang utuh untuk membantu menjayakan cita-cita seseorang usahawan. Bagi menerangkan faktor-faktor yang membantu usahawan-usahawan Cina yang tertentu berjaya, artikel ini akan menghuraikan latar belakang usahawan Cina di Malaysia bagi memberi gambaran ringkas perkembangan usahawan Cina di negara ini. Huraian tersebut akan diikuti oleh perbincangan yang menerangkan profil yang dimiliki oleh usahawan-usahawan Cina yang berjaya bagi menjawab persoalan yang dikemukakan di atas. Kemudian, aspek-aspek budaya Cina yang membantu usahawan-usahawan Cina untuk berjaya akan dijelaskan bagi membincangkan bagaimana budaya Cina dapat membantu usahawan Cina Malaysia berjaya. Huraian dan analisis bagi perkara-perkara di atas dibuat dengan berpandukan Dimensi Nilai Hostede. Secara umumnya, taksonomi budaya yang diperkenalkan oleh Hofstede dapat menerangkan budaya Cina dengan jelas memandangkan taksonomi tersebut telah mengklasifikasi budaya Cina kepada beberapa kategori berasaskan nilai-nilai yang diamalkan oleh orang-orang Cina. Pengklasifikasian tersebut akan mempermudah pemahaman budaya Cina dan faktor-faktor yang membentuk profil usahawan Cina yang berjaya.

### **Usahawan-Usahawan Cina Malaysia**

Usahawan Cina telahpun bertapak di rantau Asia Tenggara semenjak abad ke-2 S.M. lagi (Hwang, 2002, p. 148). Perdagangan telah menjalin hubungan antara rantau Asia Tenggara dan usahawan Cina. Namun begitu, hubungan tersebut tidaklah rancak

dan usahawan Cina tidak menetap di rantau ini. Keadaan mulai berubah pada kurun ke-19. Kehadiran ramai buruh-buruh Cina di Asia Tenggara terutamanya di Tanah Melayu telah membawa bersama sekumpulan usahawan yang berjaya mempelopori peluang-peluang perniagaan yang merupakan kunci kepada kejayaan dan kekayaan mereka. Kumpulan usahawan Cina ini boleh dikatakan merupakan kumpulan usahawan Cina yang pertama bertapak di Tanah Melayu. Peluang pembangunan untuk usahawan Cina generasi pertama ini adalah luas memandangkan industri perlombongan timah mula-mula berkembang ketika itu.

Cheah Hong Lim, Seah Eu Chin, Tan Seng Poh, Chin Ah Yam, Yap Ah Loy, Yap Kwan Seng dan Loke Yew adalah antara tokoh usahawan Cina generasi pertama (Heng & Sieh, 2000, p. 124). Sebagaimana yang telah disebut di atas, kumpulan usahawan ini membina kekayaan mereka akibat daripada perkembangan industri timah. Yap Ah Loy, Yap Kwan Seng dan Loke Yew menjadi usahawan yang berjaya di Selangor akibat pelaburan mereka dalam industri timah di Selangor. Usahawan-usahawan Cina generasi pertama ini juga merupakan tokoh-tokoh yang dihormati oleh komuniti Cina ketika itu. Mereka dipilih oleh komuniti Cina untuk menjadi pengerusi persatuan-persatuan Cina. Ada juga di antara mereka yang dipilih menjadi ketua kongsi-kongsi gelap yang pada ketika itu merupakan persatuan-persatuan yang menjadi tempat berteduh orang-orang Cina. Ini menyebabkan usahawan-usahawan Cina generasi pertama mendapat pengiktirafan sebagai ketua komuniti Cina oleh British. Pengiktirafan sedemikian telah menambah pengaruh dan kredibiliti usahawan-usahawan.

Sekumpulan lagi usahawan Cina generasi pertama membina empayar perniagaan mereka dengan berkecimpung dalam industri getah yang menjadi penting pada akhir kurun ke-19. Tan Kah Kee, Tan Lark Sye dan Tan Chay Yan adalah antara usahawan awal Cina di Tanah Melayu yang membina kekayaan mereka dengan membabitkan perniagaan mereka dengan industri getah yang pada ketika itu baru sahaja berputik.

Pada awal kurun ke-20 pula, sekumpulan usahawan Cina melabur dalam sektor perbankan. Pada mulanya, bank-bank yang diusahakan oleh mereka bertujuan untuk memberi perkhidmatan kewangan kepada ahli-ahli persatuan dialek Cina yang dianggotai oleh salah seorang usahawan. Umpamanya, Tan Kah Kee, Lee Kong Chian dan Lim Boon Keng telah menubuhkan tiga buah bank untuk memberi perkhidmatan kepada orang-orang Hokkien yang menetap di Negeri-Negeri Selat. Low Peng Yam pula menubuhkan sebuah bank untuk orang Teochew. Lama-kelamaan, bank-bank tersebut

tidak hanya menawarkan perkhidmatan mereka berdasarkan kumpulan dialek. Mereka mula menubuhkan bank yang memanfaatkan semua orang Cina di Tanah Melayu. Antaranya ialah Overseas Chinese Bank (OCBC). Selain OCBC, bank-bank lain seperti Bank Kwong Yik, Sze Hai Tong dan Chinese Commercial Bank telah ditubuhkan oleh usahawan-usahawan Cina pada awal abad ke-20 (Chin, 2008, p. 209). Kesan daripada penubuhan bank-bank ini, lebih ramai orang Cina telah berkecimpung dalam bidang perniagaan memandangkan bank-bank menyediakan perkhidmatan pinjaman yang diperlukan untuk memulakan sesebuah perniagaan. Pada masa yang sama, usahawan-usahawan Cina juga telah mempelbagaikan perniagaan mereka. Kemudahan perbankan yang bersedia ada telah memungkinkan ramai usahawan Cina untuk mencuba nasib mereka dalam industri pengangkutan, perkilangan, hartanah dan pelbagai lagi industri lain (Heng & Sieh, 2000, p. 128).

Kejayaan yang dinikmati oleh usahawan-usahawan Cina pada abad ke-19 dan awal abad ke-20 telah sedikit sebanyak membina reputasi kaum Cina dalam bidang keusahawanan. Pengikhtirafan sedemikian jelas apabila pemimpin Cina dilantik untuk mengetuai kementerian-kementerian yang mempunyai hubungan kait dengan kewangan dan perdagangan. Ketika era Tunku Abdul Rahman (1957-1970), Tun Tan Siew Sin telah dilantik menjadi Menteri Kewangan dan Menteri Perdagangan dan Industri. Langkah Tunku Abdul Rahman untuk memilih Tun Tan Siew Sin untuk menjadi menteri yang bertanggungjawab dalam perkara-perkara yang berkaitan dengan kewangan dan perdagangan disusuli oleh kejayaan beberapa orang usahawan untuk menempa nama mereka sebagai usahawan berjaya Malaysia.

Heng & Sieh (2000) menamakan era tersebut sebagai era *laissez faire*. Pelbagai kemudahan yang diberikan oleh Tunku Abdul Rahman kepada usahawan-usahawan ketika itu telah memberi banyak peluang kepada usahawan-usahawan membina empayar perniagaan mereka. Antara usahawan Cina yang berjaya membina perniagaan mereka dalam era tersebut ialah Robert Kuok Hock Nien, Lim Goh Tong, Loh Boon Siew, Quek Leng Chan, William Cheng dan Teo Soo Cheng (Heng & Sieh, 2000, p. 134). Peluang-peluang yang diberikan oleh kerajaan Tunku Abdul Rahman telah mewujudkan satu ruang yang selesa untuk usahawan-usahawan tersebut membina asas perniagaan masing-masing.

Robert Kuok memulakan kilang memproses gulanya pada tahun 1959 (Chin, 2008, p. 211). Komitmen Robert Kuok dalam industri gula menyebabkan beliau

digelar sebagai raja gula. Beliau kemudian telah mempelbagai perniagaannya dengan menceburi industri perhotelan, pengeluaran tepung dan seterusnya industri pengeluaran kelapa sawit. Sementara itu, usahawan-usahawan Cina yang lain seperti William Cheng telah menceburkan diri dalam industri pengeluaran besi. Syarikat milik keluarga beliau telahpun menceburi industri tersebut pada tahun 1939. Pada masa 1960-an William Cheng telah berjaya mengembangkan perniagaan syarikat keluarganya untuk berkecimpung dalam pengeluaran pelbagai produk yang berkaitan besi dan tidak lama kemudian berjaya menjadi pengeluar besi terbesar di Malaysia. Dalam sektor pengeluaran automobil pula, Loh Boon Siew merupakan antara usahawan Cina Malaysia yang berjaya. Pada tahun 1957, Loh telah berjaya mendapat hak pengedaran motosikal Honda (Chin, 2008, p. 212). Kejayaan tersebut telah membolehkannya untuk memulakan kilang pemasangan motosikal pertama di Malaysia pada tahun 1968. Beliau akhirnya diberi gelaran Raja Motosikal Malaysia.

