



**RELASI BISNIS PEDAGANG ETNIS CINA DENGAN ETNIS
JAWA MUSLIM
(STUDI KASUS ETIKA PERDAGANGAN BATIK DI KOTA
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

NURUL SYAHRU KARIMA
NIM. 2013114077

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nurul Syahrul Karima**

NIM : **2013114077**

Judul Skripsi : **Relasi Bisnis Pedagang Etnis Cina Dengan Etnis Jawa Muslim (Studi Kasus Etika Perdagangan Batik Di Kota Pekalongan)**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri, tidak menjiplak atau menjiplak dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiasi, maka penulis bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Februari 2019

Yang menyatakan



NURUL SYAHRU KARIMA
NIM. 2013114077

NOTA PEMBIMBING

Dr. Hj Susminingsih M.Ag
Griya Tirto Indah Gang 2 No. 02 Pekalongan

Jumlah : 2 (dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nurul Syahru Karima

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

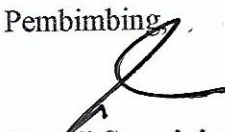
Nama : **NURUL SYAHRU KARIMA**
NIM : **2013114077**
Jurusan : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Relasi Bisnis Pedagang Etnis Cina Dengan Etnis Jawa Muslim (Studi Kasus Etika Perdagangan Batik Di Kota Pekalongan)**

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 26 Februari 2019
Pembimbing


Dr. Hj Susminingsih M.Ag
NIP. 197502111998032001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. PahlawanRowolakuKajenPekalonganTelp. (0285) 412575 Fax. (0285) 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **NURUL SYAHRU KARIMA**

NIM : **2013114077**


Judul : **RELASI BISNIS PEDAGANG ETNIS CINA DENGAN ETNIS JAWA MUSLIM (STUDI KASUS ETIKA PERDAGANGAN BATIK DI KOTA PEKALONGAN)**

Tela diujikan pada hari Senin, 21 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

DewanPenguji,

Penguji I


Penguji II


Agus Fakhрина M.S.I
NIP. 19770123 200312 1001


Muhamad Masrur M.E.I
NIP. 19791217 201503 1001

Pekalongan, 21 Maret 2019

Disahkan oleh Dekan,


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Lingustik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huuf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ts	Te dan Es
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De

ذ	Dzal	Dz	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ص	Syin	Sy	Es dan Ye
ض	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ڌ	Ḍād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍā'	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ء	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wawu	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البيدع ditulis *al-badī'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau dai akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasi dengan apostrof (/').

أمرت ditulis *amirtu*

شيء ditulis *say'iyun*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Karena Anugerah-Mu ya Allah, atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah SAW. Skripsi ini kupersembahkan :

1. Kedua orang tua ku, yang selalu senantiasa berdo'a, mencurahkan kasih sayang yang tiada henti, memberi motivasi dan dengan sabar menantikan keberhasilanku, sehinggalah menghantarkanku meraih gelar sarjana.
2. Adikku yang masih mengabdikan di Kalimantan, Shahrul Akbar. Atas do'a dan perhatiannya yang selalu menanyakan "kapan wisuda" serta memberi motivasi.
3. Dosen pembimbingku, ibu Dr. Hj. Susminingsih. M.Ag. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk memeriksa dan mengoreksi tulisan ini dan membantu hingga akhir.
4. Kakak dan adik-adik ku, Ahmad Ilyas, Siti Nur Haliza dan Maulana Ridhwan. Terima kasih atas do'a dan dukungannya
5. Teman dekatku, Adi. yang sudah mau meminjamkan laptopnya dan selalu menemani dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabatku sekaligus teman seperjuanganku. Sofi dan Utim. Yang selalu mendukung, membantu ketika dalam kesulitan, mendengarkan keluhanku, selalu menyemangatiku dan menemani prosesnya dari pagi sampai sore di perpustakaan. Terima kasih atas semuanya. Semoga kita selalu menjadi sahabat dan saudara untuk selamanya. Aamiin.



7. Mba lia dan puput, yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaanku dalam menghadapi kendala serta teman teman FEBI angkatan 2014, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas do'a, dukungan dan bantuannya.
8. Keluarga besar KKN 44 Desa Sojomerto Kecamatan Reban Kabupaten Batang. Terimakasih selama ini telah menyemangati, berbagi ilmu, memberi saran dan nasehat, serta canda tawanya.





MOTTO

مَنْ جَدَّ وَ جَدَّ

(Siapa Bersungguh-sungguh Pasti Berhasil)

مَنْ صَبَرَ ظَفِرَ

(Siapa yang Bersabar Pasti Beruntung)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

(Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan)

ABSTRAK

Karima, Nurul Syahru. (2019). Relasi Bisnis Pedagang Etnis Cina Dengan Pedagang Etnis Jawa (Studi Kasus Etika Perdagangan Batik Di Kota Pekalongan). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Susminingsih. M.Ag.

Pekalongan merupakan kota yang dikenal dengan keragaman etnis yang ada disana, yang paling dominan adalah kaum Pribumi (Jawa), Arab, Cina dan keturunannya. Hubungan bisnis antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa yang berdagang batik di kota Pekalongan sangat menarik untuk diteliti. Melihat sejak dahulu etnis Jawa sangat membenci etnis Cina, justru ini bekerjasama dalam hubungan bisnis, khususnya dalam dunia batik karena di kota Pekalongan dikenal sebagai kota Batik. Mulai dari pedagang kain yang beretnis Cina seperti toko Palembang, pedagang obat batik mayoritas beretnis Cina bahkan pakaian Batik jadi juga ada beberapa yang beretnis Cina. Etnis Jawa pun sama, mulai dari *mbabar* batik sampai konveksi batik. Peneliti berupaya melihat lebih jauh bagaimana hubungan bisnis antara pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa ditinjau dari etika bisnis Islam di Kota Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan bisnis pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa dalam prespektif etika bisnis islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa, sedangkan objek penelitiannya adalah Relasi bisnis antar pedagang. Teknik penentuan subjek nya dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sumber data berupa data primer yang dikumpulkan dengan metode wawancara dan observasi dan data sekunder menggunakan dokumentasi. Untuk mengecek kredibilitas informasi/data menggunakan teknik triangulasi sumber. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian mengungkapkan, bahwasanya hubungan kerja yang terjalin antara pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa cukup baik. Hubungan bisnis yang terjalin didasari rasa persaudaran antar sesama warga indonesia. Tidak membedakan atau memilah milih harus dengan siapa berhubungan bisnis. Tidak memandang ras, suku, budaya dan agama. Sejauh yang peneliti amati mayoritas pedagang etnis Cina memiliki sikap yang cuek tidak mudah tersenyum walaupun ada beberapa pedagang etnis Cina yang ramah dan murah senyum. Akan tetapi mayoritas pedagang etnis Cina selalu menepati janjinya.

Kata kunci : Pedagang Etnis Cina, Pedagang Etnis Jawa, Etika Bisnis Islam, Hubungan Bisnis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pertama-tama marilah kita panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat, hidayah serta kesehatan, kepada kita semua, sehingga kita semua tetap dalam keadaan sehat wal-alfiat. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan Nabi besar kita, Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladang yang baik kepada kita semua.

Alhamdulillah, berkat izin Allah SWT, penulis akhirnya mampu menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di IAIN Pekalongan. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Bapak Agus Fakhрина M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
3. Ibu Hj. Sinta Dewi Rismawati SH.,M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum M.Ag, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Ahmad Tubagus Surur M.Ag, selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Pekalongan.

Bapak Dr. H. Zawawi M.A, selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Pekalongan.

Ibu Dr. Hj. Susminingsih M.Ag, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Dr. Akhmad Jalaludin M.A, selaku Dosen Wali Studi.

Kedua orang tua, yang selalu mendoakan dan menemaniku dalam suka maupun duka, keluargaku, sahabat-sabatku, serta teman-teman yang telah banyak memberiku semangat dan bantuan selama ini.

10. Semua pihak yang telah membantu hingga penyusunan skripsi ini selesai.

Akhir kata, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah

menyertakan serta dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi segala usaha kita. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, Februari 2019

Penulis



NURUL SYAHRUKARIMA

NIM. 2013114077



DAFTAR ISI

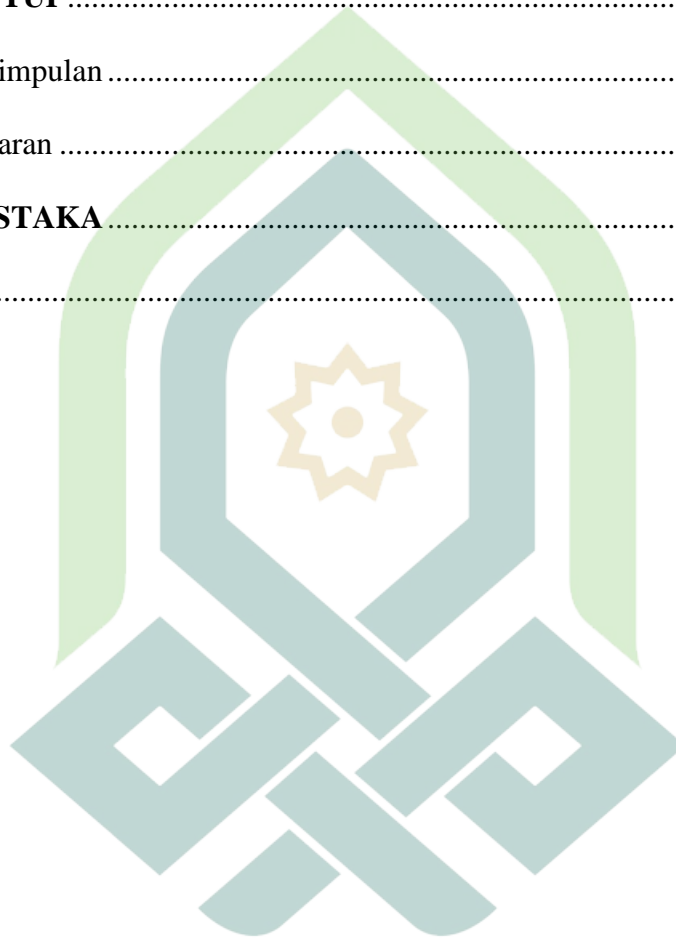
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Kajian Penelitian Terdahulu	9
E. Kerangka Teoritik	21
F. Metode Penelitian	23
G. Sistematika Pembahasan	28



BAB II LANDASAN TEORI	30
A. Relasi Bisnis	30
1. Pengertian Relasi	30
2. Pengertian Bisnis	31
B. Keuntungan Membangun Jaringan dan Relasi Bisnis	32
C. Etika Bisnis	33
1. Pengertian Etika Bisnis	33
2. Prinsip-prinsip Etika dan Perilaku Bisnis	34
3. Cara-cara Mempertahankan Standar Etika	34
D. Etika Bisnis Islam	35
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	35
2. Nilai dan Prinsip Etika Bisnis Islam	36
E. Etnis Cina dan Etnis Jawa	47
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN	57
A. Demografi dan Geografi Kota Pekalongan	57
1. Keadaan Geografis Kota Pekalongan	57
2. Kepundudukan	58
3. Perdagangan	59
B. Profil Pedagang	60
C. Hubungan Bisnis Pedagang Etnis Cina dengan Etnis Jawa	66
D. Konflik Antara Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa	67
E. Harapan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa	70



BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	72
A. Prinsip Etika Bisnis Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa	72
B. Hubungan Bisnis Pedagang Etnis Cina dengan Etnis Jawa dalam Prespektif Etika Bisnis Islam	84
BAB V PENUTUP	99
A. Simpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107





DAFTAR TABEL

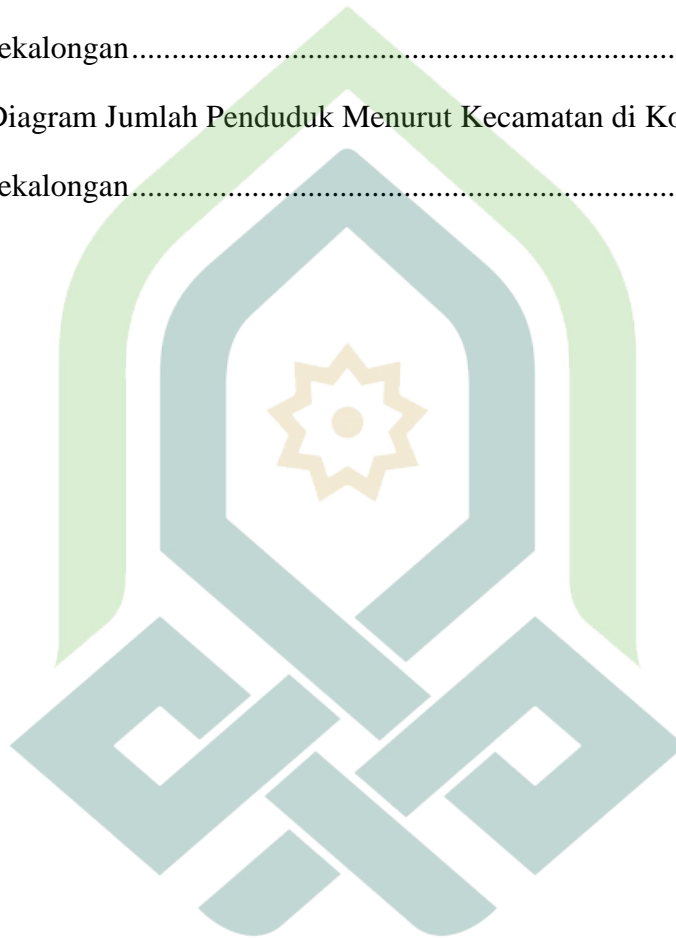
	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah UMKM dan Tenaga Kerja.....	3
Tabel 1.2 : Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2.1 : Nilai dan Prinsip Etika Bisnis Islam	36
Tabel 3.1 : Banyaknya Pasar & Pedagang Yang Terecat di Kota Pekalongan	60





DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Kerangka Berpikir	22
Gambar 1.2 : Triangulasi Metode	27
Gambar 3.1 : Diagram Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Pekalongan.....	58
Gambar 3.2 : Diagram Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pekalongan.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 : Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3 : Interview Guide

Lampiran 4 : Transkrip atau Hasil Wawancara

Lampiran 5 : Foto Hasil Wawancara

Lampiran 6 : Data sentra UMKM Batik Binaan Dindagkop & UKM Pekalongan

Lampiran 7 : Realisasi Ekspor Tahun 2017

Lampiran 8 : Daftar Riwaya Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam keseharian hidup manusia sebagai makhluk sosial yang masing-masing individunya dari golongan etnis yang berbeda itu saling berinteraksi satu sama lain atau beraneka ragam suku bangsa dan pengaruh dalam interaksi atau hubungan dengan masyarakat yang lain. Interaksi pada prinsipnya membahas dan mengkaji pola hubungan suku bangsa. Bahwa kolektivitas tidak selalu menjerumus pada sebuah konflik sosial atau permusuhan. Ketika terjadi kolektivitas masyarakat ingin menganggap adanya perbedaan dan seringkali hubungan antar keduanya itu dapat menemukan faktor kebersamaan yang dapat melancarkan proses yang mengarah kepada kehidupan bersama secara rukun dan serasi. Ada kalanya kolektivitas yang berhubungan dengan integrasi, dimana masing-masing kolektivitas tetap hidup di atas identitas sendiri. Akan tetapi hubungan antar golongan atau kedua belah pihak dapat dilakukan dengan baik saling menguntungkan dan saling mengisi. Interaksi dapat dilihat sebagai tindakan yang saling ditunjukkan oleh dan di antara dua orang pelaku atau lebih dalam kaitannya dengan pengertian antara etnik, maka tindakan-tindakan terasa dilihat sebagai kaitannya dengan identitas etnis.

Golongan atau komunitas etnis asing yang paling sukar diatur kedudukannya dalam masyarakat Indonesia adalah orang yang beretnis cina,

mereka mempunyai kebudayaan yang berbeda dengan kebudayaan-kebudayaan yang ada pada umumnya dipunyai oleh orang Indonesia, mereka juga dapat dilihat sebagai golongan yang mempunyai kedudukan ekonomi yang nampak menonjol dominasinya.

Berkaitan dengan ekonomi, etnis Cina sangat dominan meskipun termasuk masyarakat minoritas, tetapi mereka memiliki kelebihan dibidang kekuatan ekonomi, yang hampir ditemukan diseluruh wilayah Kota Indonesia, mereka pada umumnya mendominasi sektor ekonomi dan bisnis. Kedatangan orang-orang etnis Cina dari Negeri Cina ke nusantara khususnya Indonesia tujuannya adalah untuk meningkatkan taraf kehidupan ekonomi mereka. Dengan berkembangnya komunitas etnis Cina dan kerjasama dalam bisnisnya menjadikan etnis Cina sebagai penguasa ekonomi pasar Indonesia khususnya daerah perkotaan, hal ini dapat dilihat volume statistik ekonomi yang terus naik.

Kedatangan orang-orang etnis Cina di nusantara pada umumnya adalah para pedagang. Para pedagang ini mengunjungi pelabuhan-pelabuhan di berbagai kota pantai utara Jawa. Beberapa pedagang etnis Cina tersebut ada yang menetap di Jawa. Salah satunya di kota Pekalongan.

Pekalongan merupakan kota yang dikenal juga dengan keragaman etnis yang ada disana, yang paling dominan adalah kaum Pribumi (Jawa), Arab, Cina dan keturunannya. Sudah menjadi rahasia umum bahwa masyarakat yang terkenal egaliter yang lebih bisa menerima apapun yang masuk dan

keluar, dalam artian secara mobilitas kebudayaan baik perdagangan atau bahkan keagamaan dan pola berfikir.

Di daerah Pekalongan dan Batang terdapat banyak perusahaan firma Cina yang membeli tembakau dari daerah itu untuk di jual ke Jawa Barat. Kecuali itu, Kota Pekalongan sendiri di kenal dengan berbagai perusahaan batiknya.¹

Kota Pekalongan dikenal sebagai kota batik. Dapat dibuktikan dengan banyaknya usaha batik yang berdiri di kota Pekalongan. Lebih jelasnya dapat dilihat di tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah UMKM & tenaga kerja UMKM sesuai kriteria pada UU No. 20
Tahun 2008 Kota Pekalongan

Skala Usaha	Data Nasional 2010		Kota Pekalongan 2017	
	Jumlah (Unit)	TK (Orang)	Jumlah (Unit)	TK (Orang)
USAHA BESAR	4,838	2,839,711	34	4,509
USAHA MENENGAH	42,631	2,759,852	687	17,661
USAHA KECIL	573,601	3,627,164	5,326	27,088
USAHA MAKRO	53,207,500	93,014,759	13,602	29,500

Sumber : Kantor Dindagkop & UKM Kota Pekalongan Tahun 2017

¹ Bob Widyahartono, *Kongsi & Spekulasi Jaringan Kerja Bisnis Cina*, Cet. Ke-1 (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1988), hlm. 167.