Lim Goh Tong pula berjaya menempa nama sebagai usahawan Cina yang membantu mengembangkan industri perhotelan dan perlancongan Malaysia. Atas hasil usaha beliau, Genting Highland telah menjadi satu pusat peranginan terkemuka di Asia Tenggara. Cita-citanya untuk membuka tempat peranginan tersebut bermula sejak tahun 1964. Pada tahun 1969, kerajaan Malaysia telah memberi lesen kepada beliau untuk membuka kasino di pusat peranginan tersebut (Lim, 2004, p. 87). Kini, setelah lebih empat dekad beroperasi, Genting Highland telah berjaya menjadi salah sebuah syarikat yang tersenarai di papan utama Bursa Malaysia.

Era *laissez faire* Tunku Abdul Rahman tamat apabila Dasar Ekonomi Baru diperkenalkan oleh kerajaan Malaysia. Dasar tersebut mempunyai objektif untuk menstruktur semula masyarakat Malaysia dan membasmi kemiskinan. Untuk memastikan objektif tersebut tercapai, kerajaan memperkenalkan Akta Koordinasi Industri pada tahun 1975. Usahawan Cina menganggap pengenalan akta sedemikian membebaskan (Chin, 2008, p. 216). Namun begitu, langkah-langkah yang diambil oleh kerajaan tidak menghalang sekumpulan usahawan Cina untuk terus berjaya.

Jadual 1

*Senarai Sepuluh Orang Terkaya Malaysia mengikut senarai majalah Forbes pada tahun 2007*

1	Robert Kuok	6	Quek Leng Chan
2	Ananda Krishnan	7	Syed Mokhtar AlBukhary
3	Lim Goh Tong	8	Yeoh Tiong Lay
4	Lee Shin Cheng	9	<b>Tiong Hiew King</b>
5	Teh Hong Piow	10	Willian Cheng

Dipetik dan disesuaikan daripada Doebele, J. (2007). Malaysia's 40 Richest Man. *Forbes*. Dimuat turun daripada <http://www.forbes.com/global/2007/0604/037.html>

Sekumpulan usahawan Cina telah berjaya untuk membangunkan perniagaan mereka. Antara mereka yang berjaya ialah Teh Hong Piow, Jefferey Cheah, Ting Pek Khing, Vincent Tan, Yeoh Tiong Lai dan Lee Kim Yew. Usahawan-usahawan tersebut membentuk satu pakatan kerjasama dengan usahawan-usahawan Bumiputera. Hasilnya, syarikat-syarikat yang dikendalikan oleh mereka berjaya membina nama dalam industri yang diceburi mereka. Teh Hong Piow berjaya membina Public Bank untuk menjadi salah satu bank terbesar di Malaysia. Begitu juga dengan Vincent Tan. Syarikat miliknya iaitu Berjaya telah menjadi salah sebuah syarikat yang berjaya dalam industri perjudian. Pada tahun 1985, Vincent Tan diberikan kebenaran oleh kerajaan untuk mengendalikan Sport Toto. Perniagaan Vincent Tan kemudiannya dikembangkan ke Amerika Selatan dan Amerika Syarikat (Chin, 2008, p. 326). Sementara itu, Lee Kim Yew pula melibatkan diri dalam industri perhotelan dan hartanah. Usaha beliau membuahkan hasil apabila syarikat miliknya berjaya Mines Resort City di Kuala Lumpur.

### **Dimensi Nilai Hofstede**

Geert Hofstede merupakan antara tokoh akademik yang paling awal cuba mengkaji nilai dalam konteks budaya dengan menggunakan kaedah statistiktikal (Samovar, Porter & McDaniel, 2007, p. 198). Kajian beliau ke atas 100 ribu pekerja syarikat-syarikat multinasional telah memungkinnya menghasilkan taksonomi yang mengklasikan budaya berdasarkan dimensi nilai. Pekerja-pekerja tersebut berasal

daripada 50 buah negara.

Dalam kajiannya, Hofstede membuktikan bahawa setiap individu diprogramkan oleh pengalaman-pengalaman yang diperolehi mereka. Pengalaman-pengalaman yang diperolehi membentuk apa yang disebut oleh Hofstede “program mental” yang kemudiannya dizahirkan melalui nilai-nilai dalam budaya sesebuah masyarakat. Secara kolektifnya, nilai-nilai ini akan membentuk budaya masyarakat tersebut. Kajian Hofstede menunjukkan nilai budaya yang diamalkan oleh responden-responden kajiannya boleh dibahagikan kepada empat dimensi.

Penulis mendapati taksonomi Hofstede sangat sesuai untuk digunakan bagi menganalisis budaya dan profil usahawan Cina. Hofstede (2007) sendiri pernah menulis artikel (2007) yang mempunyai hubungkait dengan budaya keusahawanan Cina. Lantaran itu, dimensi-dimensi nilai Hofstede akan diterangkan terlebih dahulu sebelum ianya digunakan untuk menganalisis dan memahami usahawan Cina Malaysia.

#### **Jarak Kuasa (Power Distance)**

Hofstede (2000, p. 139) berpendapat budaya boleh diklasifikasikan kepada sama cara penilaian individu-individu dalam sesuatu budaya itu menilai stratifikasi kuasa. Ada masyarakat yang berpendapat stratifikasi kuasa adalah sesuatu yang boleh diterima dan wajar dipraktikkan. Tahap toleransi mereka adalah tinggi. Masyarakat sedemikian diklasifikasikan oleh Hofstede sebagai masyarakat yang boleh diklasifikasikan dalam dimensi jarak kuasa tinggi (*Large Power Distance*). Pada masa yang sama, ada juga masyarakat yang mementingkan kesamarataan. Masyarakat yang berpegang kepada nilai tersebut diklasifikasikan oleh Hofstede dalam dimensi jarak kuasa rendah (*Small Power Distance*). Tahap toleransi mereka terhadap ketidaksamarataan dalam konteks kuasa adalah rendah.

Kajian Hofstede (2000) menunjukkan masyarakat Timur, umpamanya Indonesia Malaysia, Hong Kong, Singapura, Taiwan dan Korea Selatan tergolong dalam kategori masyarakat jarak kuasa tinggi. Tahap toleransi masyarakat-masyarakat tersebut terhadap ketidaksamarataan dalam kuasa adalah tinggi. Sementara itu, masyarakat Barat yang maju pula berada dalam kategori yang berlawanan. Masyarakat Amerika Syarikat, Britain, Finland dan Norway berada dalam dimensi jarak kuasa rendah.



Jadual 2

*Kedudukan Beberapa Negara Asia dalam Senarai Jarak Kuasa Hofstede*

Negara	Kedudukan
Malaysia	1
Filipina	4
Negara-negara Arab	7
Indonesia	8
Singapura	13
Hong Kong	15/16

*Nota.* Hofstede (2001). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills: Sage.

**Individualisme dan Kolektivisme**

Hasil kajian Hofstede juga mendapati responden kajiannya boleh dipecahkan kepada dua kumpulan berdasarkan cara mereka menilai perhubungan mereka dengan orang lain. Dalam sesetengah masyarakat, anggota masyarakat menilai kepentingan diri dan juga anggota keluarga mereka sebagai keutamaan. Kajian Hofstede (2000) mendapati masyarakat Amerika Syarikat dan beberapa lagi negara Barat yang moden mengamalkan budaya yang sedemikian. Amerika Syarikat menduduki tempat pertama dalam kategori masyarakat yang bersifat individualistik. Australia berada pada kedudukan kedua dan diikuti oleh Great Britain, Kanada, Belanda dan New Zealand. Amat jelas di sini, masyarakat negara maju lebih menggemari budaya yang bersifat individualistik.