Dalam perdagangan manufaktur dan batik, para importir Eropa yang menjadi agen tunggal dari pabrik Eropa hanya membatasi diri pada pemasukannya (importir) ke dalam pelabuhan. Sedangkan distribusi barang berada di tangan perusahaan Cina.² Berdasarkan uraian tersebut tidak diragukan lagi bahwa selain etnis Jawa, etnis Cina pun juga menguasai perdagangan di Indonesia pada khususnya di Kota Pekalongan.

Batik sendiri merupakan warisan budaya Indonesia, ia juga dijadikan sebagai lambang busana dari masyarakat dalam Negeri. Tak heran jika seandainya diwajibkan bagi siapa saja paling tidak memiliki satu koleksi busana batik. Dari sekian banyak jenis batik yang ada di Indonesia, Jawa Tengah menjadi salah satu surganya, hampir semua kawasan yang ada di Jawa Tengah memproduksi batik mereka masing-masing, tentunya dengan motif yang berbeda-beda. Tak kalah dengan Yogyakarta maupun Solo, Pekalongan juga menjadi salah satu produsen batik yang cukup terkenal. Ia lebih sering dinamai sebagai batik Pekalongan.

Mayoritas wirausaha yang bertempat tinggal di Kota Pekalongan berwirausaha atau berbisnis batik. Urgensi bisnis tidak dapat dipandang sebelah mata. Bisnis memegang peranan vital (penting) di dalam kehidupan sosial sepanjang masa. Dimana kekuatan ekonomi mempunyai kesamaan makna dengan kekuatan politik, sehingga urgensi bisnis dapat mempengaruhi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Oleh

² Bob Widyahartono, *Kongsi & Spekulasi Jaringan Kerja Bisnis Cina...* hlm. 160.

sebab itu, saat ini jutaan muslim terlibat berbagai kegiatan bisnis yang ada di bumi ini.

Banyak perusahaan menyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh pedagang dan karyawan termasuk manajemen dan menjadikan sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur transparan dan sikap yang profesional. Namun kenyataan yang terjadi, para pelaku bisnis banyak yang hanya mencari keuntungan tanpa memperhatikan etika bisnis yang seharusnya. Banyak yang mengabaikan norma-norma yang seharusnya.

Kesuksesan bisnis orang-orang etnis cina tidak terlepas dari norma-norma dan etika yang luhur, dapat dilihat berdasarkan etos dagang orang etnis cina. Seperti yang dijelaskan susminingsih dalam penelitiannya, etos dagang yang dipatuhi orang cina yaitu sederhana, pekerja keras dan cerdas, fleksibel, tahan banting, berani mengambil resiko. Pedagang etnis Cina juga percaya pada takdir, tetapi mereka tidak mau menyerah kepada nasib. Bagi mereka, nasib harus diperjuangkan, harus dilawan dengan bekerja keras. Karena, mereka percaya bahwa nasib seseorang itu ibarat sebuah roda, sesekali di atas dan sesekali di bawah.³ Pedagang Jawa juga akan dapat meraih keberhasilan

³ Susminingsih, "Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan", *Laporan Hasil Penelitian Kompetitif Individual* (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2011), hlm.48-50.

dagangannya yang lebih tinggi karena orang Jawa juga memiliki etos dagang. Seperti yang dijelaskan susminingsih, etos dagang orang Jawa adalah bersikap baik atau hormat dan peduli terhadap apa saja, bersikap baik atau hormat dan rukun serta peduli terhadap sesama manusia, dan selaras dengan identitas budaya atau pengalaman keagamaan (Islam) Jawa, maksudnya etos dagang ini memiliki kecenderungan etis melalui sikap transendensi, terlebih dalam pengembangan diri dan pengendalian nafsu.⁴

Dalam berdagang orang Jawa mempunyai prediksi khusus untuk mencapai sukses atau mendapatkan pengaruh nasib yang baik, sehingga menjadikan rezekinya mudah. Diantaranya sebagai berikut: dalam pustaka kejawaan terdapat berbagai cara dan keyakinan turun temurun yang harus dilakukan orang yang akan melakukan kegiatan atau usaha perdagangan. Untuk memulai suatu usaha perdagangan orang Jawa perlu memilih hari baik, diyakini bahwa berawal dari hari baik perjalanan usahapun akan membuahkan hasil maksimal, terhindar dari kegagalan.

Selanjutnya Ferdy Kurniawan menjelaskan dalam penelitiannya mengenai etnis Cina dengan Etnis Jawa berdasarkan Etnosentrisme, yaitu Etnis tionghoa menganggap “abu”-nya lebih tua dari etnis Jawa, Etnis tionghoa menganggap lebih unggul di bidang ekonomi, Etnis Jawa menganggap etnisnya lebih terbuka kepada orang lain. Dan berdasarkan Stereotip, yaitu Etnis Tionghoa dipandang ada maunya ketika mendekati orang Jawa, Etnis Tionghoa lebih jeli dalam hal ekonomi, Etnis Tionghoa

⁴ Susminingsih, “Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan... hlm.34-37.

lebih saling membantu sesama Tionghoa, Etnis Tionghoa sombong, Etnis Jawa dipandang memiliki perasaan yang halus dan lembut, Etnis Jawa dipandang memiliki kesopanan yang tinggi, Etnis Jawa boros.⁵

Dalam penelitian ini tidak akan membahas tentang persaingan dagang antar etnis maupun antar agama yang berbeda, sebaliknya peneliti akan membahas masalah hubungan kerja atau relasi bisnis pedagang yang berbeda etnis dan juga berbeda agama menurut pandangan prinsip etika bisnis Islam. Menurut pengamatan peneliti serta didukung oleh penelitian terdahulu, membahas relasi bisnis antar etnis itu lebih menarik karena kepercayaan antar kedua etnis sampai saat ini masih terjaga dengan baik, dapat di lihat sendiri dengan masih banyak adanya pedagang etnis Cina dengan etnis Jawa yang berhubungan bisnis. Tanpa adanya kepercayaan kedua etnis tersebut tidak akan menjalin hubungan bisnis yang *langgeng*, karena kepercayaan adalah syarat utama menjalin hubungan bisnis. Seperti yang di kutip dalam penelitian Susminingsih yang berbunyi “Bagi mereka *trust* adalah syarat utama agar bisnis bisa berlangsung lama dan saling menguntungkan”.⁶

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern banyak etnis Cina yang terjun ke dunia bisnis yang berkaitan dengan batik, uraian ini didukung dari pengamatan peneliti. Mulai dari pedagang obat batik serta pedagang pakaian batik jadi yang beretnis Cina.

⁵ Freddy Kurniawan, “Kompetensi Komunikasi Antarbudaya”, *Skripsi*(Surakarta: Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011), hlm. 178.

⁶ Susminingsih, “Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan... hlm.75.

Dengan itu berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Relasi Bisnis Pedagang Etnis Cina Dengan Etnis Jawa Muslim (Studi Kasus Etika Perdagangan Batik Di Kota Pekalongan)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Prinsip Etika Bisnis Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa?
2. Bagaimana Hubungan Bisnis Pedagang Etnis Cina Dengan Etnis Jawa Muslim Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Prinsip Etika Bisnis Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.
2. Untuk Mengetahui Hubungan Bisnis Pedagang Etnis Cina Dengan Etnis Jawa Muslim Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya terkait tentang relasi antar pedagang.

- b. Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang hubungan antar etnis yang berbeda dan agama yang berbeda baik menurut pandangan umum maupun pandangan islam.

2. Kegunaan Praktisi

a. Bagi Pedagang Batik Pekalongan

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi kelayakan berdagang batik pekalongan dalam berelasi antar umat beragama dan antar budaya.

b. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai relasi bisnis usaha batik Pekalongan dan perkembangannya

c. Bagi Pembaca

Mampu menambah wawasan, literature, referensi serta bahan acuan bagi pembaca yang berminat dalam permasalahan penelitian ini.

D. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran, peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu. Hal itu dilakukan agar peneliti yang sedang diteliti tidak memiliki kesamaan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Walaupun ada persamaan, bukan persamaan yang bersifat mutlak. Hasil dari penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Muh Syafiul Hafidz tahun 2015 tentang “Relasi Bisnis Komunitas Muslim Jawa dengan Komunitas Tionghoa di Kota Pekalongan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan suatu sistem bisnis masalah yang dihadapi kedua komunitas, dan untuk mengetahui hubungan relasi bismis kedua komunitas tersebut. Hasil penelitian ini adalah Dalam hubungan relasi kedua komunitas tersebut tidak membedakan dari mana ia berasal, beragama, suku maupun ras. Dalam pandangan komunitas tionghoa menjalankan relasi bisnis dilakukan dengan siapa saja yang terpenting menguntungkan, sedangkan menurut komunitas muslim Jawa menjalin relasi bisnis berpedoman pada apa yang telah diajarkan oleh rosulullah yang menganjurkan untuk saling tolong menolong terhadap sesama makhluk Allah.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Freddy Kurniawan, tahun 2011 tentang “Kompetensi Komunikasi Antarbudaya” studi deskriptif kualitatif tentang kompetensi komunikasi antarbudaya anggota perkumpulan masyarakat surakarta (PMS) etnis Tionghoa dan Jawa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik komunikasi antarbudaya anggota PMS tionghoa dengan etnis Jawa begitu pula sebaliknya serta untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terciptanya komunikasi antarbudaya yang kompeten antara anggota PMS etnis Tionghoa dan etnis Jawa. Hasil dari penelitian ini adalah⁸

⁷ Muh Syafiul Hafidz, “Relasi Bisnis Komunitas Muslim Jawa Dengan Komunitas Tionghoa Di Kota Pekalongan”, *Tesis*(Yogyakarta: Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 108.

⁸ Freddy Kurniawan, “Kompetensi Komunikasi Antarbudaya... hlm. 178.

Etnosentrisme: Etnis tionghoa menganggap “abu”-nya lebih tua dari etnis jawa, Etnis tionghoa menganggap lebih unggul dibidang ekonomi, Etnis jawa menganggap etnisnya lebih terbuka kepada orang lain.

Stereotip: Etnis Tionghoa dipandang ada maunya ketika mendekati orang Jawa, Etnis Tionghoa lebih jeli dalam hal ekonomi, Etnis Tionghoa lebih saling membantu sesama Tionghoa, Etnis Tionghoa sombong, Etnis Jawa dipandang memiliki perasaan yang halus dan lembut, Etnis Jawa dipandang memiliki kesopanan yang tinggi, Etnis Jawa boros.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Atabik, tahun 2016 tentang “Percampuran Budaya Jawa dan Cina”. Dengan tujuannya untuk mengeksplorasi sebuah akta tentang percampuran budaya antara etnis Tionghoa dan pribumi Jawa yang terjadi di Lasem. Hasil penelitian ini adalah kedatangan etnis Cina di Lasem melahirkan kebudayaan dan pluralitas dalam masyarakat. Pluralitas itu membentuk sebuah harmonisasi kerukunan dalam beragama dan bersosial. Hubungan yang harmonis antara kedua etnis tersebut terutama ketika bersama-sama melawan penjajah Belanda di Bumi Lasem. Harmoni dan toleransi masyarakat Muslim Lasem juga dapat dilihat dari interaksi penduduk asli secara baik dengan para pendatang, baik yang beragama Muslim maupun non Muslim yang kebanyakan dari etnis Cina.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Rosnani Siregar, tahun 2015 tentang melakukan “Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat” studi kasus pedagang pusat

⁹ Ahmad Atabik, “Percampuran Budaya Jawa dan Cina”(Semarang: *Jurnal Sabda Universitas Negeri Walisongo*, XI, 2016), hlm. 11.

pasar Kota Padangsidempuan. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui perilaku atau etika para pengusaha muslim dalam melayani konsumen ketika menjalankan usaha sehari-hari, untuk mengetahui sistem pelayanan berdagang para pengusaha muslim terhadap konsumen serta untuk sosialisasikan etika bisnis syariah bagi pengusaha dalam melayani konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah tentang etika (akhlak) yang harus dimiliki seorang pedagang, yaitu:

Memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), Berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*), Berlaku adil dalam berbisnis (*al-'adl*), Melayani nasabah dengan rendah hati (*khitmah*), Selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfif*), Jujur dan terpercaya (*amanah*), Tidak suka berburuk sangka, Tidak suka menjelek-jelekan dan Tidak melakukan suap (*risywah*).¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Retno Andriati, tahun 2012 tentang “Kebijakan dan Jaringan Bisnis Cina dari Jaman ke Jaman di Indonesia”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kebijakan dan jaringan bisnis cina dari zaman ke zaman. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Jaringan bisnis perdagangan Cina sudah menggurita di Indonesia. Jaringan *guanxi* dan *xinyong* mereka demikian kuat dan solid. Berbagai kebijakan pemerintah, terutama sejak awal transisi kemerdekaan memperkokoh kedudukan mereka. Meskipun kebijakan pemerintah membatasi ruang gerak pedagang/pengusaha Cina pada awalnya, namun karena pedagang/pribumi sendiri kurang mengasah potensi kewirausahaannya,

¹⁰ Rosnani Siregar, “Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat” (Padangsidempuan: *Jurnal Tazkir IAIN Padang sidempuan*, No. 02, Juli – Desember, I, 2015), hlm. 120.

militer dan birokrat ikut berbisnis untuk kepentingan kelembagaan dan diri sendiri, adanya peluang-peluang ekonomi maka pengusaha/pedagang Cina tetap sukses.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh M Shulthoni, tahun 2006 tentang “Etika Bisnis di Komunitas Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruk etika bisnis yang di terapkan oleh pengusaha Tionghoa muslim Kota Yogyakarta sehingga mereka dapat meraih kesuksesan dalam bisnis. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa komunitas Tionghoa yang merupakan bagian dari masyarakat Yogyakarta secara keseluruhan, telah secara sistematis diistimewakan dan didiskriminasikan oleh peraturan-peraturan pemerintah.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Susminingsih tahun 2015 tentang “BERKAH LAN SANGGAN (Pragmatisme Religiusitas Pada Hubungan Kerja Industri Batik di Kota Pekalongan)”. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh gambaran dan penjelasan mengenai realitas hubungan kerja pada usaha batik skala kecil menengah di Kota Pekalongan, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami pertautan antara agama dan pengelolaan industri batik. Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa pengalaman berbisnis batik dikota pekalongan berhubungan dengan religiusitas masyarakat. Keterlibatan value kedalam hubungan interaksi internal menunjukkan bagaimana usaha batik ini hidup, persisnya bertahan hidup.

¹¹ Retno Andriati, “Kebijakan dan Jaringan Bisnis Cina dari Jaman ke Jaman di Indonesia“ (*JurnalBioKultur*, No.2, Juli- Desember, I, 2012), hlm. 124.

¹² M Shulthoni, ”Etika Bisnis di Komunitas Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Yogyakarta”, *Tesis* (Yogyakarta: Perpustakaan UGM, 2006), hlm. 154.

Koneksi hubungan antara pemasok, subkontrak, konsumen dan buruh serta antar buruh dianalisis pada level organisasi melalui interpretasi perilaku dan *organizational value*.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Isri Khunaefa tahun 2017 tentang “Relasi Wirausaha dengan Pekerja Pada *Home Industry* Batik di Kelurahan Pasirkratonkramat Kota Pekalongan dalam Prespektif Etika Bisnis Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang hubungan kerja antara wirausaha dengan pekerja pada *home industry* batik dipasirsari di tinjau dari etika bisnis islam serta dampak dari hubungan yang terbentuk pada usaha tersebut, serta untuk mengetahui gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan kerja antara wirausaha dengan pekerja pada usaha batik tersebut. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwasanya hubungan kerja yang terjalin antara wirausaha dengan pekerja cukuplah baik. Hubungan kerja yang terjalin didasari rasa kekeluargaan, layaknya seperti keluarga sendiri. Hanya saja masih ada beberapa wirausaha yang menerapkan sifat yang kurang baik terhadap pekerjanya. Serta menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan kerja antara wirausaha dengan pekerja diantaranya yaitu etika pemimpin selain etika pemimpin, faktor lainnya adalah gaya kepemimpinan, upah serta lingkungan kerja.¹⁴

¹³ Susminingsih, “BERKAH LAN SANGGAN (Pragmatisme Religiusitas Pada Hubungan Kerja Industri Batik di Kota Pekalongan)”, *Disertasi* (Yogyakarta: Perpustakaan UIN Yogyakarta, 2015), hlm. 406.

¹⁴ Isri Kunaefah, “Relasi Wirausaha Dengan Pekerja Pada *Home Industry* Batik di Kelurahan Pasirkratonkramat Kota Pekalongan dalam Prespektif Etika Bisnis Islam”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* (Pekalongan: Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2017), hlm. 143.

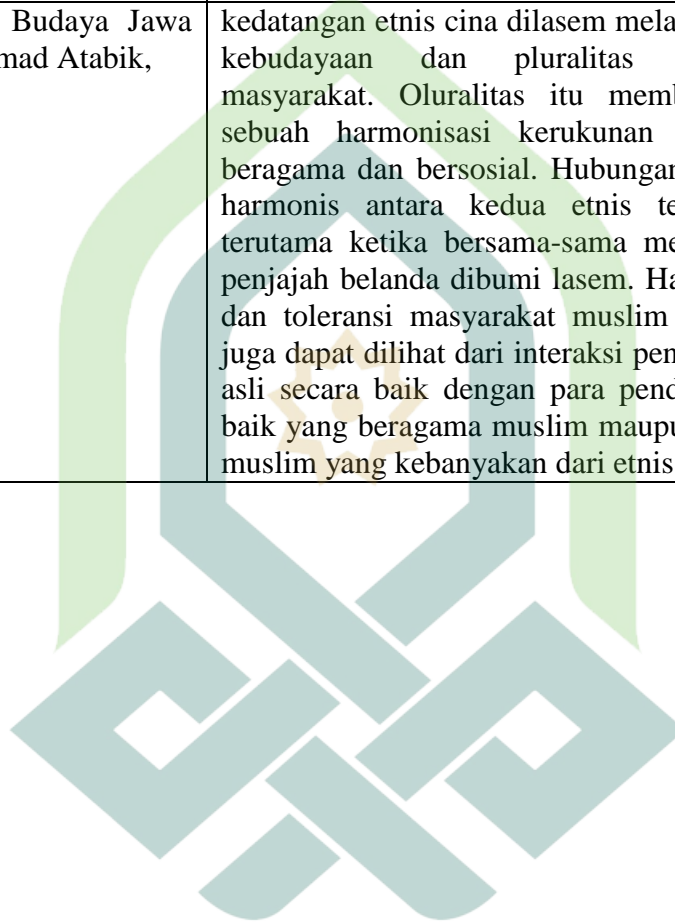
Penelitian yang dilakukan oleh Susminingsih tahun 2011 tentang “Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang proses *trust building* terbentuk dalam filosofi kerja yang dipahami para pengusaha batik dari etnis jawa, Arab dan Cina di kota Pekalongan serta untuk mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi *trust building* bagi pengusaha batik antar etnis tersebut. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Bahwa Trust sangat penting dan diperlukan pada hubungan kerja sama, sebab mereka menyadari sepenuhnya bahwa bisnis batik memiliki resiko seperti umumnya sebuah bisnis. Sehingga mereka berusaha untuk meminimalisir resiko tersebut dengan berusaha menjaga kepercayaan.¹⁵

¹⁵ Susminingsih, “Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan... hlm. 73.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Relasi Bisnis Komunitas Muslim Jawa Dengan Komunitas Tionghoa Di Kota Pekalongan, Sy, Muh Syafiul Hafidh S, 2015	Dalam hubungan relasi kedua komunitas tersebut tidak membedakan dari mana ia berasal, beragama, suku maupun ras. Dalam pandangan komunitas tionghoa menjalankan relasi bisnis dilakukan dengan siapa saja yang terpenting menguntungkan, sedangkan menurut komunitas muslim jawa menjalin relasi bisnis berpedoman pada apa yang telah diajarkan oleh rosulullah yang menganjurkan untuk saling tolong menolong terhadap sesama makhluk Allah.	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas relasi bisnis antara komunitas jawa muslim dengan komunitas tionghoa (cina). Perbedaannya adalah penulis membahas relasi bisnis pedagang cina dengan pedagan jawa muslim, mengfokuskan pada pedagang batik pekalongan, sedangkan Muh syaiful Hafidh S membahas secara umum relasi bisnis antar komunitas tionghoa dengan komunitas jawa muslim tanpa mengfokuskan pada 1 produk bisnis.
2	Kompetensi Komunikasi Antarbudaya, Freddy Kurniawan, 2011	Etnosentrisme: -Etnis tionghoa menganggap “abu”-nya lebih tua dari etnis jawa -Etnis tionghoa menganggap lebih unggul dibidang ekonomi -Etnis jawa menganggap etnisnya lebih terbuka kepada orang lain Stereotip: -Etnis tionghoa dipandang ada maunya ketika mendekati orang jawa -Etnis tionghoa lebih jeli dalam hal	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas etnis tionghoa(cina) dengan etnis jawa. Perbedaannya adalah penulis membahas perilaku atau perbedaan sikap antara etnis cina dengan etnis jawa dan terfokus pada pandangan ekonomi, sedangkan Freddy Kurniawan membahas perilaku dan sikap perbedaan etnis cina dengan etnis jawa secara umum, tidak terfokus dibidang ekonominya saja.