Sekumpulan masyarakat lagi mengamalkan budaya kolektif. Individu-individu dalam masyarakat tersebut menilai hubungan dengan ahli-ahli dalam kumpulannya (keluarga, suku dan lain-lain organisasi) sebagai penting. Mereka percaya kumpulan-kumpulan yang dianggotai mereka akan melindungi mereka dan akan memberi bantuan apabila timbulnya kesusahan. Sebagai balasan, individu-individu dalam masyarakat yang berpegang kepada nilai kolektivisme akan setia kepada kumpulan yang dianggotai mereka. Hasil kajian Hofstede mendapati masyarakat-masyarakat Asia bersifat kolektif.

**Maskulin dan Feminin**

Menurut Hofstede masyarakat yang bersifat maskulin mempunyai ciri-ciri yang berlawanan dengan masyarakat yang bersifat feminin (Hofstede, 2000, p. 139). Konsep masyarakat maskulin yang cuba dibawa oleh Hofstede adalah masyarakat yang percaya bahawa peranan lelaki dan wanita harus dibezakan. Lelaki harus memikul tanggungjawab untuk menyara keluarga dan memiliki ciri-ciri kelakian iaitu berani, bercita-cita tinggi dan kompetitif. Wanita pula harus memikul tanggungjawab untuk menjaga rumah tangga. Jepun menduduki tepat teratas dalam kategori masyarakat maskulin. Masyarakat feminin pula percaya tanggungjawab harus dipikul sama rata oleh lelaki dan perempuan. Masyarakat sedemikian juga percaya bahawa individu dari kedua gender harus memiliki ciri-ciri berani, bercita-cita tinggi dan kompetitif. Sweden adalah antara masyarakat yang percaya kepada nilai sedemikian. Peluang pekerjaan dan juga hak politik kaum wanita dalam masyarakat feminin lebih terjaga jika dibandingkan dengan masyarakat maskulin.

**Mengelak ketidaktentuan (Uncertainty Avoidance)**

Responden-responden kajian Hofstede menunjukkan bahawa masyarakat yang berlainan menilai ketidaktentuan dengan pendekatan yang berbeza. Hofstede mendefinisikan ketidaktentuan sebagai perubahan dan ketidakpastian. Bagi masyarakat yang tidak gemarkan ketidaktentuan, anggota masyarakatnya tidak suka perubahan tetapi kestabilan. Dalam erti kata lain, masyarakat sedemikian tidak suka mengambil risiko dan lebih gemarkan status quo. Pelbagai peraturan dan juga halangan-halangan diwujudkan dalam sistem norma masyarakat untuk mengurangkan kemungkinan berlakunya perubahan yang boleh mengundang ketidaktentuan. Greece dan beberapa lagi negara Amerika Selatan merupakan contoh-contoh masyarakat yang tidak gemarkan ketidaktentuan. Di sebaliknya pula, wujud juga sekumpulan masyarakat yang budayanya gemarkan ketidaktentuan. Responden kajian Hofstede yang berasal dari Singapura adalah antara mereka yang mempunyai nilai sebegitu. Hofstede berpendapat individu-individu dalam budaya yang membenarkan ketidaktentuan berlaku boleh menerima perubahan dan risiko.

Jadual 3

*Masyarakat-masyarakat yang Dapat Menerima Ketidaktentuan*

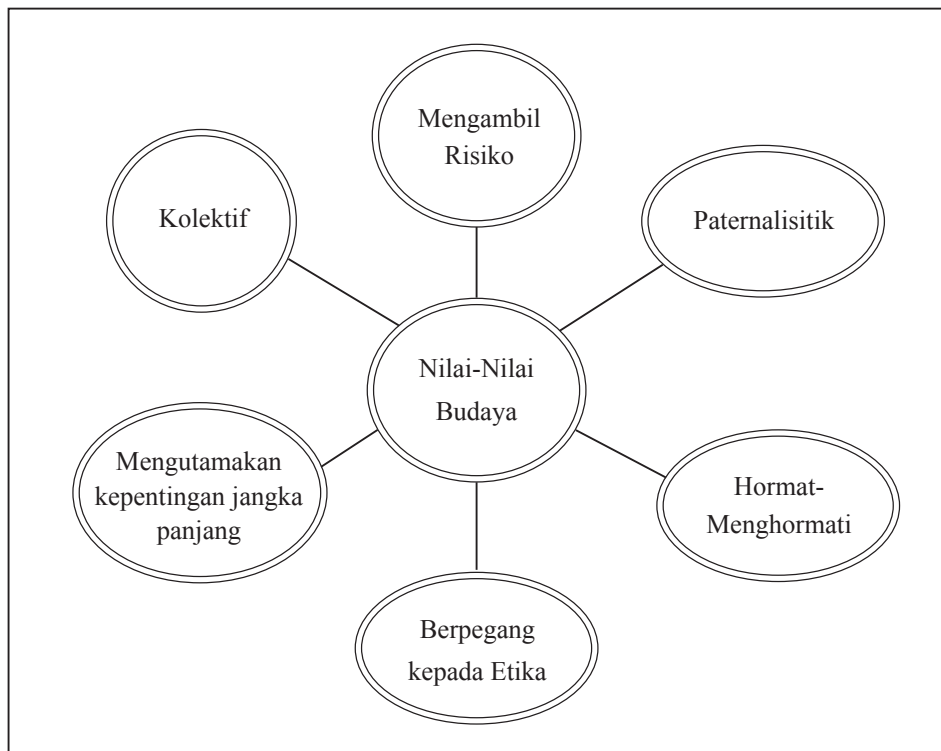
<b>Masyarakat</b>	<b>Kedudukan</b> (daripada 53 buah negara)
Singapura	1
Jamaika	2
Denmark	3
Sweden	4
Hong Kong	4
Ireland	5
Great Britain	5
Malaysia	6

*Nota.* Hofstede (2001). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills: Sage.

**Orientasi Jangka Pendek dan Jangka Panjang**

Masyarakat Asia (China, Hong Kong, Taiwan, Jepun dan Korea Selatan) percaya kepada orientasi jangka panjang. Hofstede (1987) percaya, ajaran Konfucius telah menanamkan nilai sedemikian dalam negara-negara Asia. Individu-individu dalam negara-negara tersebut percaya dan berpegang kepada etika-etika tertentu yang boleh membawa kepada hubungan yang berpanjangan. Masyarakat Amerika Syarikat, Britain, Kanada dan beberapa lagi negara tidak percaya kepada orientasi jangka panjang. Mereka bersifat agresif dan mahukan kejayaan ditempa dalam tempoh masa yang singkat.

Berdasarkan kepada dimensi-dimensi nilai Hofstede, budaya orang Cina boleh disimpulkan sebagai budaya yang tergolong dalam dimensi jarak kuasa tinggi, maskulin, kolektif, dapat menerima ketidaktentuan dan berpegang kepada orientasi jangka panjang. Ini bermakna masyarakat Cina mengamalkan nilai-nilai seperti hormat-menghormati, paternalisme, mengambil risiko, berpegang kepada etika dan gemarkan pendekatan-pendekatan jangka panjang. Nilai-nilai orang Cina ini diakui oleh Hofstede (2007) apabila beliau membincangkan ciri-ciri pengurusan orang Asia. Persoalannya ialah mungkinkah nilai-nilai ini membawa kejayaan kepada usahawan-usahawan Cina?



Gambar Rajah 1. *Dimensi Nilai Orang Cina*

### **Profil Usahawan Cina Yang Berjaya**

Keusahawanan ialah satu proses menghasilkan sesuatu yang baru melalui hasil usaha yang memakan masa, berisiko dan hasilnya memberi pulangan dalam bentuk kepuasan dan kewangan (Hisrich, Peters dan Sheperd, 2005, p. 8) Berpandukan definisi ini, nilai-nilai budaya Cina mampu menyediakan satu platform yang kukuh untuk membantu seorang usahawan untuk berjaya. Sebagaimana yang dibincangkan terdahulu, budaya Cina telah menyediakan orang-orang Cina untuk mengambil risiko, berusaha, beretika dan berpandangan jauh. Hofstede (1995) berpendapat budaya akan mempengaruhi bagaimana seseorang individu menilai sesuatu dan juga perlakuannya .