		<p>ekonomi</p> <ul style="list-style-type: none">-Etnis tionghoa lebih saling membantu sesama tionghoa-Etnis tionghoa sombong-Etnis jawa dipandang memiliki perasaan yang halus dan lembut-Etnis jawa dipandang memiliki kesopanan yang tinggi-Etnis jawa boros	
3	Percampuran Budaya Jawa dan Cina, Ahmad Atabik, 2016	<p>kedatangan etnis cina dilasem melahirkan kebudayaan dan pluralitas dalam masyarakat. Oluralitas itu membentuk sebuah harmonisasi kerukunan dalam beragama dan bersosial. Hubungan yang harmonis antara kedua etnis tersebut terutama ketika bersama-sama melawan penjajah belanda dibumi lasem. Harmoni dan toleransi masyarakat muslim lasem juga dapat dilihat dari interaksi penduduk asli secara baik dengan para pendatang, baik yang beragama muslim maupun non muslim yang kebanyakan dari etnis cina.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang hubungan antar etnis dan agama. Perbedaannya adalah penulis membahas hubungan baik antar etnis dan antar agama dalam bidang ekonomi, sedangkan Ahmad Atabik Membahas hubungan baik antar etnis dan antar agama secara umum.</p>



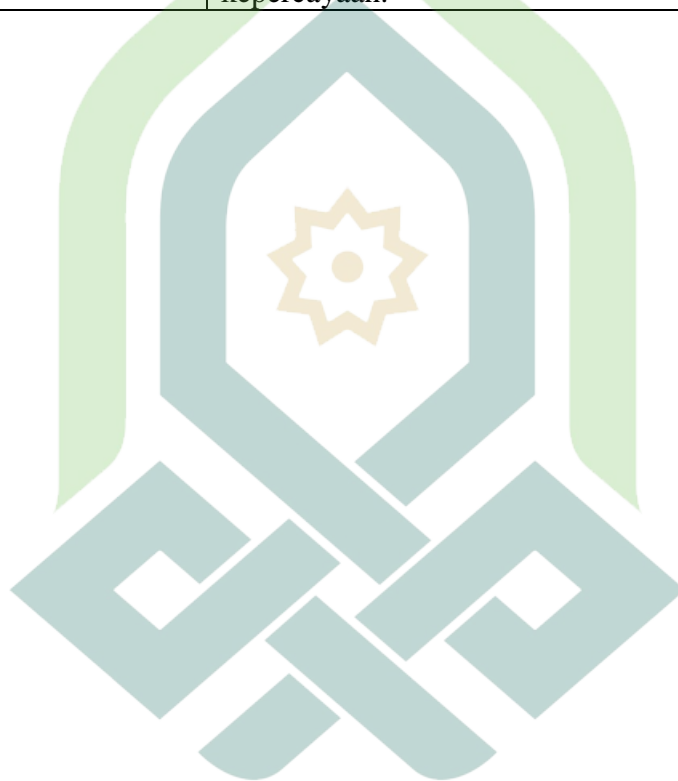
4	Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat, Rosnani Siregar, 2015	tentang etika (akhlak) yang harus dimiliki seorang pedagang, yaitu: Memiliki kepribadian spiritual (taqwa), Berkepribadian baik dan simpatik (shiddiq), Berlaku adil dalam berbisnis (al-'adl), Melayani nasabah dengan rendah hati (khitmah), Selalu menepati janji dan tidak curang (tahfif), Jujur dan terpercaya (amanah), Tidak suka berburuk sangka, Tidak suka menjelek-jelekan dan Tidak melakukan suap (risywah).	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang etika bisnis islam. Perbedaannya adalah penulis membahas etika bisnis islam antar pedagang, sedangkan Rosnani Siregar Membahas etika bisnis islam terhadap pelayanan konsumen.
5	Kebijakan dan Jaringan Bisnis Cina dari Jaman ke Jaman di Indonesia, Retno Andriati, 2012	Jaringan bisnis perdagangan Cina sudah menggurita di Indonesia. Jaringan <i>guanxi</i> dan <i>xinyong</i> mereka demikian kuat dan solid. Berbagai kebijakan pemerintah, terutama sejak awal transisi kemerdekaan memperkokoh kedudukan mereka. Meskipun kebijakan pemerintah membatasi ruang gerak pedagang/pengusaha Cina pada awalnya, namun karena pedagang/pribumi sendiri kurang mengasah potensi kewirausahaannya, militer dan birokrat ikut berbisnis untuk kepentingan kelembagaan dan diri sendiri, adanya peluang-peluang ekonomi maka pengusaha/pedagang Cina tetap sukses.	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas bisnia cina. Perbedaannya adalah penulis membahas relasi bisnis pedagang cina dengan jawa. Sedangkan Retno Andriati membahas jaringan bisnis cina.



7	Etika Bisnis di Komunitas Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Yogyakarta, M Shulthoni, 2006	bahwa komunitas tionghoa yang merupakan bagian dari masyarakat Yogyakarta secara keseluruhan, telah secara sistematis diistimewakan dan didiskriminasikan oleh peraturan-peraturan pemerintah	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas etika bisnis. Perbedaannya adalah penulis membahas etika bisnis cina dengan jawa Sedangkan M Shulthoni membahas etika bisnis komunitas tionghoa (cina)
8	BERKAH LAN SANGGAN (Pragmatisme Religiusitas Pada Hubungan Kerja Industri Batik di Kota Pekalongan), Susminingsih, 2015	Bahwa pengalaman berbisnis batik dikota pekalongan berhubungan dengan religiusitas masyarakat. Keterlibatan value kedalam hubungan interaksi internal menunjukkan bagaimana usaha batik ini hidup, persisnya bertahan hidup. Koneksi hubungan antara pemasok, subkontrak, konsumen dan buruh serta antar buruh dianalisis pada level organisasi melalui interpretasi perilaku dan <i>organizational value</i>	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang hubungan kerja industri batik dikota pekalongan. Perbedaannya adalah penulis membahas relasi pedagang cina dengan pedagang jawa, sedangkan susminingsih ,membahas religiusitas pada hubungan kerja industri batik
9.	Relasi Wirausaha dengan Pekerja Pada <i>Home Industry</i> Batik di Kelurahan Pasirkratonkramat Kota Pekalongan dalam Prespektif Etika Bisnis Islam, Isri Khunaefah, 2017	mengungkapkan bahwasanya hubungan kerja yang terjalin antara wirausaha dengan pekerja cukuplah baik. Hubungan kerja yang terjalin didasari rasa kekeluargaan, layaknya seperti keluarga sendiri. Hanya saja masih ada beberapa wirausaha yang menerapkan sifat yang kurang baik terhadap pekerjanya. Serta menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan kerja antara	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang relasi hubungan kerja dalam prespektif etika bisnis islam. Perbedaannya terdapat pada peneliti membahas relasi bisnis antar etnis dan agama yang berbeda, sedangkan Isri Khunaefa membahas relasi wirausaha dengan pekerjanya pada <i>home industry</i> .



		wirusaha dengan pekerja diantaranya yaitu etika pemimpin selain etika pemimpin, faktor lainnya adalah gaya kepemimpinan, upah serta lingkungan kerja.	
10	<i>Trust Buiding</i> dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota pekalongan, Susminingsih, 2012	Bahwa Trust sangat penting dan diperlukan pada hubungan kerja sama, sebab mereka menyadari sepenuhnya bahwa bisnis batik memiliki resiko seperti umumnya sebuah bisnis. Sehingga mereka berusaha untuk meminimalisir resiko tersebut dengan berusaha menjaga kepercayaan.	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang kepercayaan dalam hubungan kerja pengusaha batik dengan etnis dan agama yang berbeda. Perbedaannya adalah peneliti hanya fokus pada dua etnis dalam pandangan prespektif etika bisnis islam sedangkan susmingsih membahas kepercayaan hubungan kerja dengan tiga etnis yang berbeda yaitu jawa, arab, dan cina.





E. Kerangka Berpikir

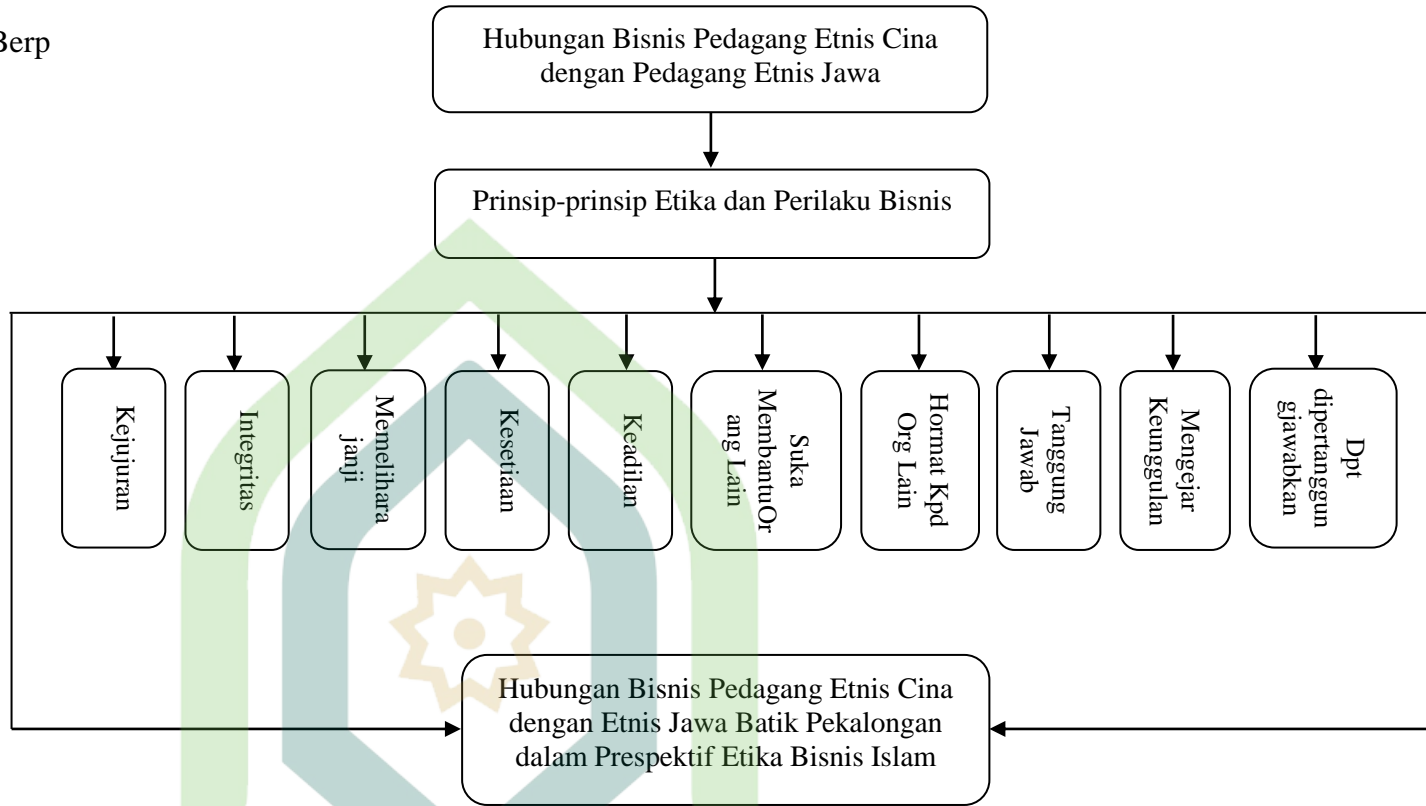
Sebagaimana telah dijelaskan diatas. Berbagai penelitian menunjukkan ada dua faktor penting yang mendukung terbentuknya relasi yaitu pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa, selanjutnya akan disajikan secara ringkas dalam kerangka pemikiran teoritis berikut ini.



Gambar 1.1

Kerangka Berpikir

Kerangka Berp



F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*) artinya data-data yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat dan mengumpulkan berbagai data dan informasi yang ditemukan dilapangan. Kemudian dilihat dari pendekatannya peneliti lebih cenderung menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang diharapkan dapat menghasilkan Suatu deskripsi tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati.¹⁶ Alasan menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai objek penelitian yaitu mengenai bagaimana relasi bisnis pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis jawa muslim.

Selain itu pendekatan ini juga menyajikan secara langsung hakekat hubungan antara peneliti dan responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif ini dimaksudkan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat-sifat dari Suatu fenomena yang diselidiki.¹⁷

¹⁶ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 23.

¹⁷ Masyhuri dan zainuddin, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif* (Bandung: PT Refika Aditama, 2011), hlm. 40.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan studi kasus, lokasi penelitian yang di pilih adalah pertama, daerah pedagang batik etnis Jawa sekitar buaran pekalongan, pedagang etnis Cina di sekitar pasar Banjarsari Kota Pekalongan. Waktu penelitian pada tahun 2018 sampai selesai.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini bersumber dari beberapa data yaitu data primer, data tersebut berupa hasil wawancara dengan pedagang batik pekalongan di Kota Pekalongan, serta pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Dan data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia serta buku-buku, jurnal yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan untuk mendukung data primer. Sedangkan objeknya adalah Relasi antar pedagang.

4. Jenis dan Sumber data

Data yang diperlukan dalam penelitian bersifat kualitatif. Data kualitatif berupa relasi antar pedagang. Sumber data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan skunder yang diklasifikasikan sebagai berikut.¹⁸

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, atau dengan kata lain data yang pengumpulannya dilakukan sendiri

¹⁸ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Cet. Ke-1, Jilid I (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hlm. 17.

oleh peneliti secara langsung seperti hasil wawancara. Data yang dikumpulkan secara langsung dari pihak-pihak terkait guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan relasi pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa muslim. Data tersebut berupa hasil wawancara dengan pedagang batik pekalongan, serta pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia, serta buku-buku.¹⁹ Data sekunder dalam penelitian ini digunakan untuk mendukung data primer.

c. Metode Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah Suatu kejadian atau Suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung.²⁰ Peneliti akan melakukan tanya jawab dengan beberapa pedagang batik etnis Cina dan pedagang batik etnis Jawa di Kota Pekalongan.

¹⁹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 91.

²⁰ Muri Yusuf, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*, Cet. Ke-1, Jild I (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hlm. 372.

2) Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, sertapencatatan secara sistematis.²¹ Peneliti akan melakukan observasi mengenai lokasi dimana adanya transaksi antar pedagang etnisCina dengan pedagang etnisJawa.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto).Dokumentasi dalam penelitian ini berupa sumber tertulis dan foto-foto pada saat melakukan penelitian.

d. Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai alat pengecekan kebenaran data yang diperoleh.Teknik pengecekan data bertujuan untuk menguji kebenaran data yang dikumpulkan oleh peneliti.²²

Data penelitian kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat, pendapat, perilaku dan kejadian yang berhasil dikumpulkan, kemudian dianalisa kebenarannya.Triangulasi berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan Suatu

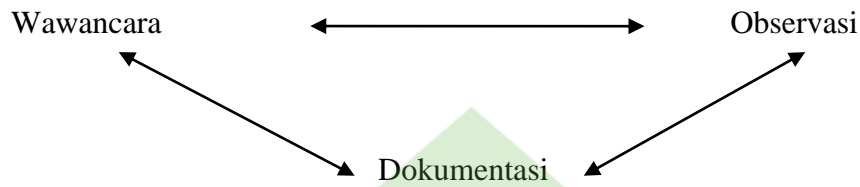
²¹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktis*, Cet. Ke-3, Edisi 1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 143.

²² M DJunaidi Ghony dan Fauzan al Manshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 319-323.

informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Gambar 1.2

Triangulasi Metode²³



Gambar 1.2 Triangulasi Sumber Data²⁴



Pengecekan data dengan menggunakan triangulasi metode didapat dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.

e. Teknik Analisis Data

Adapun analisis data yang dilakukan oleh peneliti meliputi tiga kegiatan yaitu :²⁵

1) Reduksi data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema dan polanya.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2008), hlm. 372.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...* hlm. 372.

²⁵ Andi Prastowo, *Memahami Metode- Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Yogyakarta: ar-Ruzz Media, 2014), hlm 211-212.

2) Pemaparan data

Pemaparan data yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3) Penarikan simpulan

Penarikan simpulan yaitu hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini meliputi : uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang landasan teori yang terdiri dari lima sub bab. Sub bab pertama mengenai konsep tentang relasi bisnis. Sub bab kedua mengenai keuntungan dalam membangun jaringan dan relasi dalam bisnis. Sub bab ketiga mengenai konsep tentang etika bisnis. Sub bab keempat mengenai konsep tentang etika bisnis Islam. Sub bab kelima mengenai konsep tentang etnis Cina dan etnis Jawa.

BAB III :GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yaitu gambaran secara umum terkait obyek penelitian dengan beberapa sub tema.

BAB IV :ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan dari penelitian. Dalam bab ini berisi tentang pembahasan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi terhadap pedagang batik etnis Jawa, pedagang etnis Cina dan pihak-pihak yang terkait.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi bagian penutup yang memaparkan kesimpulan dan saran dari penelitian tersebut.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Relasi Bisnis

1. Pengertian Relasi

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI), Relasi adalah hubungan, perhubungan, pertalian banyak dengan orang lain. Relasi adalah kenalan, banyaknya di kalangan atas, relasi adalah pelanggan, pelayanannya harus baik.

Menurut George hillery jr. Relasi adalah sekelompok orang yang tinggal di daerah tertentu yang memiliki hubungan interaksi satu sama lain yang menjadikan kelompok itu saling mengenal satu sama lain dalam sebuah lingkungan kelompok manusia tersebut.

Menurut Christensson dan robinson. Relasi adalah orang-orang yang tinggal dalam daerah tertentu yang letaknya secara geografis. Dan dalam daerah yang berbarengan itu, satu sama lain saling berkomunikasi dan memiliki ikatan antara yang satu dengan yang lainnya.²⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa relasi adalah hubungan atau kerjasama antara pihak satu dengan pihak yang lain untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

²⁶ <http://pengertianaja.blogspot.com/2018/02/pengertian-relasi-menurut-para-ahli.html/>
(Diakses tanggal 17 oktober 2018).

2. Pengertian Bisnis

Bisnis dalam Al-qur'an di jelaskan melalui *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rosul-nya, berjuang di jalan-nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adalah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah.²⁷

Adapun makna kata *tijarah* yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan atau punjual beli antar manusia.

Bisnis Islam itu sendiri ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram sebagaimana Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ٢٩

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan

²⁷ IkaYuniaFauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada mediaGrup, 2013), hlm. 7.

janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An-Nisaa [a]: 29)

B. Keuntungan dalam Membangun Jaringan dan Relasi dalam Bisnis.

1. Dari Mulut ke Mulut

Jaringan bisnis yang baik akan membantu pedagang tidak hanya dalam menambah relasi tetapi meningkatkan kualitas usaha pedagang. Dikatakan bahwa trik marketing yang paling bagus adalah melalui pembicaraan mulut ke mulut.

2. Menambah Koneksi dan Relasi

Keuntungan terbesar dalam memiliki relasi yang luas adalah bertambahnya koneksi pedagang dalam menjalankan dunia usaha. Dengan mengenal pedagang, orang akan menaruh kepercayaan lebih kepada pedagang. Pedagang dapat memberikan masukan kepada orang yang membutuhkan sesuatu dari bidang pedagang.

3. Memecahkan Persoalan yang Sama

Pedagang akan menemukan orang yang menghadapi persoalan dalam dunia usaha yang hampir sama dengan apa yang sedang pedagang alami. Mereka dapat mengatasi masalah tersebut dan pedagang dapat mengambil contoh bagaimana mereka menyikapi masalah tersebut dan menerapkannya dalam usaha pedagang itu sendiri.

4. Kesempatan yang Tidak Pernah Terpikirkan Sebelumnya

Dengan mengenal banyak pribadi lain, pikiran pedagang akan menjadi lebih terbuka dan mengetahui akan adanya kesempatan baru yang dapat pedagang raih.

5. Bukan Hanya Untuk Meningkatkan Penjualan

Membangun relasi bisnis tidak semata-mata demi meningkatkan penjualan. Dengan bekerjasama dengan orang lain, pedagang juga dapat meningkatkan pengetahuan yang dapat digunakan dalam mengembangkan usahanya.²⁸

C. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan sesuatu yang makin lama akan makin penting perannya di dalam masyarakat kita oleh karena proses modernisasi akan berlangsung makin cepat dan makin merata. Salah satu ciri khas dalam masyarakat modern adalah bahwa masyarakat modern itu selalu merupakan masyarakat pebisnis, artinya masyarakat dimana hubungan antara orang-orang (para warga masyarakat) satu sama lain selalu akan memakai perhitungan (termasuk kalkulasi) saling untung menguntungkan. Apa yang saling “menguntungkan” itu akan bergantung dari pendirian atau filsafat hidup masing-masing: dalam arti materiil ekonomis, psikologis, status sosial (*gengsi*), politik, ataukah ibadah keagamaan.²⁹

Menurut KBBI, etika bermakna prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok. Etika juga bermaksud kajian

²⁸ Moka, “5 Keuntungan Dalam Membangun Jaringan dan Relasi”, <https://blog.mokapos.com/2015/08/13/5-keuntungan-dalam-membangun-jaringan-dan-relasi-dalam-bisnis/> (Diakses tanggal 12 Oktober 2018).

²⁹ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis : Pengelolaan dalam Era Globalisasi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), hlm. 112.

moralitas, meskipun berkaitan dengan moralitas, namun tidak sama persis dengan moralitas. Etika adalah semacam penelaahan itu sendiri, sedangkan moralitas merupakan subjek. Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat.³⁰

2. Prinsip-prinsip etika dan perilaku bisnis

Secara universal, ada 10 prinsip etika yang mengarahkan perilaku, yaitu:³¹

- a. Kejujuran
- b. Integritas
- c. Memelihara janji
- d. Kesetiaan
- e. Kewajaran/keadilan
- f. Suka membantu orang lain
- g. Hormat kepada orang lain
- h. Kewarganeraan yang bertanggung jawab
- i. Mengejar keunggulan
- j. Dapat dipertanggung jawabkan

3. Cara-cara mempertahankan standar etika :³²

- a. Ciptakan kepercayaan perusahaan
- b. Kembangkan kode etik
- c. Jalankan kode etik secara adil dan konsisten

³⁰ Veithzal Rivai, Amir Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm.3.

³¹ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis :Pengelolaan dalam Era Globalisasi...* hlm. 125-126

³² Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis :Pengelolaan dalam Era Globalisasi...* hlm. 127-128

- d. Lindungi hak perorangan
- e. Lakukan audit etika secara perodik
- f. Pertahankan standar yang tinggi tentang tingkah laku
- g. Hindari contoh etika yang tercela setiap saat
- h. Ciptakan budaya yang menekankan komunikasi dua arah
- i. Libatkan karyawan dalam mempertahankan standar etika

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam Islam etika bisnis adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya yaitu Al-qur'an dan sunnah Rosul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya.

Allah swt telah memerintahkan kepada manusia untuk hanya mengambil segala sesuatu yang halal sebagaimana firman Allah swt yang berbunyi,

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi mu.” (al-Baqarah [02]: 168)

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah perilaku pengusaha/pebisnis yang dalam mengembangkan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan nora yang berlaku, mengedepankan halal dan haram, baik dan buruk serta tidak bertentangan dengan perintah Allah swt dalam Al-qur'an dan Hadist.

2. Nilai dan Prinsip Etika Bisnis Islam

Nilai nilai atau prinsip umum etika bisnis dalam perspektif Islam yaitu etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an sebagai landasan (sumber) praktik bisnis yang dapat dijadikan tolak ukur etis atau tidaknya suatu aktivitas bisnis.

Menurut maryadi dan samsudin, terdapat beberapa nilai dan prinsip etika bisnis dalam Islam, di antaranya:

Tabel 2.1
Nilai Dan Prinsip Etika Bisnis Islam

Nilai	Prinsip	Makna
Tauhid	Kesatuan dan integrasi	Integrasi antar semua bidang kehidupan : agama, ekonomi, dan sosial politik budaya. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. Kesatuan pemilikan manusia dengan pemilik Tuhan. Kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah dan karenanya dalam setiap pemilikannya oleh individu terkandung kewajiban-kewajiban sosial
	Kesamaan	Kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan persamaan antara hak dan tanggung jawab, perilaku yang tidak diskriminatif terhadap siapapun.



Khilafah	Intelektualitas	Kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat
	Kehendak bebas	Kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah.
	Tanggung jawab dan Akuntabilitas	Kesediaan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya
Ibadah	Penyerahaan Total	Kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan diri dari segala ikatan penghambaan manusia kepada ciptaannya sendiri (seperti kekuasaan dan kekayaan). Kemampuan pelaku bisnis untuk menjadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi memberikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya
Tazkiyah	Kejujuran	Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri (tidak suap/menimbun/curang/menipu), kejujuran atas harga yang layak (tidak memanipulasi), kejujuran atas mutu barang yang dijual (tidak memalsu produk)
	Keadilan	Kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (seperti dalam takaran/timbangan) dan membebaskan penindasan (seperti riba, monopoli).
	Keterbukaan	Kesediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.
Ihsan	Kebaikan bagi orang lain	Kesediaan pelaku bisnis untuk memberikan kebaikan kepada orang lain (seperti <i>re-schedule</i> hutang, menerima pengembalian barang yang

		telah dibeli, pembayaran hutang setelah jatuh tempo)
	Kebersamaan	Kebersamaan pelaku bisnis dalam membagi dan memikul beban sesuai dengan kemampuan masing-masing, kebersamaan dalam tanggung jawab sesuai dengan beban tugas, dan kebersamaan dalam menikmati hasil bisnis secara profesional.

Sumber : Maryadi dan Syamsudin (2001 : 213)

Seseorang pakar manajemen dari universitas muhammadiyah malang telah membahas tentang etika kepemimpinan³³, diantaranya sikap etis terhadap sesama. Sikap etis terhadap sesama merupakan reflaksi dari sikap etis terhadap Tuhan, karena manusia berkewajiban menjaga hubungan baik kepada Allah dan kepada sesama manusia (*hablun minallah wa hablun minannas*). Etika terhadap sesama ini dapat dikelompokan dalam tiga kategori:

1. Etika Yang Berhubungan Dengan Sifat Pribadi.

Umat islam hendaknya dapat mewarisi sifat pribadi yang dicontohkan Rasulullah saw sebagaimana maksud hadist berikut ini :“sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak” Akhlak (etika) pribadi yang dicontohkan Rasul itu adalah :

a. *Shiddiq*

Shiddiq merupakan salah satu niat utama rasulullah muhammad saw. *Shiddiq* berarti benar, meneguhkan, taat asa (*rule og law*). *Shiddiq* yang dimaksudkan ini adalah moralitas yang mendorong seseorang bersikap dalam berperilaku yang teguh sesuai

³³ Tabroni, *Etika Spiritual Leadership* (Malang : UMM Press, 2005),hlm. 94-106.

dengan kebenaran keyakinannya dan membenarkan keyakinan orang lain yang diyakini sebagai orang-orang yang benar. Orang yang *shiddīq* adalah orang yang memiliki komitmen, dedikasi, berkarakter dan percaya diri.

b. *Amānah*

Amānah adalah moralitas untuk senantiasa menjaga kepercayaan yang diberikan orang lain kepada dirinya, *amānah* adalah salah satu karakteristik orang yang beriman. Orang yang *amānah* adalah orang yang dapat mengolaborasikan kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain. Ia sadar bahwa kehidupan manusia itu dipertaruhkan kepada kepercayaan. Tanpa adanya kepercayaan dari dan oleh orang lain maka hakekatnya dia telah mati atau dianggap mati. Oleh karena itu moralitas *amānah* akan melahirkan perilaku penuh tanggung jawab (*responsible*), berani mengambil resiko (*caourageous risk taker*) dan profesional (profesionalisme).

c. *Fathānah*

Fathānah berarti cerdas, memahami, tepat dan cemerlang . *fathānah* tidak hanya kecerdasan intelektual (IQ) semata, tetapi juga diliputi kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ)

Fathānah terbentuk disamping karena fakto fisik, juga faktor psikis. Disamping memiliki kecerdasan yang memadai juga karena pikiran dan hati yang bersih (*Qolbun salim*) dapat mengambil

keputusan dengan cepat dan tepat karena di dalam diri (hatinya) tidak ada motif-motif yang terselubung atau agenda-agenda yang tersembunyi dan menyimpang dari kebenaran.

Jargon yang digunakan orang dengan sifat *fathānah* dalam melayani orang lain adalah “kalau bisa dipermudah kenapa dipersulit”. Sebaliknya orang yang hatinya kasar atau hatinya munafik senantiasa mempersulit persoalan yang sebenarnya dengan mudah.

d. *Khalīfah*

Khalīfah yang dimaksud disini adalah bukan *khalīfah* dalam arti politik, tetapi dalam arti genitiknya sebagaimana yang dimaksud dalam Al-qur’an bahwa manusia adalah makhluk yang diberi amanah, kepercayaan oleh tuhan untuk mengelola bumi atau sebagai wakil Allah dimuka bumi, sebagai firman Allah :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِىْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِىْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ
وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالِ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ۝۳۰

Atinya : “Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: “Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khilafah dimuka bumi.” Mereka berkata : “Mengapa Engkau hendak menjadikan (*khalīfah*) dibumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” (al-Baqarah [1]: 30)

e. *Mujtahid dan Mujahid*

Mujtahid adalah orang yang melakukan *ijtihad* yaitu yang melakukan pengalaman pemikiran untuk memecahkan suatu masalah. Atau secara singkat dikatakan orang yang berjuang secara psikis. Sedangkan *mujahid* adalah orang yang berjuang dengan melakukan *jihad*, yaitu orang yang berjuang melakukan pengalaman untuk mencapai suatu tujuan mulia baik secara psikis maupun fisik atau harta benda, raga dan jiwa tanpa memperhitungkan apakah akan memperoleh imbalan atau kedudukan atau tidak. Seorang pemimpin yang adil dan *amānah*, pedagang yang jujur adalah orang yang berjihad *fi sabilillah*. Itulah *mujahid* yaitu orang-orang yang hidup dan segala aktivitasnya dilakukan dengan sungguh-sungguh, penuh kesabaran dan keuletan untuk mengharap rahmat Allah.

f. *Istiqōmah*

Istiqōmah berarti teguh, lurus, konsisten. *Istiqōmah* adalah suatu sikap batin yang kokoh tak tergoyahkan kepada kebenaran dan cita-cita walaupun harus menghadapi kesulitan, rintangan, cobaan, dan ujian. Sikap *istiqamah* ini menghiasi diri orang yang beriman dengan kokoh. Ia berani mengatakan; *Qul al-haq walau kāna murrān* (katakanlah kebenaran ini walau pahit), walaupun dihadapan pemimpin yang alim. *Istiqōmah* adalah kunci keberhasilan dalam hidup sebagaimana firman Allah :

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا

تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ ۝ ٣٠

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: “Tuhan Kami ialah Allah” kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, “janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu”. (Fushshilat [41]: 30)

Dengan demikian *istiqōmah* juga merupakan salah satu kunci keberhasilan termasuk keberhasilan seorang pemimpin dalam mengendalikan organisasi.

g. *Iffah*

Iffah yaitu sikap menjaga kehormatan diri tanpa harus bersikap sombong, tidak mudah menunjukkan sikap memelas atau ia dengan maksud mengundang belas kasihan orang lain dan mengharapkan pertolongannya. Sikap ini merupakan refleksi dari rasa malu yaitu malu kepada Allah yang telah memberikan karuniannya yang tak terhingga.

h. *Sahiyyun* (dermawan)

Sahiyyun adalah sikap peduli, empati dan merasa terpanggil untuk menolong sesama manusia yang sedang terbelenggu oleh kemiskinan, kebodohan, kedhaliman dan penyakit, dengan mendermakan sebagian dari harta yang dimiliki atas dasar keikhlasan dan mengharap ridha Allah.

i. *Adl* (Adil)

Adil adalah salah satu upaya sungguh-sungguh untuk bersikap jujur “seimbang” atau “pertengahan” dalam memandang, menilai atau menyikapi sesuatu atau seseorang. Adil dapat dibedakan dalam tiga kategori:

- 1) Adil yang diketahui oleh akal seperti keadilan dalam hukum positif.
- 2) Adil yang dapat diketahui indra keadilan dalam timbangan, takaran, ukuran dan pembagian (harta, waktu dan sebagainya).
- 3) Adil yang dapat dirasakan tetapi sulit dibagikan seperti cinta.

2. Etika Yang Berhubungan Dengan Sikap Terhadap Pergaulan Dengan Sesama.

a. *Silaturrahmi*

Silaturrahmi adalah pertalian rasa cinta kasih antar sesama manusia, khususnya antar saudara, kerabat, handai taulan, tetangga dan mitra kerja. Hubungan dan komunikasi antar sesama manusia ini harus dibangun atas dasar cinta kasih. Dengan cinta kasih semua persoalan, semua masalah dapat diselesaikan dengan *win-win solution* dan *happy ending* (*khusnul khotimah*)

b. *Ukhuwwah* (persaudaraan)

Ukhuwwah adalah semangat persaudaraan yang *universal* diantara sesama manusia yang memiliki keragaman budaya, agama, bahasa, adat istiadat, peradapan, suku bangsa dan politik. Semangat

persaudaraan iyu mengundang makna tindakan positif yang merupakan keharusan untuk saling mengenal, saling menghargai, saling menghormati, saling menolong dalam kebajikan dan taqwa, saling mendoakan dan saling belajar. Dan dalam makna yang lain *ukhuwah* juga berarti tidak saling menghina, saling mengejek, saling merendahkan, banyak berprasangka dan suka mencari-cari kesalahan orang lain.

c. *Musāwāh*

Musāwāh adalah pandangan bahwa manusia itu sama dan sederajat dalam harkat dan martabatnya tanpa memandang jenis kelamin, kebangsaan dan sukunya. Tinggi rendahnya manusia hanya ada dalam pandangan Tuhan berdasarkan kadar ketaqwaannya. Kedudukan, kekayaan, kepintaran, kecantikan/ ketampanan dimata manusia sering dipandang sebagai variabel sedrajat dan kemuliaan seseorang. Akan tetapi dimata Allah semua itu sebagai *amānah* dan sekaligus juga sebagai ujian bagi yang bersangkutan.

d. *Tawādhu'* (rendah hati)

Tawādhu' adalah merendahkan kemuliaan yang dimiliki terhadap orang lain yang lebih rendah dan tetap menjaga diri terhadap orang lain yang lebih tinggi. Sikap rendah hati berasal dari ketundukan kepada yang haq dari manapun datangnya dan bukan ketundukan karena silau terhadap dunia.

e. *Husnu az-zhann*

Husnu az zhann adalah pandangan bahwa manusia itu pada dasarnya adalah kecenderungan baik. Dalam konteks kemanusiaan sikap *husnu az-zhann* dasarnya adalah saling percaya, saling menghormati, saling bertukar informasi dan saling menasehati.