Profil-profil usahawan Cina Malaysia yang berjaya membuktikan kebenaran kenyataan di atas. Setiap orang usahawan tersebut memiliki ciri-ciri yang dikemukakan di atas. Berdasarkan kajian-kajian lepas, usahawan-usahawan Cina Malaysia generasi

pertama telah datang ke Tanah Melayu dengan tangan kosong. Ada di antara mereka dijual ke Tanah Melayu sebagai kuli. Di Tanah Melayu, mereka terpaksa berdepan dengan pelbagai cabaran. Ramai antara mereka mati akibat menjangkiti penyakit-penyakit tropika memandangkan majoriti datang untuk bekerja di lombong-lombong ataupun ditugaskan untuk membuka kawasan-kawasan baru. Di sesetengah kawasan, kadar kematian mencecah 50 peratus (Andaya & Andaya, 1993, p. 141). Ini menunjukkan kedatangan mereka ke Tanah Melayu tidak menjamin apa-apa sebaliknya penuh dengan risiko.

Usahawan-usahawan Cina yang berjaya pada kurun ke-19 seperti Yap Ah Loy dan Loke Yew adalah antara ribuan buruh-buruh Cina yang berhijrah ke Tanah Melayu. Sifat mereka yang berani mengambil risiko terpampang melalui keputusan mereka untuk meninggalkan China dan berhijrah ke Tanah Melayu untuk mencuba nasib mereka. Masing-masing kemudiannya telah berkecimpung dalam industri perlombongan timah. Loke Yew yang pada asalnya memiliki sebuah kedai runcit di Singapura telah mengambil keputusan untuk menceburi industri perlombongan timah di Perak. Pada mulanya, Loke Yew menanggung kerugian. Akan tetapi, setelah dua tahun mencuba, Loke Yew berjaya menemui sebuah kawasan untuk melombong timah. Kisah kejayaan Loke Yew ini menunjukkan sifatnya yang berani mengambil risiko dan sanggup berdepan dengan cabaran. Dalam konteks dimensi nilai Hofstede, Loke Yew boleh diklasifikasikan sebagai seorang individu yang mengambil risiko dan tidak melihat ketidakpastian sebagai satu masalah.

Sifat Loke Yew ini dikongsi oleh usahawan-usahawan Cina yang lain. Lim Goh Tong adalah seorang lagi usahawan Cina yang berani mengambil risiko. Beliau telah melabur semua hartanya dalam projek membangunkan puncak Gunung Ulu Kali untuk menjadi sebuah pusat peranginan terkemuka. Rakan-rakannya menganggap usahanya itu ialah satu tindakan membunuh diri memandangkan mereka tidak percaya puncak gunung itu akan dikunjungi oleh orang. Rakan-rakannya enggan membantunya apabila beliau menghadapi kesulitan kewangan kerana mereka tidak percaya projeknya boleh berjaya (Lim, 2004, p. 84). Semua cabaran ini tidak menghalang Lim untuk meneruskan usahanya. Akhirnya, puncak Gunung Ulu Kali telah berjaya menjadi sebuah pusat peranginan yang dikunjungi jutaan orang setiap tahun.

Usahawan-usahawan Cina yang berjaya juga memiliki satu lagi sifat yang cuba diketengahkan oleh dimensi ketidakpastian Hofstede. Mereka berani Cina menjejakkan

kaki di Malaysia, mereka telah melalui zaman penjajahan British. Apabila Malaysia mencapai kemerdekaan pula, usahawan-usahawan Cina melalui beberapa era yang di dalamnya terkandung cabaran-cabaran tertentu. Salah satu perubahan yang signifikan ialah pemodenan masyarakat Malaysia. Apabila ekonomi Malaysia berubah ke arah haluan perindustrian, ramai usahawan di Malaysia dan Singapura telah memasuki industri elektronik (Lim & Gosling, 1983, p. 245-274). Perubahan tersebut melibatkan risiko dan pelaburan yang besar daripada usahawan-usahawan Cina. Walaupun begitu, usahawan-usahawan Cina pada ketika itu melihat perubahan tersebut sebagai satu bentuk peluang untuk mereka menceburi satu bidang yang dapat membantu mereka keluar daripada industri pertanian dan perlombongan yang semakin merudum. Setiap perubahan sudah pasti akan mempunyai risiko. Tetapi, dalam istilah Cina, risiko ialah “Wei Ji” (危机, BM). Wei Ji membawa maksud risiko dan peluang. Ini bermaksud, bagi orang Cina, risiko tidak semestinya membawa kedurjanaan. Ia juga mungkin satu bentuk peluang.

Selain berani mengambil risiko, usahawan Cina yang berjaya juga berpegang kepada orientasi jangka panjang iaitu salah satu dimensi nilai Hofstede. Usahawan-usahawan Cina dikenali dengan sifat mereka yang suka berjimat-cermat dan tidak suka berbelanja untuk perkara-perkara yang tidak diperlukan. Objektifnya ialah untuk mengumpul kekayaan dan membina masa depan yang lebih baik. Tan Kah Kee ialah seorang usahawan yang memiliki sifat sedemikian (Hwang, 2002, p. 125).

Sifat hemat ini telahpun disematkan dalam dirinya melalui didikan keluarga. Kajian Chin (2003) juga menunjukkan usahawan Cina sangat berpegang kepada konsep kehematan. Responden kajian beliau memberitahu Chin bahawa mereka tidak suka berbelanja tanpa rasional yang munasabah. Nilai kehematan mereka telah membolehkan mereka bertahan pada saat-saat genting. Mereka berbelanja mengikut keperluan dan sifat ini membolehkan mereka menyimpan hasil keuntungan. Dalam jangka masa panjang, simpanan ini akan berubah menjadi harta ataupun boleh digunakan apabila keadaan mendesak.

Tan Kah Kee, usahawan Cina yang mempelopori pelbagai industri, umpamanya industri mengetin nanas di Johor dan juga mengilang produk-produk yang dibuat dari getah adalah seorang usahawan yang memiliki profil sedemikian. Beliau bukan sahaja seorang yang suka berjimat. Beliau juga berpandangan jauh berdasarkan caranya merancang perniagaannya. Matlamat yang ingin dicapainya bersifat futuristik.

Rancangannya untuk mengaut keuntungan daripada industri getah jelas menunjukkan sifat sedemikian dalam dirinya. Ketika ramai usahawan enggan melabur dalam industri getah, Tan Kah Kee telah melabur sejumlah besar wang dalam industri perladangan. Hasilnya, beliau mempunyai sumber bahan mentah untuk kilang produk barangan getahnya. Kebolehannya yang luar biasa itu telah menyebabkan hartanya pada tahun 1925 bernilai \$7.8 juta (Hwang, 2002, p. 129), satu angka yang sangat besar ketika itu.

Analisis Hofstede menunjukkan masyarakat Asia ialah masyarakat kolektif. Orang Asia percaya unit-unit kolektif yang dianggotai mereka akan dapat membantu mereka dalam segenap hal. Bagi seorang usahawan Cina, semangat kolektivisme adalah sangat penting dan merupakan sebahagian daripada formula kejayaan mereka. Para usahawan Cina yang berjaya pada kurun ke-19 sangat bergantung kepada hubungan mereka dengan unit-unit kolektif Cina ketika itu. Kongsi-kongsi gelap yang dianggotai mereka menghulurkan banyak bantuan kepada kejayaan mereka. Malahan boleh dikatakan majoriti buruh-buruh Cina yang berhijrah ke Tanah Melayu pernah berlindung di bawah kongsi-kongsi gelap. Selain kongsi-kongsi gelap, pelbagai persatuan orang Cina yang ditubuhkan di Tanah Melayu telah menjadi asas kepada orang-orang Cina untuk mendapatkan bantuan. Bagi usahawan-usahawan Cina, persatuan-persatuan tersebut membantu mereka membentuk satu jaringan sosial untuk saling membantu. Asas kepada nilai kolektif usahawan-usahawan Cina tersulam dalam nilai “xin yong” (信用, kepercayaan), “guan xi” (关系, hubungan) dan “ganqing” (感情, keintiman hubungan). Ketiga-tiga elemen ini mempermudah dan mengukuhkan semangat kolektivisme di kalangan usahawan Cina.

Persatuan-persatuan yang dianggotai mereka membantu mereka untuk berkongsi maklumat, membentuk kesepakatan dan mengurus niaga. Mengikut Hwang (2002), persatuan atau kelab-kelab usahawan Cina membolehkan anggota-anggotanya mengurus niaga tanpa perlu menandatangani kontrak. Atas semangat kepercayaan (xin yong), usahawan-usahawan Cina berurusan tanpa perlu kekhuatiran. Xin Yong ialah satu bentuk etika perniagaan yang penting bagi usahawan-usahawan Cina. Usahawan-usahawan Cina yang ditemubual oleh Chin (2003) sangat bergantung kepada xin yong untuk meluaskan perniagaan masing-masing. Salah seorang respondennya berpendapat xin yong memudahkan proses perniagaan. Usahawan Cina memberi kredit iaitu membenarkan orang-orang yang dipercayai berhutang untuk satu tempoh tertentu. Sekiranya, seseorang itu tidak mempunyai xin yong, maka adalah amat sukar untuk

berurus niaga kerana tanpa kredit, usahawan sedemikian terpaksa berurusan secara tunai.