3. Etika yang berhubungan dengan aktivitas berkarya

a. *Tablīgh*

Dalam pengertian sehari-hari *tablīgh* dapat dipahami sebagai menjalankan tugas yang menjadi tanggungjawab secara profesional, sehingga prosesnya dapat berjalan secara efektif dan efisien dan hasilnya berkualitas dan maksimal. Dalam berkehidupan organisasi *tablīgh* juga berarti tidak melakukan internalisasi, yaitu tidak menyalahgunakan fasilitas dan tujuan organisasi untuk kepentingan pribadi atau kelompok. Dalam bahasa kontemporer, *tablīgh* berarti anti korupsi, kolusi dan nepotisme dalam menjalankan *amānah* atau tugas yang menjadi tanggung jawab.

b. *Rūh al-jihād*

Rūh al-jihād adalah semangat juang yang gigih untuk mengalahkan kekuatan destruktif baik yang bersifat pribadi (perang melawan hawa nafsu) maupun perang melawan musuh bersama guna membela dan mempertahankan agama, kebenaran, kehormatan, nyawa, harta dan tanah air dengan niat karena Allah dan untuk memperoleh ridho-Nya.

c. Kerja sebagai ibadah

Hidup dan kerja bagi manusia merupakan rangkaian yang tidak terpisahkan dari ibadah kepada Allah. Oleh karena itu hidup dan kerja harus dijalani dengan sebaik-baiknya, penuh kesungguhan, komitmen dan dedikasi yang tinggi. Ibadah adalah mendedikasikan seluruh kehidupan dan karyanya hanya kepada Tuhan. Bekerja dalam perspektif islam adalah bekerja yang terbaik (*ahsanu 'amala*). Sebagaimana firman Allah :

وَهُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ وَكَانَ عَرْشُهُ
عَلَى الْمَاءِ لِيَبْلُوكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَلَئِن قُلْتُمْ إِنَّكُمْ مَرْبُوعُونَ
مِن بَعْدِ الْمَوْتِ لَيَقُولَنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنْ هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ ۝ ٧

Artinya : “Dan Dia-lah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa, dan adalah singgasana-Nya (sebelum itu) di atas air, agar Dia menguji siapakah di antara kamu yang lebih baik amalannya...” (Hud [11]: 7)

d. *Uswah hasanah*

Uswah hasanah maksudnya suri tauladan yang baik sebagaimana yang bisa di tiru dari pribadi Nabi Muhammad SAW dan Nabi Ibrahim AS. *Uswah hasanah* terbentuk atas dasar kesungguhan dan prestasi dalam perjuangan. Etos keteladanan ini sangat penting dikembangkan dalam rangka memajukan organisasi, terutama oleh para pemimpin.

e. *Musyarakah dan Ta'awun*

Musyarakah dan ta'awun artinya persekutuan dalam kebaikan, dan kemaslahatan atau perdamaian (*taqwa*), dan sebaliknya di dalam islam orang dilarang berserikat dan ber-*ta'awun* dalam hal keburukan dan permusuhan.

f. *Al-wafā'*

Al-wafā' adalah menepati janji apabila seseorang berjanji, setiap orang yang berjanji akan dimintai pertanggung jawaban oleh manusia dimana ia berjanji dan di akhirat nanti oleh Tuhan, sebagai mana firman Allah :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ
وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ٣٤

Artinya : "...dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya." (al-Israa' [17]: 34)

E. Etnis Cina dan Etnis Jawa

1. Etika dan Etos Kerja Etnis Cina

Etika bisnis tradisional Cina, hubungan antara "Yi" dan "Li" merupakan satu topic lama yang berulang-ulang muncul. *Li* artinya keuntungan atau laba, dan *Yi* merujuk pada prinsip atau norma dalam mendapat dan membagi keuntungan atau laba. Jadi *Yi* sebagai inti atau dasar pemikiran dalam etika tradisional Cina memiliki hubungan yang tak terpisahkan dengan *Li*. Hubungan antara keduanya terlihat dalam pandangan yang mengakar pada *confucius*: " seseorang dengan karakter

mulia dapat memahami *Yi*, tetapi seseorang yang dangkal pemikirannya hanya mengenal *Li*.” Meskipun penganut pandangan Confucius tidak sepenuhnya menentang *Li* dan bermaksud menempatkan *Yi* kedalam *Li* atau mencapai *Li* dengan cara yang bermoral, mereka lebih memperhatikan *Yi* ketimbang *Li*. Hubungan antara *Yi* dan *Li* menjadi pertanyaan sentral dari bisnis dan etika, konsepnya yang sangat berhubungan mempertanyakan “efisien” dan “keadilan.” Hasrat jasmani dan persyaratan ideal moral atau spiritual.³⁴

Pemahaman atas pandangan Marxisme di Cina selalu menitikberatkan pada perubahan moral sejalan dengan perubahan ekonomi, moralitas komunis, karya ideologis dan peradaban spiritual. Semua penekanan ini memperkuat kecenderungan kepada nilai *Yi* ketimbang *Li*, dan menunjukkan dimensi moral pada perubahan atau reformasi ekonomi yang terjadi. Di sisi lain, kecenderungan ini membantu menjaga kesatuan antara bisnis dan etika, di pihak lain, reformasi atau perubahan itu sendiri menantang pandangan ini dan merangsang masyarakat untuk menggabungkan *Yi* dan *Li* pada kondisi pasar yang baru.

Etos dagang orang Cina adalah sederhana, pekerja keras dan cerdas, fleksibel, tahan banting dan berani mengambil resiko.³⁵

³⁴ Ongky Setio Kuncono, “Etika Bisnis di Cina”, <https://zokoren.wordpress.com/2011/10/16/etika-bisnis-di-cina/> (Diakses tanggal 10 Februari 2019).

³⁵ Susminingsih, “Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan... hlm. 48-49.

2. Etika dan Etos Kerja Etnis Jawa

Secara sederhana etika jawa mengacu kepada dua prinsip pokok atau dua kaidah prinsip bagi orang-orang jawa yaitu prinsip yang pertama adalah prinsip kerukunan dan prinsip kedua adalah hormat³⁶. Dimana setiap orang jawa dituntut untuk bisa hidup dalam kerukunan dan menjaga kerukunan dengan sesamanya. Begitu pula juga harus saling menghormati.

Nilai etis jawa merupakan hambatan bagi orang jawa untuk terjun dalam berbisnis. Terlebih dalam era kompetisi bisnis yang begitu luar biasa. Etika jawa dianggap tidak cocok dipakai sebagai dasar etika dalam berbisnis. Meihat etika *isin* atau *sungkan* tentunya sangat tidak cocok dalam bisnis. Dalam bisnis orang tidak boleh mengedepankan *isin*, Begitu pula tentang tuntutan hidup rukun, bisa menjadi penghalang dalam berbisnis. Misalnya mengalah dalam berbisnis demi menjaga kerukunan. Dua hal tersebut seakan-akan menegaskan bahwa etika jawa tidak bisa dijadikan dasar dalam berbisnis.

Bahkan kalau memperhatikan apa yang dikemukakan oleh koentjaraningrat tentang enam sikap engatif orang indonesia (jawa khususnya) yaitu meremehkan mutu, suka *nrabas*, *tuna* harga diri, menjauhi disiplin, enggan bertanggung jawab dan suka *ikut-ikutan*.³⁷

Melihat hal yang ada diatas mungkin akan semakin menegaskan bahwa orang jawa dengan etika hidupnya tersebut tidak mungkin bisa

³⁶ Franz Magnis danSuseno, *Etikajawa :Sebuah Analisa Falsafi Tentang Kebijakan Hidup Jawa* (Jakarta : PT Gramedia, 1984), hlm.38.

³⁷ Franz Magnis dan Suseno, *Etika jawa :Sebuah Analisa Falsafi...* hlm. 40.

menjadi pebisnis atau berbisnis. Tetapi yang perlu kita lihat kembali adalah etika jawa tersebut sudah tumbuh sebelum orang jawa mengenal dunia bisnis. Etika tersebut tumbuh ketika masyarakat jawa masih bergelut dalam dunia agraris. Mau tidak mau orang jawa juga berhadapan dengan dunia bisnis.

Seperti yang dikatakan oleh emile durkheim yaitu, peubahan sosial terjadi sebagai hasil dari faktor-faktor ekologis dan demografis, yang mengubah kehidupan masyarakat dari kondisi tradisional yang diikat solidaritas mekanistik ke dalam kondisi masyarakat modern yang diikat oleh solidaritas organistik³⁸

Jadi sangat dimungkinkan pola kehidupan masyarakat yang agraris menjadi masyarakat industrial atau masyarakat bisnis. Faktor perubahan ekologis dimana banyak area pertanian menjadi kawasan hunian atau menjadi pabrik-pabrik, sehingga banyak desa yang berubah menjadi semi kota bahkan menjadi kota. Masyarakat melakukan urbanisasi yang membuat masyarakat menemukan situasi yang berbeda dengan desa. Berbagai perubahan tersebut menuntut masyarakat atau orang jawa harus bisa menyesuaikan kondisi yang telah berubah. Hal tersebut bisa diamati dengan maraknya orang jawa yang mulai melirik dunia usaha yang dirasa lebih menjanjikan secara finansial. Kecenderungan ini bisa diamati banyak orang Jawa yang berurbanisasi

³⁸ George Ritzer, *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, terjemahan RH Widada dan Eka Adinugraha, (Jakarta: pustaka pelajar, 2012), hlm. 129-131.

di kota besar dan berusaha secara mandiri dengan membuka usaha-usaha dagang.

Banyaknya orang Jawa yang berbisnis menunjukkan bahwa bisnis atau dagang tidak lagi dianggap sebagai pekerjaan yang kasar, akan tetapi merupakan pekerjaan yang terhormat. Orang Jawa dalam menjalankan bisnisnya tentunya tidak lepas tidak lepas dari etika bisnis yang mereka jalankan. Etika bisnis tersebut tentunya bersumber dari etika Jawa yang dicoba untuk dimaknai ulang. Memang nilai etis yang berhubungan dengan pekerjaan orang Jawa sebenarnya ditunjukkan untuk kaum petani dan pegawai, tetapi dengan perkembangan zaman nilai-nilai etis tersebut tentunya bisa dimaknai ulang sebagai dasar dalam berbisnis. Adapun nilai-nilai etis yang mendukung dunia bisnis adalah:³⁹

Tatag, tanggon lan terngginas. Tatag berarti teguh hati dalam berpendirian (konsisten). Dalam bisnis tentunya keteguhan hati sangat diperlukan dalam menghadapi tantangan dan berani bertindak tanpa ragu-ragu. *Tanggon* artinya bisa dipercaya atau bisa diandalkan. Tentunya dalam berbisnis harus mempunyai karakter yang bisa dipercaya dan diandalkan. Tanpa kepercayaan bisnis tidak akan berjalan dengan baik. *Trennginas* adalah cakap serta terampil. Bisnis tanpa kecakapan dan keterampilan dalam bidang usaha yang ditekuninya tentunya tidak akan bisa berjalan, karena dalam bisnis dituntut untuk

³⁹ Djokopitoyo, "Tuna Satak Bathi Sanak (Kearifan Jawa Dalam Etika Bisnis)" (Yogyakarta: *Jurnal Filsafat Universitas Gajah Mada*, Vol. 18, No. 2, Agustus, 2008), hlm. 142-147.

mengetahui, punya pengetahuan dan cepat belajar tentang usahanya yang digeluti.

Gemi, nastiti dan ngati-ati. *Gemi* artinya bertindak irit dan hatai-hati dalam memakai sesuatu baik barang atau uang. *Nastiti* artinya teliti sekali. *Ngati-ngati* artinya berhati-hati. Sebuah sikap mengenai kehati-hatian dalam menggunakan uang sesuai dengan kebutuhan yang memang diperlukan. ketelitian dan kehati-hatian dalam bekerja dan membuat pekerjaan yang dilakukan tidak dilakukan secara sembrono. Prinsip ketelitian dan kehati-hatian sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis, ini menunjuk pada sikap yang tidak gegabah dalam mengambil keputusan, sekecil apapun keputusan itu. Kesalahan dalam mengambil keputusan akan sangat berdampak bagi kemajuan bisnis.

Tata, titi, titis, dan tatas. *Tata titi* artinya adalah menata atau mengatur dengan teliti. *Titis* artinya tepat sasaran. *Tatas* artinya selesai dengan baik. Secara harfiah berarti mengatur pekerjaan dengan teliti supaya bisa tetap sasaran dan bisa diselesaikan dengan baik. Dunia bisnis tanpa ada perencanaan yang baik dan teliti tidak akan mampu untuk sampai pada sasaran atau tujuan yang hendak dicapai, dan itu berarti pekerjaan tidak akan bisa selesai dengan tepat waktu dan selesai dengan baik.

Ana rega ana rupa yang berarti ada harga ada bentuknya. Penghargaan kepada nilai barang yang dihasilkan adalah prinsip bisnis. Dengan mampu membuat barang yang berkualitas tentunya konsumen

akan menghargai sesuai dengan harga yang dibayarkan karena ada jaminan dan kepuasan akan kualitas produknya.

Rawe-rawe rantas malang-malang patung artinya segala sesuatu yang merintang harus disingkirkan dan segala hal menghalangi harus dipatahkan. Konsep ini sering dipahaminya sebagai konsep untuk bergotong royong, bahkan menurut koentjayaningrat tidak sesuai etos kerja jawa yang mengatakan *aja nggaya* atau jangan payah-payah. Tetapi yang perlu dilihat justru semangat untuk tidak mau kalah dengan masalah yang ada di depan itulah yang harus diterapkan dalam berbisnis, bukankah dalam bisnis diperlukan semangat yang tidak mudah menyerah. Pebisnis yang profesional akan berusaha untuk mengatasi masalah yang ada dengan penuh semangat. Jadi nilai etis *rawe-rawe rantas malang-malang putung* justru menambah semangat dalam bekerja terlebih jikalau menemukan masalah-masalah dalam pekerjaan.

Ada ungkapan etis filosofis dalam masyarakat jawa yang sangat dihidupi dan banyak orang berpikir itu adalah ungkapan yang sangat merugikan para pebisnis. Ungkapan itu adalah *sepi ing pamrih rame ing gawe dan tuna bathi sanak*. Ungkapan itu sering dipahaminya sebagai ungkapan yang menunjukkan kepada perilaku yang anti bisnis dan berbisnis. Tetapi mari kita mencoba memaknai ulang ungkapan tersebut dengan etika bisnis modern.

Sepi ing pamrih rame ing gawe adalah perbuatan tanpa mengharapkan pamrih (balasan). Sikap ini sering dimaknai dengan sikap yang tidak mau mengambil keuntungan, bukankah bisnis tujuannya adalah keuntungan. Menurut FM Suseno *sepi ing pamrih* justru sesuai untuk mengembangkan wawasan menyeluruh yang diperlukan bisnis modern. Justru ungkapan ini dalam dunia bisnis bermaksud untuk tidak mengurangi kualitas produk demi mencapai keuntungan sendiri.

Rame ing gawe adalah sikap yang menunjukkan komitmen untuk bekerja dengan tekun, jadi ungkapan ini mengajak untuk tidak semata-mata mengambil keuntungan pribadi dengan mengorbankan kualitas produk. Akan tetapi mengajak bekerja dengan tekun untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Prinsip bisnis modern adalah berusaha memberikan yang terbaik kepada para konsumen. Bukankah pembeli adalah raja. Sukses bisnis itu hanya sasaran antara yang akan mengantar kita pada tujuan yang berdimensi etis, yaitu kesejahteraan umum. berarti ada kepuasan dari semua pihak baik pebisnis, masyarakat, mutu dan harga.

Ora kuminter lan nrimo, ora kuminter berarti tidak merasa pintar. *Nrimo* berarti pasrah atau menerima. *Ora kuminter* merupakan bentuk kerendahan hati orang Jawa untuk mau terus belajar. *Nrimo* sering dianggap suatu hal yang bersifat *prasifisme* yaitu menerima segala sesuatu yang ada pada dirinya. Tetapi ini bukan berarti orang Jawa mau

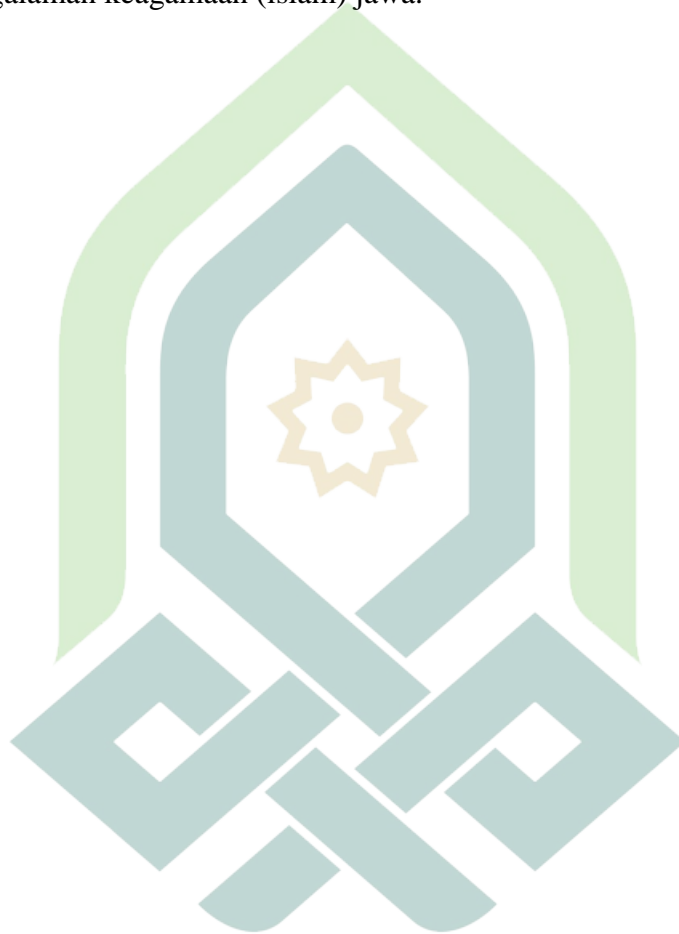
menerima untuk di apa-apakan dalam hidupnya. Orang Jawa akan berkelahi untuk mempertahankan harga dirinya termasuk keluarga dan pekerjaannya.

Tuna satak bathi sanak, yang artinya rugi sejumlah uang, tetapi keuntungan mendapat saudara. Dari pengertian itu saja tercermin sikap yang anti bisnis, bisnis kok rugi bahkan harus kehilangan uang. Akan tetapi dalam bisnis modern kemampuan untuk mengembangkan jejaring jauh lebih bermakna daripada mengejar keuntungan sesaat. Dengan semakin banyaknya partner bisnis, tentunya akan semakin banyak peluang-peluang bisnis yang bisa diciptakan. Bisnis modern berani berkorban atau bisa dikatakan tidak untung di depan tetapi keuntungan akan diraih setelah ada kepercayaan dari partner bisnis yang semakin berkembang.

Dari penjelasan diatas jelas sekali bahwa etika jawa ternyata mencakup banyak hal yang dibutuhkan dalam dunia bisnis. Bisnis tidak hanya sekedar mencari untung atau profit, tetapi bisnis juga berbicara tentang hal luhur yaitu kesejahteraan bersama. Prinsip dasar orang jawa adalah hidup rukun dan hormat, tujuan dari hidup rukun dan hormat adalah untuk mewujudkan kesejahteraan hidup bersama. Konstruksi Manusia jawa modern adalah perubahan cara hidup mereka dalam mencukupi kehidupan hidupnya, salah satunya dengan bisnis. Bisnis bukan lagi pekerjaan yang harus dihindari tetapi justru merupakan

peluang yang bisa digunakan untuk mencapai kesejahteraan hidup bersama.

Etos dagang orang Jawa adalah bersikap baik atau hormat dan peduli terhadap apa saja, selaras dengan identitas budaya atau pengalaman keagamaan (islam) jawa.⁴⁰



⁴⁰ Susminingsih, "Trust Building dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina di Kota Pekalongan... hlm.34-37.