Namun begitu, seseorang usahawan Cina perlu berusaha untuk memperolehi *xin yong*. Antara cara yang membolehkan mereka memperolehi akses kepada *xin yong* ialah menyertai persatuan atau kelab-kelab tertentu. Keahlian sedemikian akan membolehkan mereka mempunyai peluang untuk berjumpa dengan pembekal-pembekal ataupun mereka yang lebih senior dalam sesuatu bidang perniagaan. Apabila keahlian diperolehi, langkah seterusnya ialah membina hubungan (*guan xi*). Bagi merapatkan hubungan pula, keintiman hubungan iaitu *gan qing* perlu dibina. Semua ini boleh dilakukan jika mereka menganggotai persatuan atau kelab yang mencetuskan ruang untuk berinteraksi.

Ketiga-tiga elemen dalam budaya orang Cina telah membina asas kepada aplikasi semangat kolektivisme di kalangan usahawan Cina. Elemen-elemen tersebut ialah sebahagian etika usahawan Cina. Kerjasama yang dibentuk di kalangan mereka telah membolehkan mereka saling membantu untuk meluaskan perniagaan masing-masing. Sungguhpun demikian, tidak semua usahawan Cina mematuhi etika apatah lagi di zaman yang serba moden ini. Nilai-nilai tradisional dilupakan. Sebagai ganti, kontrak, inbois dan pelbagai lagi dokumen digunakan untuk merekodkan urusan niaga (Chin, 2003, p. 153-154). Perubahan ini sebenarnya tidak menandakan budaya kolektivisme di kalangan usahawan Cina telah pupus sama sekali. Budaya tersebut masih wujud dan diperlukan oleh usahawan-usahawan Cina untuk mengukuhkan perniagaan. Ramai usahawan-usahawan Cina menjadi anggota persatuan atau kelab tertentu. Lim Goh Tong pernah menjadi pengerusi *Selangor Hardware Dealer Association* untuk beberapa penggal. Ramai usahawan-usahawan Cina yang terkemuka menjadi ahli kepada Gabungan Dewan Perniagaan dan Perindustrian Cina Malaysia (ACCIM). ACCIM ditubuhkan pada tahun 1947 untuk menyelaras kegiatan ekonomi orang Cina di Tanah Melayu. Ahli-ahlinya terdiri daripada usahawan dan tokoh-tokoh orang Cina Malaysia. Presidennya yang pertama ialah H.S. Lee.



Jadual 4

*Bilangan Orang Cina di Negeri-Negeri Selat pada tahun 1881*

	Lelaki	Perempuan	Jumlah
Kantonis	9699	5154	14853
Hokien	23327	1654	24981
Teochew	20946	1698	22644
Hakka	5561	609	6170
Hainan	8226	53	8319
Negeri Selat	4513	5014	9527
Tiada Maklumat	259	13	272
Jumlah	72751	14195	86766

*Nota.* Freedman, M. (1979). *The study of Chinese Societies: Essays by Maurice Freedman*. Taipei: SMC Publishing, p. 62.

Berdasarkan sejarah usahawan-usahawan Cina di Malaysia, salah satu ciri mereka yang menyerlah ialah kebolehan mereka untuk bekerjasama dengan pelbagai pihak. Hubungan usahawan-usahawan Cina dengan British adalah positif. Sepanjang zaman penjajahan British, British menggalakkan kemasukan buruh-buruh Cina ke Tanah Melayu. Usahawan-usahawan Cina pula membantu British untuk membangunkan industri perlombongan, getah dan kemudiannya pengilangan. Pentadbir-pentadbir British pula percaya dan bergantung kepada mereka untuk menguruskan bilangan orang Cina yang ramai di Tanah Melayu ketika itu. Yap Ah Loy dilantik menjadi kapitan Cina dan beliau membantu British untuk menjaga keamanan di Kuala Lumpur. Pentadbiran British ketika itu sangat mempercayainya memandangkan beliau mampu mengawal ribuan orang Cina di Kuala Lumpur dengan hanya dibantu oleh enam orang polis sahaja. Sir Orfeur Cavenagh, Gabenor Negeri-Negeri Selat sekitar 1860-an berpendapat orang-orang Cina harus diurus dan dikawal oleh ketua-ketua mereka sendiri. Melalui kaedah ini, Cavenagh menjangkakan ketua-ketua orang Cina akan lebih bermotivasi untuk memelihara keamanan di kalangan komuniti mereka (Freedman, 1979, p. 67). Hubungan British dan usahawan Cina boleh diibaratkan sebagai aur dengan tebing, saling memerlukan. Apabila Malaysia mencapai kemerdekaan, usahawan-usahawan Cina terus

menghulurkan kerjasama kepada kerajaan Perikatan dan kemudiannya Barisan Nasional. Dengan bantuan MCA, usahawan memelihara hubungan yang positif dengan kerajaan.

Robert Kuok, orang terkaya Malaysia adalah salah seorang usahawan Cina yang mempunyai hubungan rapat dengan kerajaan. Dalam rancangan-rancangan perniagaannya yang awal iaitu pada tahun 1960-an, Kuok bekerjasama dengan kerajaan negeri Perlis untuk mengusahakan industri perladangan tebu dan gula. Kuok juga memajukan kawasan perumahan Taman Pelangi di Johor bersama kerajaan negeri Johor. Di peringkat kerajaan persekutuan pula, Kuok dikatakan mempunyai hubungan yang rapat dengan Timbalan Perdana Menteri ketika itu iaitu Tun Abdul Razak (Chin, 2003).

Lim Goh Tong pula dikatakan mempunyai hubungan yang rapat dengan Tan Sri Haji Mohd Noah, bapa mertua kepada dua orang Perdana Menteri Malaysia iaitu Tun Abdul Razak dan Tun Hussein Onn (Chin, 2003, p. 69). Tan Sri Noah membantu Lim Goh Tong menubuhkan Genting Highlands Sdn. Bhd. Pada tahun 1965 (Lim, 2004, p. 7). Ketika Lim memohon untuk mendapatkan lesen mengendalikan kasino di Genting Highland, rasional yang diberikan oleh beliau ialah kasinonya akan memberi pulangan yang besar kepada kerajaan. Lim menjangkakan bahawa sekiranya projek Genting Highland berjaya dan berjaya menjana RM2 juta setiap tahun, kerajaan boleh memperolehi RM800 ribu dalam bentuk cukai (Lim, 2004, p. 91). Rasional yang digunakan oleh Lim jelas menunjukkan bahawa beliau sedar akan kepentingan membina satu hubungan yang menguntungkan semua pihak.

Sifat kerjasama usahawan-usahawan Cina ini terbit daripada nilai hormat-menghormati bagi mengekalkan hubungan yang harmoni. Budaya Cina menganggap konflik tidak membawa faedah (Samovar & Porter, 2004, p. 208). Justeru, harmoni perlu diutamakan. Ini bermakna, budaya Cina menggalakkan orang Cina untuk mengejar harmoni agar konflik dielakkan. Harmoni membawa faedah tetapi konflik tidak. Berpandukan nilai sedemikian, usahawan-usahawan Cina biasanya akan cuba memberi kerjasama kepada sesiapa sahaja yang berada di tampuk kuasa. Ciri sedemikian boleh dikategorikan sebagai budaya yang mengutamakan jarak kuasa tinggi. Objektifnya ialah memelihara keharmonian bagi kepentingan semua pihak.

Perniagaan-perniagaan Cina biasanya dimiliki oleh keluarga. Sistem patriarki budaya Cina menyebabkan warisan harta keluarga diturunkan melalui anak lelaki. Kesannya, perniagaan-perniagaan Cina boleh diklasifikasikan dalam kategori paternalistik. Nilai paternalistik ini tidak hanya dalam erti kata warisan harta sahaja.

Ia juga merupakan satu sistem yang memastikan perniagaan dapat bertahan lama. Kebiasaannya, anak-anak lelaki akan diminta untuk bekerja dalam syarikat milik keluarga bagi mempelajari teknik-teknik perniagaan agar mereka memperolehi pengalaman sebelum mereka mewarisi perniagaan keluarga mereka. Anak lelaki boleh dianggap sebagai *xue tu* yang membawa maksud murid. Konsep *xue tu* ini boleh diperluas dan meliputi pekerja-pekerja yang datang bekerja dengan tujuan untuk belajar dan bukan untuk bekerja.