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Demografi dan Geografi Kota Pekalongan

1. Keadaan Geografis

Kota Pekalongan terletak di dataran rendah pantai utara Pulau Jawa, dengan ketinggian kurang lebih 1 meter di atas permukaan laut dengan posisi geografis antara 6 50' 42'' s.d. 6 55' 44'' Lintang Selatan dan 109 37' 55'' s.d. 109 42; 19'' Bujur Timur serta dengan koordinat fiktif 510.00 – 518.00 Km membujur dan 517.75 – 526.75 Km melintang.

Batas wilayah secara administratif adalah:

- Utara : Laut Jawa
- Timur : Kabupaten Batang
- Selatan : Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang
- Barat : Kabupaten Pekalongan

Keadaan tanah di kota Pekalongan berwarna agak kelabu dengan jenis tanah Aluvial yohidromorf.

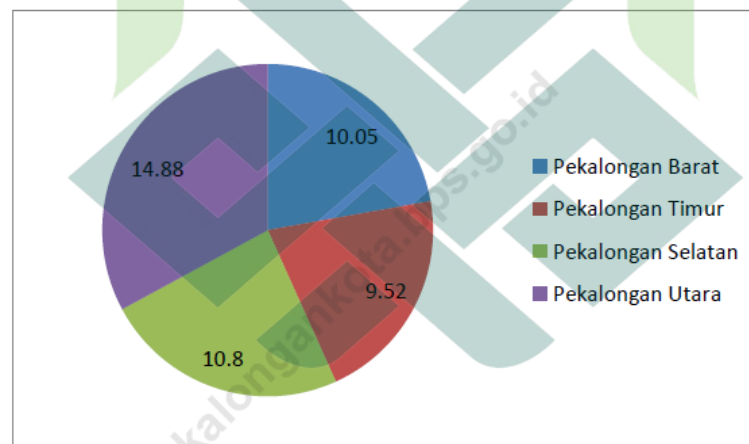
Jarak terjauh dari Utara ke selatan \pm 9 Km dan dari Barat ke Timur \pm 7 Km. Luas Kota Pekalongan ke beberapa kota adalah :

- a. Semarang : 101 Km
- b. Jakarta : 384 Km
- c. Bandung : 266 Km

- d. Surabaya : 488 Km
- e. Yogyakarta : 219 Km
- f. Kajen : 28 Km
- g. Batang : 8 km
- h. Pernalang : 35 Km
- i. Tegal : 65 Km
- j. Slawi : 80 Km
- k. Brebes : 78 Km

Secara administratif Kota Pekalongan terbagi dalam 4 kecamatan dengan luas wilayah 4.525 Ha, atau 0,14% dari luas wilayah Jawa Tengah (Luas Jawa Tengah 3.254 ribu Ha).

Gambar 3.1
Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Pekalongan (km²), 2017.



2. Kependudukan

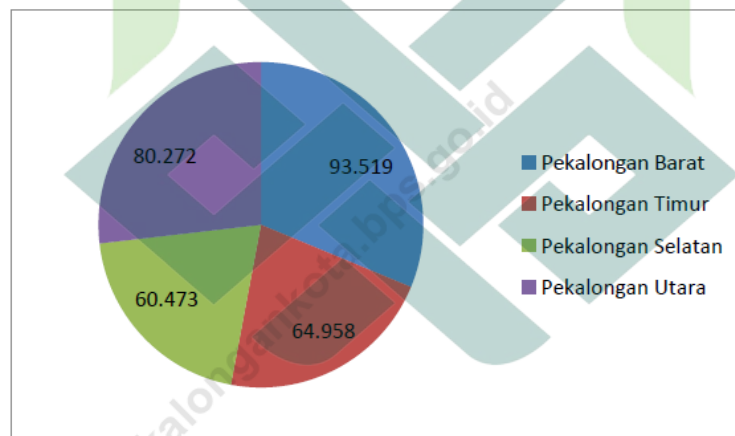
Kesejahteraan penduduk merupakan sasaran utama pembangunan, dalam rangka membentuk manusia Indonesia seutuhnya. Untuk itu pemerintah telah melaksanakan berbagai usaha dalam rangka memecahkan berbagai masalah kependudukan, usaha-usaha yang

mengarah pada pemerataan penyebaran penduduk telah dilaksanakan pemerintah dengan cara transmigrasi, sedangkan usaha untuk menekan laju pertumbuhan penduduk telah dilakukan pemerintah dengan program KB (keluarga berencana) yang dimulai pada awal tahun 1970-an.

Jumlah penduduk kota pekalongan pada tahun 2017 adalah 301.870 jiwa, terdiri dari 150.887 laki-laki (49,98%) dan 150.983 perempuan (50,02%). Lepadatan penduduk di kota pekalongan cenderung meningkat seiring dengan kenaikan jumlah penduduk, jika tahun 2017, 6.613 jiwa/km², tahun 2018 menjadi 6.671 jiwa/km². Rasio ketergantungan penduduk kota pekalongan 42,64 persen, lebih kecil dari tahun 2016 yang mencapai 42,88 persen.

Gambar 3.2

Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pekalongan Tahun 2017.



3. Perdagangan

Pasar berungsi sebagai tempat transaksi jual beli antara pembeli dan penjual barang/jasa, dengan kesepakatan harga suatu barang/jasa. Jumlah pasar di kota pekalongan yaitu 11 pasar, berada di kecamatan pekalongan barat sebanyak 4 pasar, pekalongan timur 3 pasar,

pekalongan selatan 3 pasar dan pekalongan utara 1 pasar. Sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk, maka bertambah pula kebutuhan barang/jasa penduduk. Pada tahun 2017 jumlah pedagang 4.531 orang dan pada tahun 2017 menjadi 4.532 orang.

Nilai realisasi ekspor Kota Pekalongan pada tahun 2017 sebesar US\$ 17.683.268,64 menurun dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar US\$ 19.081.546.65.

Tabel 3.1
Banyaknya Pasar & Pedagang Yang Terecat di Kota Pekalongan, 2017

Kecamatan	Jumlah Pasar	Pedagang				Jumlah
		Toko	Kios	Los	Eceran	
Pekalongan Barat	4	56	115	442	1.034	1.647
Pekalongan Timur	3	171	508	708	334	1.721
Pekalongan Selatan	3	20	220	807	98	1.145
Pekalongan Utara	1	0	14	5	0	19
Jumlah	11	247	857	1.962	1.466	4532

Sumber: Kantor Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan

B. Profil Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.³⁸ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk di jual lagi.³⁹

³⁸ Eko Sujatmiko, *Kamus Ips, Cet 1* (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014), hlm. 231.

³⁹ Christie S.T. kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm 15.

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, menjual belikan barang yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau profit. Berdagang sering disebut juga sebagai usaha perdagangan.

Pada tahap awal berdirinya suatu perusahaan, selain dibutuhkan tersedianya sumber daya atau faktor-faktor produksi juga diperlukan adanya jiwa kewirausahaan yang tangguh dari pengelolanya. Kewirausahaan atau dulu juga disebut kewiraswastaan merupakan suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal dengan seni yang hanya dapat diperoleh dari suatu rangkaian kerja yang diberikan dalam praktik. Sehingga menjadi suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan profit yang merupakan balas jasa atas kesediaannya mengambil resiko. Kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha. Yang dimaksud dengan wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan.⁴⁰

Dari banyaknya pedagang di wilayah Kota Pekalongan, hanya ada 2 pedagang etnis Cina dan 2 pedagang etnis Jawa yang akan dipaparkan meskipun hanya 4 pedagang batik, pengalaman berdagangnya sudah cukup untuk dibahas. Adapun kriteria dari informan adalah sudah berdagang minimal 5 tahun, bertemu atau berhubungan bisnis langsung dengan relasinya tidak bertemu di media sosial ataupun berhubungan bisnis di sosmed hanya

⁴⁰ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis :Pengelolaan dalam Era Globalisasi...* hlm. 27.

sebagai pendukung tidak sepenuhnya, hubungan bisnis yang terjadi antara pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa.

1. Batik Borobudur

Nama toko Batik Borobudur ini merupakan sebuah usaha dagang yang dijalankan oleh pasangan suami istri beretnis Cina yaitu Andoko Adji umur 80 tahun dan Lana Dewi umur 70 tahun. Usaha berdagang ini adalah warisan dari kedua orang tua dari koko Andoko Adji. Dalam waktu 50 tahun lebih, usaha yang cukup lama berdiri sudah mengalami pasang surutnya pendapatan dalam berdagang. Pasang surut yang dialami Batik Borobudur kadang sepi kadang ramai itu hal yang biasa dalam dunia perdagangan.

Nama Batik Borobudur terinspirasi dari tempat wisata yang cukup terkenal di Indonesia dan merupakan warisan dunia yaitu candi borobudur supaya dapat dikenal dan diingat oleh semua orang. Pegawai dalam membantu melayani pembeli hanya ada 2 dari dulu sampai sekarang dan dengan orang yang sama. Pegawai bekerja di toko batik borobudur kurang lebih sudah 30 tahunan. 30 tahun adalah waktu yang cukup lama dalam sebuah pengabdian sebagai pegawai dengan itu pemilik batik borobudur sudah sangat akrab dan menganggap sebagai keluarganya sendiri.

2. Batik Prambanan

Lain hal dengan toko Batik Prambanan, Batik Prambanan dirintis oleh pedagang yang beretnis Cina yaitu Susilowati umur 55 tahun dan

suaminya. Usaha dagang ini berdiri bukan dari turun menurun melainkan atas saran dari orang tua nya, dan orang tua nya juga masih berdagang batik dengan nama label yang berbeda.

“ya usaha sendiri lah ya daripada kerja, dulu kan saya kerja, kerja sama suami ke Sumatera ke Medan, orang tua juga nyaranin udah tidak usah kerja, jual batik aja.”⁴¹

Begitulah ungkapannya Cici Susilowati. Selama 25 tahun Batik Prambanan juga sudah mempunyai pengalaman yang cukup dalam dunia perdagangan walaupun tak selama Batik Borobudur. Pasang surut yang dialami Batik Prambanan seperti biasa yang terjadi pada pedagang umumnya hanya mengalami keadaan kadang ramai kadang sepi selama puluhan tahun.

Nama Batik Prambanan terinspirasi dari nama batik milik orang tuanya yaitu Borobudur, nama yang diambil dari candi-candi dan supaya mudah diingat oleh konsumen juga. Toko Batik Prambanan terletak di pasar Banjarsari jln. Sultan Agung. Terjadinya musibah kebakaran di pasar Banjarsari memang tidak langsung berdampak ke tokonya karena toko batik Prambanan berada di bagian luar akan tetapi pada saat pengangkutan barang juga ada yang hilang atau kejarah. Sekarang Batik Prambanan menyewa toko disekitar pasar banjarsari, sehari Cuma laku 1 samapai 2 potong akan tetapi pemilik tetap semangat dalam berdagang meskipun sekarang tidak memiliki pegawai. Seperti yang telah diterangkan Cici Susilowati,

⁴¹ Susilowati, Pemilik Batik Prambanan, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 28 Januari 2019.

“daripada nganggur ya capek, malah jadi *loyo*. Kalau jualan paling laku 1 potong 2 potong tapi kan kita fres pikiranya.”⁴²

Yang penting *telaten* dan bisa mempertahankan sampai sekarang. Kadang sepi dan ramai itu adalah hal yang sangat wajar dalam berdagang, memiliki tantangan tersendiri itu salah satunya yang disukai Cici Susilowati.

3. Batik KM Karima

Batik KM Karima adalah *home industry* yang juga mencoba peruntungan dalam berdagang keluar kota. Awal berdirinya Batik KM Karima langsung disambut baik oleh dunia perdagangan, memiliki banyak *bakul*, *bakul* adalah orang yang ikut menjualkan batik milik orang lain. Dan memiliki pegawai yang cukup banyak sekitar 20 an. Batik KM Karima dirintis oleh ibu Musanah umur 52 tahun beserta suaminya bapak Khaeron umur 55 tahun.

Awal dari berdirinya usaha bernama Batik KM, singkatan dari K adalah Khaeron dan M adalah Musanah. Pada saat anak kedua mereka lahir tahun 1995 bernama Karima dan jika disingkat bisa juga menjadi KM, akhirnya nama label dirubah oleh pemilik menjadi Batik KM Karima dengan harapan akan semakin sukses. Pemilik batik berani mendirikan usaha sendiri karena berdasarkan pengalaman yang telah didapat pada masa lajang. Bapak Khaeron sebelum menikah adalah seorang pekerja buruh dipembatikan. Ibu Musanah pun sama adalah

⁴² Susilowati, Pemilik Batik Prambanan, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 10 Februari 2019.

seorang pekerja dipembatikan. Orang tua dari ibu musanah bukan dari kalangan pedagang melainkan seorang buruh. Berbeda halnya dengan pak Khaeron, orang tuanya adalah seorang pedagang batik yang menyuplai ke luar Kota.

Dalam waktu 27 tahun Batik KM karima sudah mengalami jatuh banggunya sebuah usaha. Seperti ketipu dengan *bakulyang* telah kenal dekat dengan nya, *bakul* tersebut sangat tidak bertanggung jawab yang membuat Batik KM Karima hampir gulung tikar akan tetapi tekad yang kuat dan motivasi optimis yang dimiliki pemilik membuat usaha batiknya dapat dipertahankan sampai sekarang walaupun tidak sejaya dahulu dan sekarang hanya punya 2 pegawai, paling tidak masih berjalan dan masih mempunyai cukup banyak relasi bisnisnya.

4. Batik Adyartha

Batik Adyartha didirikan oleh seorang pemuda berumur 24 tahun, yang bernama saudara Adi Darajat pada tahun 2013. Nama label Batik Adyartha diambil dari nama dirinya yaitu Adi dan nama Artha diambil dari nama batik milik orang tuanya.

Sebelum mempunyai bisnis sendiri, pemilik adalah seorang pedagang yang hanya menjualkan barang dagangan milik orang lain. Pengalaman dagang yang didapat dari kakaknya yang mengajak dia berdagang atau menyuplai ke toko-toko batik di mall ITC Surabaya. Disitulah pemilik bertemu langsung dan berelasi bisnis dengan pedagang batik yang beretnis Cina.

Walaupun bisnisnya masih berusia 5 tahun. Batik Adyartha sudah pernah mengalami jatuh banggunya dalam berdagang, seperti pernah mendapatkan pembayaran dengan giro akan tetapi gironya *kosong*(tidak dapat dicairkan) yang membuat dirinya masih harus tetap menyetorkan pembayarannya ke pemilik barang. Adanya kejadian itu membuat pemilik Batik Adyartha termotivasi untuk membuat produksi batik sendiri dengan modal yang dia punya ditambah dengan pinjam ke lembaga keuangan. Karena mempunyai rasa *isinter*hadapat pemilik barang yang ikut terkena dampaknya jika mengalami musibah dalam dagangannya. Sekarang Batik Adyartha sudah mempunyai cukup banyak rekan kerja dalam usahanya, mulai dari bekerjasama dengan sekitar 6 konveksi dan memiliki banyak pelanggan setia. Batik Adyartha tidak hanya berangkat dagang ke luar Kota, melainkan juga ikut peruntungan bisnis online.

C. Hubungan Bisnis Pedagang Etnis Cina dengan Pedagang Etnis Jawa

Hubungan bisnis antar pedagang tidak lepas dengan adanya hubungan kerja dengan rekan kerja. Seperti karyawan atau rekan yang membantu jalannya usaha. Menurut salah satu pedagang batik etnis jawa, untuk mencari relasi bisnis pedagang memang mudah akan tetapi yang jujur, benar dan bertanggung jawab susah.⁴³

Hubungan bisnis dalam perdagangan dituntut untuk bisa menjaga kepercayaan antar pelaku dan tanggung jawab, misalnya pedagang etnis jawa

⁴³ Musanah, Pemilik Batik KM Karima, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 28 Januari 2019.

membuat kesalahan dalam memproduksi batik pesanan relasinya / pedagang etnis Cina, yang menghabiskan waktu lebih lama dengan waktu yang ditentukan atau disepakati akan tetapi tidak ada rasa tanggung jawab dalam berusaha untuk menyelesaikannya. Sebaliknya pedagang etnis Cina membayar tidak sesuai kesepakatan seperti memotong sendiri harga yang telah disepakati dan pembyarannya meleset atau menunda. Sehingga kepercayaan diantara kedua belah pihak tidak terjaga dan berdampak dalam hubungan kedepannya, timbul kurang bahkan tidak ada lagi kepercayaan. Hubungan bisnis tanpa adanya kepercayaan tidak akan berjalan.

Hubungan bisnis yang terjadi antar pedagang tidak seerat hubungan kerja antara pedagang / pengusaha dengan rekan kerja / pekerjanya. Dikarenakan kurang komunikasi antar kedua pedagang sedangkan dengan rekan kerja sudah dianggap seperti saudara sendiri, salah satu faktornya karena sering bertemu / sering komunikasi dengan rekan kerja. Bahkan bisa dikatakan setiap hari mereka bertemu dan berkomunikasi. Sedangkan hubungan bisnis antar pedagang bertemu sekaligus berkomunikasi paling tidak 1 minggu sekali, itu pun hanya sebentar.

D. Konflik Antara Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa

Konflik merupakan hal yang sangat wajar dalam sebuah hubungan. Didalam hubungan bisnis perdagangan juga sering terjadi konflik misalnya konflik dalam persaingan usaha dengan relasi bisnis, dengan relasi kerja, dengan pegawai dan bahkan dengan lingkungan.

Dalam dunia perdagangan mayoritas pedagang tidak sadar kalau pernah mengalami konflik antara satu dengan lainnya. Seperti mengalami rasa kekecewaan karena tidak sesuai dengan harapan. Contoh kasus pedagang etnis Jawa dengan pedagang etnis Cina, harga dipotong sendiri oleh pedagang etnis Cina yang membeli produk dari pedagang etnis Jawa, tidak sesuai kesepakatan akan tetapi pedagang etnis Jawa terima saja walau ada kekecewaan di dalam hati. Karena mempunyai prinsip untung atau profit sedikit tidak masalah yang paling penting laku dan dibayar kontan. Selain itu tidak ada lagi, yang lainnya lancar-lancar saja karena menurut mayoritas pedagang etnis Jawa, pedagang etnis Cina selalu melakukan pembayaran tetap waktu sesuai dengan kesepakatan atau tidak pernah meleset.

Pedagang etnis Cina juga pernah mengalami kekecewaan dengan pemasok pedagang yang beretnis Jawa. Kadang pemasok etnis Jawa ada yang nakal walaupun tidak semuanya. Contoh kasus yang pernah dialami pedagang etnis Cina dengan pemasoknya adalah kain mentah disemprot dengan air kemudian ditarik-tarik sehingga ketika menjadi pakaian jadi, pakaian tersebut kelihatan besar. Pada saat dibeli konsumen pakaian itu kembali ke ukuran semula sebelum disemprot dan ditarik-tarik, setelah dilakukan pencucian oleh konsumen. Hal tersebut sudah tidak menjadi masalah karena dengan terjun di dunia perdangan batik sudah cukup lama dan sudah mempunyai pengalaman, pedagang etnis Cina tersebut bisa mengetahui ciri-ciri batik yang disemprot dan ditarik dengan yang tidak. Dipegang dari kain nya saja sudah berbeda.