Dalam konteks usahawan Cina Malaysia, ramai antara mereka mewarisi perniagaan keluarga. Tan Kah Kee bekerja di syarikat bapanya sehinggalah bapanya meninggal dunia. Pengerusi Kumpulan Genting yang baru, Lim Kok Thay juga bekerja di syarikat bapanya, Lim Goh Tong sehinggalah bapanya meninggal dunia. Seorang lagi usahawan terkemuka Cina iaitu Francis Yeoh membantu bapanya, Yeoh Tiong Lai untuk menguruskan perniagaan. Sistem paternal yang diamalkan oleh usahawan Cina mempunyai kekuatan tersendiri. Paternalisme mungkin tidak adil bagi wanita dan merupakan satu punca kepada diskriminasi gender. Tetapi, ia juga merupakan satu sistem yang dapat memastikan kesinambungan dan juga pengalaman diturunkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

Berdasarkan penerangan-penerangan di atas, profil usahawan Cina yang berjaya dapat disimpulkan dengan menggunakan Dimensi Nilai Hofstede. Usahawan-usahawan Cina tidak gentar akan perubahan dan risiko, satu ciri yang menandakan mereka berada dalam kategori boleh menerima ketidakpastian. Mereka juga bersifat paternalistik dan oleh yang demikian tergolong dalam dimensi maskulin. Mereka pentingkan harmoni. Kesannya mereka boleh akur pada kuasa iaitu satu ciri dimensi jarak kuasa tinggi. Usahawan-usahawan Cina juga bergantung kepada persatuan dan kelab yang dianggotai mereka untuk mengurus niaga. Ciri ini meletakkan mereka dalam dimensi kolektif.



Gambar Rajah 2. Dimensi Nilai Hofstede dan Ciri-ciri Keusahawanan Cina

### Asas-Asas Budaya Keusahawanan Cina

Ramai pengkaji (Hofstede, 2007; Chin, 2003; Hwang, 2002) mengaitkan budaya keusahawanan Cina dengan ajaran konfucius. Pendapat sedemikian jika dibandingkan dengan kejayaan usahawan-usahawan Cina di Malaysia mempunyai kebenarannya. Dalam budaya orang Cina yang banyak dipengaruhi oleh ajaran Konfucius, kerajinan merupakan satu pegangan (Chin, 2008, p. 125). Walaupun ajaran-ajaran Konfucius secara umumnya tidak diterapkan melalui kaedah-kaedah pendidikan formal, orang Cina secara umumnya menerima dan mempraktikkan ajarannya dalam kehidupan mereka. Pendidikan secara informal, umpamanya melalui keluarga telah menyulam ajaran konfucius ke dalam sanubari orang Cina (Chin, 2008, p. 124). Menurut Hwang (2002), ajaran Konfucius mendidik orang Cina untuk menerima dan mengaplikasi beberapa konsep dalam kehidupan harian mereka. Nilai-nilai yang tersemat dalam ajaran konfucius meliputi memelihara keharmonian, rajin, ketaatan, membalas budi, menghormati orang yang berautoriti, mementingkan hubungan keluarga dan beretika. Nilai-nilai ini kemudiannya telah diaplikasi dalam budaya keusahawanan Cina.

Sebagaimana yang telah dibincangkan dalam bahagian profil usahawan Cina,

nilai-nilai Konfucius memang menjadi pegangan usahawan-usahawan Cina. Usahawan Cina mementingkan hubungan kolektif, lanjutan ajaran Konfucius yang mementingkan hubungan kekeluargaan dan harmoni. Untuk memelihara hubungan tersebut, usahawan Cina akur kepada keberkesanan *xin yong*, *guan xi* dan *gan qing* yang penting untuk membina hubungan kolektif dalam unit-unit yang dianggotai mereka. Pada masa yang sama, mereka juga pentingkan *xiao* dan *zhong* iaitu ketaatan pada mereka yang lebih senior. Kedua-dua konsep juga ialah satu lanjutan kepada ajaran pentingkan hubungan keluarga di dalam ajaran Konfucius.

Profil usahawan-usahawan Cina juga menunjukkan sikap mereka yang mementingkan kerajinan. Lim Goh Tong, Tan Kah Kee, Yap Ah Loy dan Loh Boon Siew adalah contoh-contoh usahawan Cina yang berhijrah ke Tanah Melayu dari Tanah Besar Cina dengan tangan kosong. Maksudnya, mereka datang ke Tanah Melayu tanpa modal di tangan. Namun, kerajinan mereka telah membantu mereka untuk menjadi usahawan yang berjaya. Apabila Yap Ah Loy sampai ke Melaka, beliau bekerja sebagai kuli di lombong timah. Dalam tempoh yang singkat sahaja beliau berjaya mengumpulkan harta dan seterusnya dilantik menjadi kapitan Cina. Tan kah Kee pula ialah contoh usahawan Cina yang tidak mengenal putus asa dan sentiasa berusaha membangunkan perniagaannya walaupun berdepan dengan rintangan-rintangan yang sangat mencabar seperti Perang Dunia Pertama dan kemerosotan perniagaan keluarganya. Contoh-contoh ini menunjukkan mereka faham dan akur kepada konsep kerajinan yang ditekankan dalam ajaran Konfucius. Dalam konteks Dimensi Budaya Hofstede, beliau mendefinisikan nilai sedemikian sebagai nilai orientasi jangka panjang.

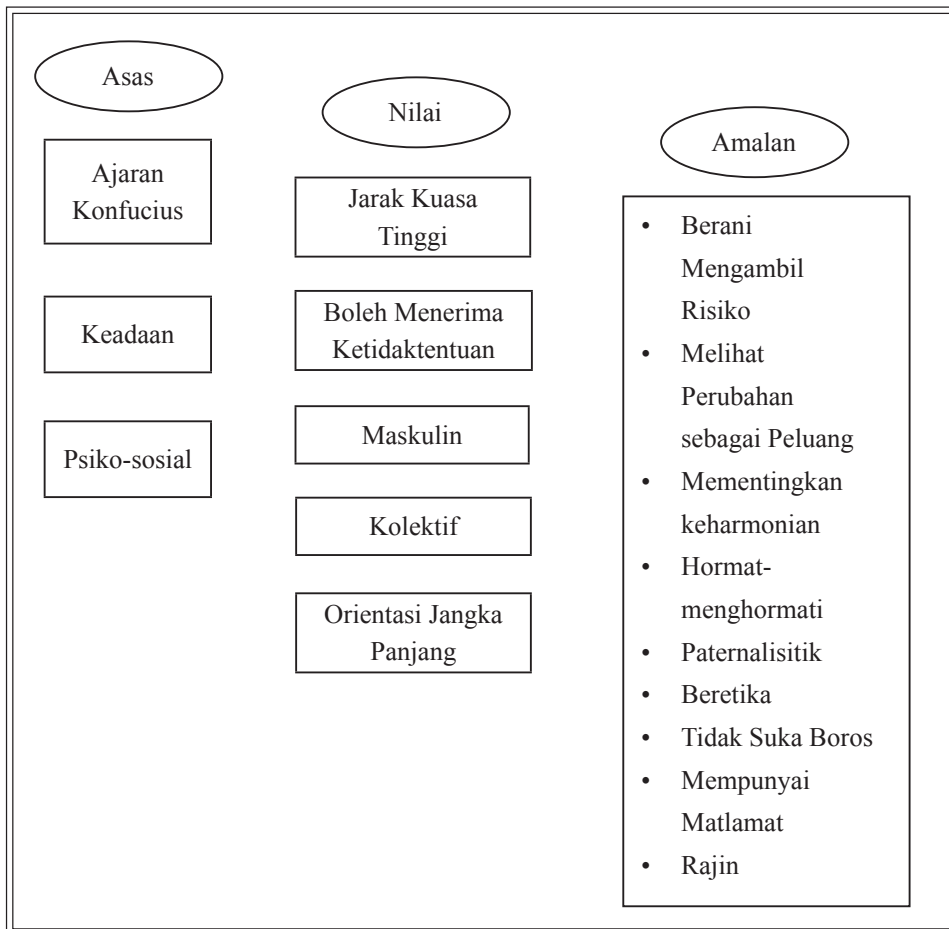
Sementara itu, konsep “*he*” (和, keharmonian) yang ditegaskan dalam ajaran Konfucius diterjemahkan dalam bentuk kerjasama yang diberikan oleh usahawan Cina sesama mereka dan juga dengan pihak berkuasa. Budaya mementingkan harmoni ini juga mempunyai kaitan dengan nilai kolektif yang dititik beratkan dalam ajaran Konfucius. Keharmonian menjamin hubungan atau *guan xi* dan sebaliknya pula, keharmonian akan memelihara hubungan yang positif. Pada masa yang sama, bagi memelihara keharmonian, ajaran Konfucius turut menekankan “*li*” (礼, peradaban). Penerapan nilai *li* ini diselit dalam hubungan antara ahli-ahli keluarga. Anak harus beradab pada ibu bapa mereka dari segi pertuturan dan juga tingkah laku mereka. Anak juga harus taat kepada ibu bapa dan juga mereka yang lebih senior dalam keluarga mereka. Melalui peradaban, hubungan antara ahli keluarga akan menjadi positif dan

terjaga dan hubungan yang sedemikian akan membantu pembentukan suasana harmoni. Konsep yang sama juga diterima pakai dalam unit-unit sosial yang lain. Sebagai contoh, dalam konteks persatuan dan kelab usahawan Cina, ahli-ahli yang baru harus membina *guan xi* dengan mengamalkan adab-adab tertentu. Semua ini telah menjadi asas kepada budaya usahawan Cina di Malaysia. Nilai-nilai ini menunjukkan bahawa budaya usahawan Cina Malaysia boleh diklasifikasikan dalam dimensi jarak kuasa tinggi Hofstede.

Selain ajaran Konfucius, budaya keusahawanan Cina Malaysia juga dibentuk oleh beberapa faktor lain. Antaranya ialah faktor keadaan. Faktor ini dapat menjelaskan mengapa orang-orang Cina mengambil risiko meredah Laut China Selatan untuk bekerja sebagai kuli dan ada di antara mereka kemudiannya berjaya menjadi usahawan. Pada kurun ke-19, porak peranda melanda China. Selain bencana alam, perang dan ketidakstabilan politik memaksa mereka untuk mencuba nasib di Tanah Melayu dan kawasan-kawasan sekitarnya yang kebetulan memerlukan tenaga buruh yang banyak (Chin, 2006, p. 134-135). Apabila sampai ke rantau ini, mereka berada di satu alam baru. Mereka harus rajin berusaha untuk membina kehidupan mereka yang lebih selesa. Pada masa yang sama, mereka perlu memelihara hubungan yang harmoni sesama mereka dan juga dengan pihak berkuasa agar mereka boleh membina kerjaya dan masa depan mereka dalam suasana yang positif. Ini bermakna faktor keadaan telah menyebabkan mereka terpaksa mengambil risiko, rajin, bersifat kolektif dan mementingkan keharmonian. Dalam erti kata lain, keadaan memaksa usahawan Cina untuk menerima pakai satu set budaya yang boleh membantu mereka untuk berjaya dan berubah mengikut keadaan.

Chin (2003: 97) mengaitkan penglibatan ramai orang Cina Malaysia dalam bidang keusahawanan dengan faktor psiko-sosial individu. Kajiannya mendapati orang Cina tidak suka bekerja dengan orang lain. Mereka lebih suka mengusahakan sesuatu. Ini kerana mereka berpendapat bahawa jika bekerja dengan orang lain, gaji yang diterima mungkin cukup makan atau kadang-kadang tidak cukup makan. Konsep ini ataupun dalam istilah Cina “*zuo gong bu chu tou*” (做工不出头) tertanam dalam sanubari responden-responden kajiannya. Berdasarkan profil respondennya, konsep tersebut akan timbul secara semulajadinya memandangkan ramai antara mereka berpendidikan rendah. Kesannya, mereka tidak boleh menjawat jawatan tinggi yang boleh memberi gaji yang lumayan. Keadaan ini menyebabkan mereka mencuba nasib mereka dengan menjadi

usahawan. Ada juga antara respondennya yang diberhentikan kerja. Pengalaman ini menyebabkan mereka terpaksa menjadi usahawan. Pemberhentian kerja akibat pelbagai sebab juga mencetuskan satu pemikiran iaitu bekerja untuk orang lain tidak boleh menjamin masa depan mereka. Selain faktor tidak ingin bekerja untuk orang lain, sikap mementingkan kebendaan juga menyebabkan ramai orang Cina tidak mahu dikongkong oleh pendapatan yang diperolehi dengan gaji mereka sahaja. Keinginan untuk hidup dalam keadaan yang lebih selesa membentuk budaya keusahawanan di kalangan orang Cina terutamanya apabila kejayaan seseorang itu diukur dengan nilai kebendaan juga.



Gambar Rajah 3. Asas Budaya Keusahawanan Cina

### Penglibatan Orang Cina dalam Bidang Bukan Keusahawanan

Hakikat menunjukkan bahawa bukan semua orang Cina menceburi dalam bidang keusahawana. Majoriti orang Cina berkecimpung dalam bidang-bidang karier yang lain. Kajian Phang (2000) menunjukkan ramai orang Cina bekerja dalam bidang professional. Pada tahun 1990, banci menunjukkan lebih 170000 orang Cina bekerja dalam bidang professional. Bidang professional di sini ditakrifkan sebagai pekerjaan-pekerjaan yang meliputi bidang perubatan, kejuruteraan, perakaunan dan pendidikan. Bilangan orang Cina yang terlibat dalam bidang pengurusan dan pentadbiran pula ialah 101900 orang pada tahun 1990. Ramai juga yang kecundang dan gagal menjadi usahawan yang berjaya. Menurut kajian Omohundro (1983, p. 66), lebih kurang 40 peratus respondennya yang terdiri daripada orang Cina Filipina pernah gagal dalam perniagaan. Ada antara mereka telah diisytiharkan muflis.

Jadual 5

*Pekerjaan Mengikut Sektor Orang Cina di Malaysia  
bagi Tahun 1990, 1995 dan 2000 ('000)*

	1990	1995	2000
Pertanian, Penternakan, Perikanan dan Perhutanan	251.6	175.7	136.6
Perlombongan dan Kuari	12.1	8.5	7.4
Pengeluaran	505	634	735.2
Pembinaan	217.8	281.6	331.4
Elektrik, Gas dan Air	4.7	6.5	7.6
Pengangkutan dan Logistik	92.9	118.2	147.5
Borong, Peruncitan, Hotel dan Restoran	652.2	674.	712.8
Kewangan, Insurans, Hartanah dan Perkhidmatan Perniagaan	120.7	160.9	183
Lain-lain Perkhidmatan	318	339.5	338.5

*Nota.* Dipetik dan disesuaikan dari Phang, H.E. (2000). The Economic Role of the Chinese in Malaysia. Dlm K.H. Lee & C.B. Tan (Eds.), *The Chinese in Malaysia*. New York: Oxford University Publisher, p. 107.



Huraian fakta-fakta di atas menimbulkan dua persoalan. Mengapakah ramai orang Cina tidak menjadi usahawan sedangkan budaya Cina (sebagaimana yang telah dibincangkan) boleh melahirkan usahawan-usahawan yang berjaya? Mengapakah ramai usahawan Cina tidak berjaya?

Sebenarnya, pelbagai faktor boleh dibincangkan untuk menjawab kedua-dua persoalan. Antaranya ialah faktor transformasi sosial masyarakat. Semenjak Malaysia mencapai kemerdekaan, sistem pendidikan negara telah berkembang dan mampu melahirkan lebih ramai mahasiswa dan mahasiswi. Lebih banyak peluang pendidikan terutamanya di peringkat pengajian tinggi diwujudkan. Kesannya, semakin ramai orang Cina di negara ini memiliki kelayakan untuk melanjutkan pembelajaran yang lebih tinggi. Perkembangan yang positif ini membolehkan mereka bekerja dan menjawat jawatan yang bersesuaian dengan kelayakan mereka. Kesannya, mereka tidak semestinya melibatkan diri dalam bidang keusahawanan yang penuh dengan risiko dan cabaran. Transformasi sosial dalam bentuk pendidikan telah menyebabkan ramai orang Cina memilih jalan yang lebih mudah untuk mencari rezeki.