Sedangkan konflik yang dialami oleh pekeja dengan pemilik usaha biasanya terkait dengan upah. Para pekerja ada yang mengeluhkan upah yang sedikit atau ingin ditinggikan. Ada yang mengeluhkan keterlambatan pemilik dalam memberikan upah. Ada yang mengeluhkan ketika perekonomian masih sepi kekurangan atau keterbatasan jumlah *sanggan*.

Pemilik usaha juga mengeluhkan terhadap rekan kerja atau pekerjanya. Pekerja ingin upah tinggi akan tetapi tidak di imbangi dengan hasil pekerjaannya yang masih berantakan dan kurang rapi. Padahal pemilik usaha juga harus menyisihkan uang untuk pekerjanya juga, seperti persen untuk rekan kerja dan pekerja setiap menjelang hari raya idul fitri. Ada juga pemilik usaha yang mempunyai agenda setiap tahun untuk mengajak pekerja *tour* gratis.

Standar harga pada konveksi di daerah buaran rata-rata yaitu untuk hem 80.000/kodi, kemeja yang lehernya menggunakan kain keras 190.000/kodi, sedangkan kemeja yang biasa 150.000-160.000/kodi, untuk blus 100.000-120.000/kodi, untuk tunik 120.000/kodi dan gamis 200.000-240.000/kodi. Harga tersebut sudah mencakup hitungan global atau keseluruhan.

Untuk masalah sikap pemilik usaha dengan rekan kerja dan pekerja, ada yang tidak ada masalah atau konflik. Pemilik usaha berkomunikasi terhadap rekan kerja dengan ramah dan santun karena supaya bisa terjalin *langgendantara* kedua belah pihak. Di tempat lain ada pemilik usaha yang mempunyai karakter mudah bergaul akan tetapi kadang keras dan tegas terhadap rekan kerjanya. Misalnya dalam menyelesaikan pekerjaan yang tidak

sesuai janji dan prediksi, seharusnya hari ini jadi dan sudah di tanyakan oleh pelanggan dari pemilik usaha, akan tetapi ternyata produksi belum selesai atau meleset. Ada juga yang membuat pemilik usaha dagang kecewa yaitu hasil dari jahitan produknya, tidak sesuai yang diharapkan seperti ukuran yang kekecilan dan tidak sesuai standar. Hal tersebut kadang membuat pemilik usaha dagang marah-marah terhadap rekan kerja atau pekerja tersebut.

Untuk sesama pekerja jarang menimbulkan konflik yang berarti. Pekerja pada dasarnya saling bahu-membahu untuk menciptakan rasa kenyamanan. Karena nasib mereka sama, sama-sama berusaha untuk mencari nafkah dengan tujuan memenuhi kebutuhan mereka.

E. Harapan Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa

Harapan dari mayoritas pedagang adalah barang dagangannya laris habis terjual dan mendapatkan banyak keuntungan. Harapan dari pedagang etnis Cina dalam hubungan bisnisnya dengan pedagang etnis Jawa adalah kualitas produk lebih ditingkatkan, tidak melakukan hal-hal yang curang. Ketika mendapatkan pesanan, bisa selesai dalam jangka waktu yang telah ditentukan sebelumnya. *Langgeng* terus dan bisa tetap selalu belanja stok barang dan bahkan bisa belanja stok barang lebih banyak.

Sedangkan harapan dari pedagang etnis Jawa dalam menyuplai kepedagang etnis Cina adalah harga produk bisa lebih tinggi. Keuntungnya supaya tidak pas-pasan. Ketika pelunasan pembayaran, harga produk jangan dipotong lagi, diluar kesepakatan, karena pada saat menentukan harga

kesepakatan, sudah terjadi tawar menawar antara pemasok etnis Jawa dengan pedagang etnis Cina. Pemasok etnis Jawa mendapatkan keuntungan sedikit saja sudah dilepasin.

Mayoritas pedagang etnis Cina membeli barang dengan harga murah dan menjualnya kembali dengan mengambil keuntungan tinggi, berbeda halnya dengan pedagang etnis Jawa. Mayoritas pedagang etnis Jawa keuntungan yang diambil sedikit, yang diprioritaskan laku banyak dan dibayar kontan/cash.

Sedangkan harapan antara pemilik usaha dengan rekan kerja adalah pemilik usaha berharap rekan kerja bisa lebih bertanggung jawab atas pekerjaannya. Bisa memberikan hasil yang maksimal serta sesuai dengan yang diharapkan. Harapan dari rekan kerja ke pemilik usaha. Pembayaran bisa naik dan yang paling utama adalah awet dan lancar dalam memberikan *sanggan*(bahan pengerjaan) serta tepat waktu dalam pembayaran terhadap rekan kerja dan pekerja.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Prinsip Etika Bisnis Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa

Dalam berhubungan bisnis antar pedagang baik dengan sesama etnis maupun berbeda etnis harus mempunyai etika, akhlak, perilaku, moral yang baik. Akhir-akhir ini banyak pihak secara ekstrim mengatakan bahwa dunia kini sedang hidup dalam jaman “krisis etika”. Pernyataan tentang “krisis etika” dapat kita dengar, baca dan lihat dari berbagai media setiap harinya. Kontroversi tentang cara berkomunikasi internasional, kegiatan pemasaran global, praktik perdagangan yang curang telah mendorong berbagai pihak untuk membangun kepekaan sosial. Kemajuan teknologi telah mengubah perilaku dunia bisnis.⁵¹

Dalam realitasnya, bisnis baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas, telah ada dalam sistem dan strukturnya yang “baku”. Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi kegiatan manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dalam kebutuhan hidupnya. Sementara itu etika telah dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri dan karenanya terpisah dari bisnis. Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat. Dalam kenyataan itu bisnis dan etika dipahami sebagai dua hal yang terpisah bahkan

⁵¹ Poerwanto, *New Business Administration*, Edisi Ke-2 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), hlm. 99.

tidak ada kaitan. Jika pun ada malah dipandang sebagai hubungan negatif, dimana praktek bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan mencapai laba sebesar-besarnya dalam situasi persaingan bebas. Sebaliknya etika bila diterapkan dalam dunia bisnis dianggap akan mengganggu upaya mencapai tujuan bisnis.⁵²

Etika bisnis merupakan sesuatu yang makin lama akan makin penting peranannya di dalam masyarakat kita oleh karena proses modernisasi akan berlangsung makin cepat dan makin merata. Salah satu ciri khas dari masyarakat modern adalah, bahwa masyarakat modern itu selalu merupakan masyarakat pebisnis, artinya: masyarakat dimana hubungan antara orang-orang (para warga masyarakat) saling untung menguntungkan.⁵³

Berikut adalah hasil wawancara mengenai etika bisnis yang diterapkan oleh beberapa pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa. Prinsip etika yang diterapkan oleh salah satu pedagang etnis Cina adalah harus bisa mengatur atau manajemen keuangan yang baik. Keluar masuknya biaya harus disesuaikan, sederhana dan mengikuti perkembangan pasar. Prinsip etika bisnis informan etnis Cina yang lain menjelaskan prinsip utama dalam etika bisnis yaitu kejujuran, harus jujur apa adanya, berbicara apa adanya tanpa melebih-lebihkan.

Sama halnya dengan pedagang etnis Cina, menurut informan pedagang etnis Jawa pun mengungkapkan yang terpenting dalam etika berdagang adalah kejujuran. Pedagang etnis Jawa yang lainnya menyebutkan etika

⁵² Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 15.

⁵³ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis :Pengelolaan dalam Era Globalisasi...* hlm. 112.

dalam bisnisnya yaitu menjaga kepercayaan, saling menghormati dalam berbicara, memahami karakter yang dibutuhkan dalam bisnis

Dalam hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa pedagang etnis Cina memiliki konsep sendiri dalam menjalin hubungan bisnis dengan pedagang etnis jawa, begitu juga sebaliknya. Setiap pedagang mempunyai cara bagaimana agar hubungan yang terjalin baik tanpa harus ada masalah yang berarti. Sebagai seorang pedagang selayaknya harus memiliki etika-etika yang baik dalam berdagang. Adapun prinsip-prinsip etika dan perilaku bisnis yang harus diterapkan antara lain :

1. Kejujuran
2. Integritas
3. Memelihara janji
4. Kesetiaan
5. Kewajaran / keadilan
6. Suka membantu orang lain
7. Hormat kepada orang lain
8. Kewarganegaraan yang bertanggung jawab
9. Mengejar keunggulan
10. Dapat dipertanggungjawabkan

Sayangnya, di Kota Pekalongan tidak semua pedagang bisa menerapkan etika dan perilaku bisnis yang baik dalam usaha berdagangnya. Contoh banyak kasus pedagang yang kurang jujur supaya barang dagangnya laku dengan menyembunyikan cacat yang ada pada produk. Untuk lebih jelasnya peneliti akan menjabarkan mengenai prinsip etika yang diterapkan dipedagang berbeda etnis.

Kejujuran (*honesty*), yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, blak-blakan, terus terang: tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan dan tidak berbohong. Dalam hubungan antar manusia

kejujuran sangat penting diterapkan khususnya dalam hubungan perdagangan. Sifat jujur sangat langka ditemukan dalam diri seorang pedagang meskipun secara langsung pedagang tidak mengakui. Pedagang mengakui bahwa dirinya jujur dalam berdagang akan tetapi hal-hal sepele tidak dihiraukan, yang sebenarnya termasuk tidak jujur. Seperti menutupi cacat pada produk yang dijualnya dan merubah label ukuran, karena yang sesuai ukuran permintaan pembeli kehabisan stok. Hal ini secara tidak langsung, tidak jujur dalam berdagang hanya semata-mata ingin dagangannya cepat laku. Sebaiknya pedagang memberikan informasi secara langsung dan jelas serta transparan. Kalaupun yang diinginkan pembeli tidak ada stok atau pun cacat, pedagang bisa menawarkan produk yang lain, yang hampir sama. Tidak semua pedagang bersikap tidak jujur, ada pedagang yang jujur dan transparan mengenai informasi produk dagangannya, akan tetapi transparan dalam harga dan keuntungan menurut mayoritas pedagang tidak transparan karena hal tersebut merupakan rahasia dalam perusahaan.

Integritas (*integrity*) yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan yang terhormat, tulus hati, berani dan penuh pendirian/ keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat, dan saling percaya. Dalam diri seorang pedagang pasti memiliki sikap integritas yang kuat. Hubungan yang terjadi antar pedagang dalam melakukan kegiatan yang terhormat yaitu berdagang harus memiliki prinsip / pendirian, tulus hati, berani, penuh pendirian / keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat, dan saling percaya. Adanya etika-etika itu akan membuat suatu hubungan berjalan lancar dan awet.

Pemilik batik Adyartha berani dan yakin untuk memasok ke pedagang etnis Cina di Surabaya dengan jumlah stok produk yang banyak akan tetapi sistem pembayaran yang dilakukan dengan giro. Giro adalah suatu istilah perbankan untuk suatu cara pembayaran yang hampir merupakan kebaikan dari sistem cek, berupa surat perintah untuk memindah bukukan sejumlah uang dari rekening seseorang kepada rekening lain yang ditunjuk surat tersebut. Hubungan antar pemilik batik Adyartha dengan pedagang etnis Cina sudah saling percaya karena hubungan yang terjalin cukup lama. Sama halnya dengan pemilik Batik KM Karima.

Mayoritas pedagang yang berjalan sudah cukup lama pasti memiliki prinsip atau pendirian yang kuat dalam berdagang sehingga sumber pendapatannya dihasilkan dari berdagang tidak dari pekerjaan yang lainnya. Dengan hati yang tulus pedagang melakukan kegiatan berdagang dengan senang hati, suatu pekerjaan yang dilakukan dengan hati pasti akan semangat dan menyenangkan. Dalam berdagang resiko-resiko pasti akan terjadi, hal itu sudah biasa karena di diri seorang pedagang sudah memiliki sifat berani mengambil dan menerima resiko. Seperti yang telah diungkapkan oleh pemilik Batik Borobudur.

“ya namanya pedagang itu kadang-kadang ramai, kadang-kadang sepi sudah wajar dari zaman dahulu.”⁵⁴

⁵⁴ Andoko Adji, Pemilik Batik Borobudur, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 10 Februari 2019.

Pedagang yang nakal/jahat dan bermuka dua pasti tidak akan berjalan dan bertahan lama dalam usaha dagangannya. Karena sulitnya relasi bisnis yang mau bekerjasama setelah mengetahui perbuatan nakalnya dan tidak percaya. Untuk itu integritas dalam diri seorang pedagang sangat diperlukan

Memelihara janji (*promise keeping*), yaitu selalu menaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, patuh, jangan menginterpretasikan persetujuan dalam bentuk teknikal atau legalistik dengan dalih ketidak relaan. Memelihara dan menepati janji atau bisa disebut dengan amanat juga sangat diperlukan dalam terjalinnya suatu hubungan antar pedagang. Tidak hanya pedagang etnis Jawa, pedagang etnis Cina pun harus menjaga amanah. Seperti yang telah diungkapkan oleh pemilik batik Adyartha dan pemilik batik KM Karima bahwa pedagang etnis Cina yang berhubungan bisnis dengannya selalu tepat dalam pembayarannya dan tidak pernah meleset.

Kesetiaan (*fidelity*), yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan, dan negara. Jangan menggunakan atau memperlihatkan informasi yang diperoleh dalam kerahasiaan, begitu juga dalam suatu konteks profesional, jaga/ lindungi kemampuan untuk membuat keputusan profesional yang bebas dan teliti, hindari hal yang tidak pantas dan konflik kepentingan. Hubungan bisnis atau hubungan kerja tanpa adanya kesetiaan antar kedua belah pihak tidak akan terjalin lama. Dalam diri seorang pengusaha atau pedagang, rasa loyal itu penting tidak hanya dengan sesama pedagang, dengan karyawan dan rekan kerjanya pun sama. Pemilik batik Adyartha dengan pedagang etnis Cina yang di Surabaya dari awal berdagang sampai

sekarang masih terjalin. Kesetiaan pedagang etnis Cina dilihat dari dirinya masing-masing seperti yang telah dikatakan oleh pemilik batik Adyartha.

“Dia itu tergantung dari kita, kalau kitanya bisa konsisten dalam kualitas barang, kebanyakan orang-orang cina mempercayakan & mempertanggung jawabkan pekerjaannya sama kita.”⁵⁵

Kemudian karyawan batik Borobudur dengan pemiliknya menjalin hubungan kerja sudah sampai puluhan tahun, sekarang masih terjaga. Itu semua karena sikap loyal yang dimiliki semuanya. Kesetiaan tidak hanya dimiliki pada satu pihak, harus dimiliki kedua belah pihak. Jika hanya di satu pihak, relasi tidak akan bertahan lama. Seperti karyawan batik KM Karima, pernah mengalami kejadian karyawan berhenti karena lebih memilih bekerja ditempat lain, kurang tau alasannya. Pak Khaeron juga pernah menawarkan upah yang lebih tinggi akan tetapi karyawan tersebut tetap bersikeras untuk berhenti. Salah satu faktornya karena tidak adanya sikap loyal yang dimiliki karyawan.

Kewajaran/keadilan (*Fairness*), yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan, dan memperlihatkan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, jangan bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain. Berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan juga harus ada dalam etika berbisnis. Dengan menawar terlalu murah tanpa memikirkan relasi nya, ini adalah

⁵⁵ Addi Darajat, Pemilik Batik Adyartha, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 25 Januari 2019.

kurang baik, kurang berbudi luhur dan kurang adil dalam berbagi keuntungan tapi karena yang merasa dirugikan sangat butuh, maka diterimanya walau dengan rasa kekecewaan yang sangat dalam.

Seperti yang telah diungkapkan oleh pedagang etnis Jawa. “*asline wong cino ki nyemengit kae, nek ngenyang murah e nemen tur rak gelem ngalah. Tapi piye maneh karang aku butuh ben payu*”.⁵⁶ Dalam etika ini juga mengajarkan persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan. Walaupun berbeda etnis, hubungan dalam bisnis harus saling toleran dan jangan sampai bertindak melampaui batas yang membuat salah satu pihak mengalami kemalangan.

Suka membantu orang lain (*Caring or Others*), yaitu saling membantu, baik hati, belas kasihan, tolong menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain. Semakin lama hubungan bisnis antar pedagang berjalan akan tumbuh dengan sendirinya rasa saling membantu, baik hati, tolong menolong, kebersamaan. Tak hanya dengan sesama pedagang, pedagang/pemilik usaha dengan karyawan pun demikian, harus saling membantu. Bahkan dengan karyawanlah rasa itu yang otomatis ada dengan sendirinya karena komunikasi selalu terjaga dan adanya pertemuan setiap hari. Berbeda dengan antara pedagang etnis Jawa dengan Cina yang masih kurang waktunya untuk bersama membangun rasa kemisteri, tak jarang ditemukan juga bahwa antar pedagang harus saling membantu walupun dengan berbeda etnis.

⁵⁶ Musanah, Pemilik Batik KM Karima, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 28 Januari 2019.

Hormat kepada orang lain (*Respect for Others*), yaitu menghormati martabat manusia, menghormati kebebasan dan hak untuk menentukan nasib sendiri bagi semua orang, bersopan santun, jangan merendahkan diri seseorang, jangan mempermalukan seseorang dan jangan merendahkan martabat orang lain. Hormat kepada orang lain sangat diperlukan dalam hubungan sosial terlebih hubungan bisnis. Hubungan tanpa adanya rasa hormat diantaranya tidak akan berjalan baik melainkan terjadi banyaknya konflik yang berakibat fatal. Saling menghormati tidak memandang suatu perbedaan. Tidak hanya sesama etnis dan yang lebih tua, dengan berbeda etnis dan yang lebih muda kita juga harus saling menghormati serta bersopan santun.

Seperti yang dilakukan oleh pemilik batik KM Karima dengan karyawannya, tidak memandang atasan dan bawahan. Pemilik batik KM Karima bersedia mengantar dan mengambil *sanggan* kerumah karyawannya. Pedagang etnis Jawa memang lebih sopan santun dari pedagang etnis Cina. Ada relasi bisnis batik KM Karima yang beretnis Cina, akan tetapi rasa hormat yang dimiliki pedagang etnis Cina sangat kurang. Saat transaksi antar keduanya, pemilik batik KM Karima dibiarkan menunggu terlalu lama ditoko pedagang etnis Cina tersebut, karena dia lebih mementingkan konsumen.