Selain faktor transformasi sosial, tidak semua orang Cina boleh berjaya ataupun boleh memasuki bidang keusahawanan. Keterhadan peluang ialah salah satu faktor utama yang menjadi batu penghalang. Peluang boleh dicari tetapi ruangnya akan menjadi sempit jika terlalu ramai orang memilih untuk mencari rezeki dalam bidang yang sama. Keterhadan ini akan mencetuskan persaingan yang seterusnya akan membentuk satu lapisan penapis bagi memastikan mereka yang benar-benar layak sahaja berjaya dalam bidang keusahawanan. Apabila peluang dalam bidang keusahawanan sukar diperolehi, ramai orang Cina akan menceburi bidang-bidang karier yang lain bagi mencari rezeki.

### **Kesimpulan**

Usahawan-usahawan Cina Malaysia yang berjaya menempa nama mereka dalam arena keusahawanan negara dibentuk dan dilentur oleh budaya Cina. Perbincangan-perbincangan dalam artikel ini jelas menunjukkan peranan yang dimainkan oleh budaya dalam membantu seseorang usahawan Cina untuk berjaya. Budaya membentuk satu platform bagi usahawan-usahawan Cina memaksimumkan potensi yang ada dalam diri mereka untuk menjadi usahawan. Sistem jaringan sosial yang disediakan oleh budaya Cina sangat membantu usahawan-usahawan Cina sama ada yang baru sahaja menceburi bidang keusahawanan ataupun sudah lama menceburinya untuk mendapatkan bantuan.

Pada masa yang sama, budaya juga membentuk nilai-nilai yang harus ada pada seorang usahawan. Dimensi nilai Hofstede mampu untuk mengklasifikasikan nilai-nilai budaya Cina dan memudahkan proses memahami budaya Cina terutamanya dalam hal-hal yang berkaitan dengan budaya keusahawanan Cina. Taksonomi yang diwujudkan oleh Hofstede juga memudahkan perbandingan antara budaya. Umpamanya membandingkan budaya keusahawanan Cina dengan budaya keusahawanan Barat yang sebenarnya berbeza sama sekali memandangkan asas kedua-dua budaya dalam konteks kepercayaan adalah berbeza.

Berdasarkan perbincangan-perbincangan dalam artikel ini, budaya Cina mempamerkan cirinya yang sangat responsif kepada keperluan-keperluan orang Cina. Ciri responsif ini terbentuk berikutan sejarah orang Cina yang panjang. Sepanjang perkembangan ketamadunan dan peradaban Cina, banyak yang telah ditempuh. Pengalaman-pengalaman ini memaksa orang Cina membentuk asas-asas yang menjana nilai-nilai yang bersifat responsif. Kini, budaya tersebut telahpun dibawa ke Malaysia. Pengamalannya setakat ini menjana banyak kesan positif kepada pembangunan ekonomi dan sosial Malaysia. Jika budaya ini terus diamalkan, maka ia akan menjana lebih banyak kesan positif kepada negara ini pada masa depan.

### **Rujukan**

- Andaya, B.W. & Andaya, L.Y. (2001). *A History of Malaysia* [Sejarah Malaysia]. Hampsphire: Palgrave.
- Chin, Y. M. (2006). *Malaysia: Ilmu, Persepsi dan Integriti*. Petaling Jaya: Pearson.
- Chin, Y.W. (2008). The Evolution of Chinese Malaysian Entrepreneurship: From British Colonial Rule to Post-New Economic Policy [Evolusi Keusahawanan Cina di Malaysia: Semenjak Era Penjajahan British sehingga ke Era Pasca Dasar Ekonomi Baru] . Dlm. *Journal of Chinese Overseas*, 4(2), 203-237.
- Chin, Y.W. (2003). *Budaya dan Keusahawanan Cina di Malaysia*. Bangi: Uuiversiti Kebangsaan Malaysia.
- Doebele, J. (2007). Malaysia's 40 Richest Man [40 Orang Terkaya Malaysia]. *Forbes*. Dimuat turun daripada <http://www.forbes.com/global/2007/0604/037.html>.
- Freedman, M. (1979). *The study of Chinese Societies: Essays by Maurice Freedman*. [Kajian Mengenai Masyarakat Cina: Esei-Esei Maurice Freedman]. Taipei: SMC Publishing.

- Godley, M. R. (1981). *The Mandarin Capitalist from Nanyang: Overseas Chinese Enterprise in the Modernization of China 1893-1911* [Kapitalis Mandarin dari Nanyang: Keusahawanan Orang Cina di Seberang Laut pada Zaman Pemodenan Cina 1893-1911]. Cambridge: Cambridge University Press.
- Heng, P.K. & Sieh, L.M.L. (2000). "The Chinese Business Community in Peninsular Malaysia, 1957-1999" [Komuniti Peniaga Cina di Malaysia, 1957-1999]. Dlm. K.H. Lee, C.B. Tan (Ed.), *The Chinese in Malaysia* [Orang Cina di Malaysia]. New York: Oxford University Publisher.
- Hofstede, G. (1995). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations* [Kesan-Kesan Budaya: Perbandingan Nilai, Perlakuan, Institusi dan Organisasi Rentas Negara]. California: Sage.
- Hofstede, G. (2000). "The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept" [Relativiti Budaya dalam Konsep Kualiti Hidup]. Dlm. G.R. Weaver (Ed.), *Culture Communication and Conflict* [Budaya, Komunikasi dan Konflik]. Boston: Pearson.
- Hofstede (2001). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values* [Kesan-Kesan Budaya: Perbezaan antara Negara dalam Nilai-Nilai Berkaitan Kerja]. Beverly Hills: Sage.
- Hofstede (2007). "Asian Management in the 21st Century" [Pengurusan Orang Asia dalam Abad ke-21]. Dlm. *Asia Pacific Journal of Management*, vol. 24, 421-428.
- Hwang, Y.C. (2002). *The Ethnic Chinese in East and Southeast Asia* [Etnik Cina di Timur dan Asia Tenggara]. Singapore: Times Academic Press.
- Lee, K.H. & Tan, C.B. (Ed.). (2000). *The Chinese in Malaysia* [Orang Cina di Malaysia]. New York: Oxford University Publisher.
- Lim, G.T. (2004). *My Story* [Kisah Saya]. Kelana Jaya: Pelanduk.
- Lim, L.Y. C. & Gosling, L.A.P. (1983). *The Chinese in Southeast Asia* [Orang Cina di Asia Tenggara]. Singapore: Masruzen Asia.
- Omohundro, J.T. (1983). Social Networks and Business Success for the Philippines Chinese. Dlm. L.Y. C. Lim & L.A.P. Gosling (eds). *The Chinese in Southeast Asia*. [Orang Cina di Asia Tenggara]. Singapore: Masruzen Asia.
- Panglaykim, J. & Palmer, I. (1970). "Study of Entrepreneurship in Developing Countries: The Development of One Chinese Concern in Indonesia" [Kajian Keusahawanan di Negara-Negara Membangun: Perkembangan Prihatin Orang Cina di Indonesia]. *Journal of Southeast Asian Studies*, 1(1), 85-95.
- Phang, H.E. (2000). The Economic Role of the Chinese in Malaysia [Peranan Ekonomi

Orang Cina di Malaysia]. Dlm K.H. Lee & C.B. Tan (Ed.), *The Chinese in Malaysia* [Orang Cina di Malaysia]. New York: Oxford University Publisher.

Samovar, L.A., Porter, R.E (2004). *Communication between Cultures* [Komunikasi antara Budaya]. Boston: Cengage.

Samovar, L.A., Porter, R.E. & McDaniel, E.R. (2007). *Communication between Cultures* [Komunikasi antara Budaya]. Boston: Cengage.

Editor In-charge: Dr. Thock Ker Pong

# Culture and Profiles of Chinese Entrepreneurs in Malaysia

**Chin Yee Mun**<sup>2</sup>

*Universiti Tunku Abdul Rahman*

## Abstract

The success of Chinese entrepreneurs in Malaysia has attracted the attention of many scholars. Many opined that the Chinese entrepreneurs built their success through their own distinctive formulas. Many also opined that the Chinese entrepreneurs' values plays an important key to their success. This article would like to discuss the cultural values practiced by them and also the foundations of these values. Geert Hofstede's Value Dimensions was used as the analytical tool to analyze the Chinese entrepreneurs' values.

**Keywords:** Chinese Entrepreneur, Hofstede's Values Dimension, Chinese Entrepreneur's Profile.

---

<sup>2</sup> Assistant Professor, Department of General Studies, Faculty of Creative Industries, University Tunku Abdul Rahman.