Kewarganegaraan yang bertanggung jawab (*Responsibility Citizenship*), yaitu selalu menaati hukum/aturan, penuh kesadaran sosial, menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan. Negara Indonesia adalah negara yang terdapat banyak suku dan budaya. Semboyan

atau moto yang terdapat di lambang negara yang bertuliskan Bhineka Tunggal Ika, artinya berbeda-beda tetapi tetap satu. Maknanya meskipun beranekaragam tetapi pada hakikatnya bangsa Indonesia adalah satu kesatuan. Semboyan ini digunakan untuk menggambarkan persatuan dan kesatuan bangsa dan negara kesatuan Republik Indonesia yang terdiri atas keanekaragaman budaya, bahasa daerah, ras, suku bangsa, agama dan kepercayaan. Seperti hubungan bisnis yang dilakukan antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa yang tidak memandang suku dan agamanya. Tidak melanggar hukum-hukum negara, jangan seperti tahun 1998 pada saat krisis moneter pedagang etnis Cina seolah-olah diusir oleh warga pribumi dan menjadi korban kekerasan, penjarahan hebat serta merusak usaha mereka.

Mengejar keunggulan (*Pursuit of Excellence*), yaitu mengejar keunggulan dalam hal, baik dalam pertemuan personal maupun pertanggungjawaban profesional, tekun, dapat dipercaya / diandalkan, rajin, getol, dan penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan yang terbaik berdasarkan kemampuan, mengembangkan, dan mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi. Mengejar keunggulan dari yang unggul adalah target dari semua pedagang baik pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa. Dalam hal ini pedagang etnis Cina tidak bersaing dalam keunggulan dengan pedagang etnis Jawa melainkan berhubungan bisnis, supaya tetap terjalin harmonis. Misalnya pedagang etnis Jawa berusaha mengembangkan serta meningkatkan kualitas produknya menjadi lebih baik untuk memuaskan pedagang etnis Cina yang mengambil produk tersebut sehingga pedagang

etnis Cina berlangganan, sebaliknya pedagang etnis Cina akan memberikan harga sesuai dengan kualitasnya.

Dapat dipertanggungjawabkan (*Accountability*), yaitu memiliki tanggung jawab, menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensinya, dan selalu memberi contoh. Dalam hubungan bisnis tanggungjawab antar pedagang sangat penting. Jika salah satu pedagang tidak memiliki rasa tanggungjawab, hubungan bisnis itu akan hancur dan tidak akan berjalan lagi. Contoh pedagang etnis Cina yang melakukan pembayaran menggunakan giro, pedagang etnis Cina tersebut harus bertanggung jawab untuk mengisi saldonya jika tidak dan gironya tidak dapat cair jadi bisa dapat dikatakan sebagai penipu, sehingga pedagang etnis Jawa yang memasok sangat dirugikan dan hubungan diantaranya menjadi hancur. Seperti yang pernah dialami oleh pemilik batik Adyartha dan pemilik batik KM Karima akan tetapi bukan berelasi dengan pedagang etnis Cina pada saat itu.

Cara bisnis dan etika pedagang etnis Cina berdasarkan tuntunan nilai dan ajaran dari nenek moyangnya atau dari orang tuanya dan keluarganya yaitu hanya untuk mengejar kepentingan duniawi, memiliki perilaku bisnis yang hemat dalam mengeluarkan biaya, bergaya hidup sederhana, berelasi bisnis dengan siapa saja walaupun berbeda etnis, suku, budaya, agama yang terpenting menguntungkan. Perilaku atau etika bisnis pedagang etnis Cina yang lainnya adalah pekerja keras, tekun, ramah terhadap pelanggan akan tetapi cuek terhadap pemasok yang beretnis Jawa, cenderung sombong terhadap orang yang dianggapnya tidak memberikan keuntungan bagi dirinya,

menepati janji (amanah). Pedagang etnis Cina saling tolong menolong dengan sesama etnis Cina. Pedagang etnis Cina menganggap lebih unggul dan jeli dalam bidang ekonomi, lebih mementingkan kualitas agar harga jual bisa tinggi. Menurut pedagang etnis Jawa, pedagang etnis Cina kalau menawar harga pembelian produk sangat murah.

Sedangkan cara bisnis dan etika pedagang Jawa muslim lebih mengaplikasikan agama islam yaitu yakin bahwa kehidupan duniawi hanya bersifat sementara. Perilaku dalam bisnis dipengaruhi oleh budaya masyarakat lokal yang santai dan lambat. Pedagang etnis Jawa muslim berelasi bisnis yang berpedoman dengan anjuran Rasulullah SAW untuk saling tolong menolong antar sesama (*hablum minallah wa hablum minannas*), menyeimbangkan kebaikan hidup di dunia dan kebahagiaan hidup di akhirat, serta menyeimbangkan ibadah dan bidang muamalah. Mayoritas pedagang etnis Jawa menjual barang dagangannya dengan harga murah, yang terpenting terjual dengan jumlah yang banyak meskipun keuntungan yang didapatkan sedikit. Perilaku pedagang etnis Jawa yang lainnya adalah mempunyai rasa sopan santun yang tinggi, halus dan lemah lembut akan tetapi cenderung boros.

Persamaan dalam cara berbisnis diantara kedua etnis adalah dipengaruhi unsur budaya nenek moyang dan bahkan kadang menyampingkan unsur dari agama yang dianutnya, tidak membeda-bedakan dengan siapa harus berelasi bisnis walaupun dengan suku, ras, budaya, agama yang berbeda. Pedagang yang sudah berdiri lama pasti mempunyai prinsip yang kuat dalam berbisnis,

berani menerima dan mengambil resiko, memiliki sikap loyal dalam menjalin hubungan bisnis, toleran terhadap perbedaan serta tanggung jawab baik pada pedagang etnis Cina maupun pada pedagang etnis Jawa.

Cara berbisnis dan etika yang positif pada pedagang adalah kekuatan dalam bisnis yang dimiliki pedagang tersebut. Sebaliknya cara berbisnis dan etika yang negatif pada pedagang adalah kelemahan yang dimiliki oleh pedagang tersebut. Baik pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa.

B. Hubungan Bisnis Pedagang Etnis Cina dengan Etnis Jawa Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam

Orang Cina dari zaman dahulu sangat dikenal kepandaiannya, khususnya dalam berbisnis. Rosulullah SAW bersabda :

أَطْلُبُوا الْعِلْمَ وَلَوْ بِالصِّينِ، فَإِنَّ طَلَبَ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

“carilah ilmu walau ke negeri Cina, karena mencari ilmu itu wajib bagi setiap muslim.” (HR. Anas bin Malik)

Hadis ini selain populer digunakan untuk mengukuhkan kewajiban dalam mencari ilmu agama, juga populer digunakan untuk mengukuhkan bahwa ajaran islam mewajibkan mencari ilmu dunia. Kalau perlu belajar kepada orang-orang cina tanpa meninggalkan etika-etika islam.

Orang nonmuslim kagum terhadap etika ekonomi islam. Para pakar ekonomi nonmuslim mengakui keunggulan sistem ekonomi islam. Menurut

mereka, islam telah sukses menggabungkan etika dan ekonomi, sementara sistem kapitalis dan sosialis memisahkan keduanya.

Jack Austri, seorang prancis, dalam bukunya *Islam Dan Pengembangan Ekonomi* mengatakan, “islam adalah gabungan antara tatanan kehidupan praktis dan sumber etika yang mulia. Antara keduanya terdapat ikatan sangat erat yang tidak terpisahkan. Dari sini bisa dikatakan bahwa orang-orang islam tidak akan menerima ekonomi kapitalis. Dan ekonomi yang kekuatannya berdasarkan wahyu dari langit itu tanpa diragukan lagi dalam ekonomi yang berdasarkan etika.” Disamping mampu memberikan nilai tambah pada sistem, etika tersebut juga bisa mengisi kekosongan pemikiran yang ditakutkan suatu saat timbul akibat perkembangan teknologi.⁵⁷

Dalam islam hal-hal yang terkait dengan perilaku dalam berbisnis diatur dalam etika bisnis islam. Pelaku usaha/bisnis muslim sudah seharusnya menerapkan prinsip dan nilai etika bisnis islam dalam usaha. Sangat menarik dan bagus jika nonmuslim pun menerapkan prinsip dan nilai etika bisnis islam. Tujuan secara sederhana agar usaha yang dijalankan lebih tentram, aman, sejahtera dan dijauhkan dari keributan serta hal-hal buruk lainnya. Karena dengan berpedoman pada etika bisnis islam, seorang pebisnis telah menyerahkan hasil usahanya kepada Allah SWT. yakin bahwa Allah akan memberikan jalan yang terbaik bagi usahanya.

⁵⁷Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*(Jakarta : Gema Insani, 1997), hlm. 55.

Yang pertama yaitu prinsip kesatuan dan integritas dalam nilai tauhid, menyatukan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. Selain pedagang melakukan kerjanya dengan baik. Mereka juga mencari ridha Allah dengan tetap melaksanakan kewajibannya yaitu sholat. Pedagang etnis Cina yang non muslim juga menerapkan prinsip yang sama akan tetapi bukan mencari ridha Allah melainkan mencari ridha tuhan yang diyakininya.

Ketika adzan dzuhur berkumandang pedagang etnis jawa melakukan kewajibannya untuk sholat, terkhusus pada hari jum'at pedagang berhenti dalam melakukan transaksi berjualan dan menunaikan sholat jum'at untuk kaum laki-laki, kaum wanita menghormatinya. Berharap apa yang telah diusahakannya dapat diridhai Allah dan menjadi berkah. Pedagang etnis Cina juga menghormatinya. Dilain sisi ada pedagang etnis Cina yang memilih tutup toko setiap hari minggu untuk melakukan ibadah dan kegiatan sosial. Pemilik batik Borobudur juga mempersilahkan sholat kepada karyawannya yang muslim pada saat tiba waktunya.

Kemudian prinsip kesamaan, yaitu perilaku yang tidak diskriminatif terhadap siapapun. Baik pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa, tidak membeda-bedakan sesamanya. Meskipun diantara mereka juga berhubungan bisnis dengan sesama etnis, namun tidak menjadikannya istimewa. Sesama pedagang sama, mempunyai tugas yang sama dan sama-sama berdagang.

Prinsip Intelektualitas dalam nilai khilafah adalah kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat. Contoh pedagang etnis Jawa memproduksi pakaian batik jadi dengan kreatifitasnya dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki, sehingga produk tersebut berbeda dengan lain serta mempunyai keunggulan tersendiri. hal itu membuat hubungan bisnisnya lancar dan *langgen* dengan pedagang etnis Cina karena keunggulannya yang dimiliki tidak ada di pedagang lain.

Prinsip selanjutnya dalam nilai khilafah yaitu kehendak bebas yang berarti kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar. Jadi dalam hubungan bisnis antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa kehendaknya masing-masing tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Kalau ada paksaan dan bukan kehendak sendiri dalam suatu hubungan apalagi hubungan bisnis maka tidak akan berjalan baik, adanya rasa ketidaknyamanan dan tertekan. Hal tersebut tidak baik dalam Islam.

Kemudian prinsip tanggung jawab dan Akuntabilitas dalam nilai khilafah, yaitu kesediaan untuk bertanggung jawab dan mempertanggungjawabkan tindakannya, baik pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa harus memiliki prinsip tersebut. Ketika terjadi kesalahan dalam melaksanakan tugasnya dalam berdagang dan berhubungan bisnis dengan pedagang yang lain. Seperti yang terjadi pada salah satu pedagang etnis Jawa bapak Zainuri rekan dari pemilik batik Adyartha. Bapak zainuri salah ketika

memproduksi pesanan dari pedagang etnis Cina. Namun beliau mengakui dan bertanggung jawab, dengan memperbaiki kesalahan tersebut dan memproduksinya kembali. Sama halnya dengan pedagang etnis Cina yang berelasi dengan batik Adyartha, pernah melakukan kesalahan dengan giro yang telah diterima oleh pemilik batik Adyartha, tidak bisa dicairkan pada jatuh tempo. Kemudian pedagang etnis Cina tersebut meminta maaf karena lupa menyaldo, dan akhirnya mengganti dengan uang tunai. Langkah yang baik yang harus dilakukan jika ingin hubungan bisnis terjalin dengan baik.

Prinsip kejujuran, keadilan dan keterbukaan. Jujur terhadap relasi bisnis atas apa yang terjadi dalam hubungan bisnis merupakan langkah yang baik. Menjelaskan bahwasanya keadaan barang di pasar dan permintaan akan batik sedang tidak baik juga perlu dijelaskan kepada relasi bisnisnya/pemasoknya. Mengapa hal ini perlu dijelaskan, karena akan berimbas pada tingkat pembelanjaan stok. Ketika pasar sedang mengalami penurunan/sepi, pedagang etnis Cina tidak boleh hanya diam dan tiba-tiba menurunkan pembelanjaan stok dan bahkan tidak belanja stok ke pedagang etnis Jawa tersebut. Ini membuat pedagang etnis Jawa mencari relasi bisnis yang lainnya. Dengan jujur terhadap pemasok/pedagang etnis Jawa akan keadaan yang dialaminya menjadikan pedagang etnis Jawa lebih ridho dan memahaminya. Adanya keterbukaan diantara relasi pedagang membuat hubungan yang terjalin menjadi lebih tenang dan tentram.

Kebersamaan dalam memikul tanggungjawab sesuai dengan beban tugas. Kebersamaan dalam menikmati hasil bisnis secara profesional

merupakan makna dari adanya nilai *ihsan* dalam etika bisnis islam. Dengan memikul tanggungjawab sesuai beban tugas masing-masing dari pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa, akan menjadikan perdagangan menjadi lebih tentram. Dalam lingkungan perdagangan, sesama pedagang dapat berbagi kebaikan dan menciptakan kebersamaan, jangan ada persaingan yang berdampak negatif.

Nilai *ihsan* ini sama seperti yang dicontohkan rosul, yaitu sifat *Tabligh*. Dalam pengertian sehari-hari *tabligh* dapat dipahami sebagai menjalankan tugas yang menjadi tanggungjawab secara profesional, sehingga prosesnya dapat berjalan secara efektif dan efisien seta hasilnya maksimal. Dalam berkehidupan organisasi *tabligh* juga berarti tidak melakukan internalisasi, yaitu tidak menyalahgunakan fasilitas dan tujuan organisasi untuk kepentingan pribadi atau kelompok. Dalam bahasa kontemporer, *tabligh* berarti anti korupsi, kolusi dan nepotisme dalam menjalankan amanat atau tugas yang menjadi tanggungjawab.⁵⁸

Sisi lain dari hubungan bisnis pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa, terdapat hubungan kerjasama pedagang etnis Jawa dengan rekan kerja/karyawan. Kemudian karyawan dengan karyawan/rekan kerja. Para karyawan memiliki status yang sama, dalam hal lain yaitu sebagai karyawan batik. Tidak ada bedanya antara karyawan satu dengan yang lain. Dimata pemilik usaha yang membedakan adalah prestasi dan etos kerjanya lainnya.

⁵⁸Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah* (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2013), hlm. 39-61.

Dengan intensitas dan lamanya waktu bertemu, menjadikan karyawan dengan pemilik usaha memiliki hubungan yang baru. selain sebagai partner dalam hubungan kerja, mereka juga merupakan saudara dalam keluarga barunya. Bahkan ketika mengalami kesulitan, tak jarang pemilik usaha membantu. Memang rasa kekeluargaan dan persaudaraan muncul dan tumbuh dengan sendirinya. Inilah yang sering disebut dengan *ukhuwah*. *Ukhuwah* adalah semangat persaudaraan yang *universal* diantara sesama manusia yang memiliki keragaman budaya, agama, bahasa, adat istiadat, peradapan, suku bangsa dan politik. Semangat persaudaraan itu mengundang makna tindakan positif yang merupakan keharusan untuk saling mengenal, saling menghargai, saling menghormati, saling menolong dalam kebajikan dan taqwa, saling mendoakan dan saling belajar. Dan dalam makna yang lain *ukhuwah* juga berarti tidak saling menghina, tidak saling mengejek, tidak saling merendahkan, tidak banyak berprasangka dan tidak suka mencai-cari kesalahan orang lain.

Dapat kita ketahui persaudaraan ini muncul karena adanya hubungan bisnis. Oleh karena itu, hubungan bisnis yang baik lah yang dapat membangun sebuah persaudaraan. Penting bagi kita untuk menjaga sikap dan etika dimana pun berada. Namun tidak dapat dielakkan, dalam hubungan persaudaraan akan terjadi konflik, begitu pun dengan hubungan kerja antara pemilik usaha dengan rekan kerja.

Meskipun sudah selayaknya saudara diantara pemilik usaha dengan karyawan, konflik ataupun masalah akan menghiasi hubungan diantara

keduanya. Memang bukan hal yang besar, terkadang konflik-konflik kecil yang timbul. Seperti karena ketegasan dalam memarahi karyawan yang melakukan kesalahan dalam pekerjaannya, sehingga bisa menyakiti hati karyawan dan rasa kecewa pada pemilik usaha.

Yang membuat khawatir, ketika konflik tersebut sampai menjadikan karyawan keluar dari pekerjaannya. Seperti yang terjadi pada batik KM Karima. Tidak ada alasan yang jelas karyawan keluar dan pindah ke tempat lain. Hal ini membuat persaudaraan yang erat menjadi renggan sampai sekarang. Namun kondisi ini dapat dihindarkan jika pemilik usaha dan karyawan saling terbuka dengan keluh kesahnya sehingga pemilik dapat berusaha menciptakan kenyamanan untuk para karyawan.

Mayoritas karyawan adalah orang-orang terdekat seperti kerabat dan tetangga sendiri. Rasulullah mendorong umatnya untuk saling membantu, tolong menolong, dan mengembangkan semangat persaudaraan di antara kaum muslimin, beliau bersabda : “Seseorang yang berjalan bersama saudaranya untuk memenuhi kebutuhannya, lebih utama daripada beri’tikaf di masjid-ku selama dua bulan”. Beliau bersabda : “Sesungguhnya, Allah memiliki beberapa hamba yang dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan manusia, menumbuhkan rasa cinta kepada mereka terhadap kebajikan, dan kebajikan itu cinta terhadap mereka, mereka adalah orang-orang yang selamat dari azab hari kiamat”.

Untuk itu, sudah seharusnya sesama saudara muslim, kita saling membantu, menghargai keputusan orang lain dan tetap menjaga persaudaraan. Sebagai pemilik usaha yang selalu bertemu dengan orang-orang, maka sebisa mungkin untuk menjaga komunikasinya dengan baik. Tidak hanya dengan sesama muslim, dengan sesama pedagang yang berbeda etnis serta agama pun harus saling membantu.

Karena pada dasarnya semua orang itu sama (*musaawah*). *Musaawah* adalah pandangan bahwa manusia itu sama dan sederajat dalam harkat dan martabatnya tanpa memandang jenis kelamin, kebangsaan dan sukunya. Tinggi rendahnya manusia hanya ada dalam pandangan Tuhan berdasarkan kadar ketaqwaannya. Kedudukan, kekayaan, kepintaran, kecantikan/ketampanan di mata manusia sering dipandang sebagai variabel derajat dan kemuliaan seseorang.

Dengan melihat hubungan kerja diantara pemilik usaha terhadap karyawan tersebut, dapat kita simpulkan bahwasanya pemilik usaha tetap harus berperan dalam hubungan dengan karyawannya. Hubungan kerja yang terjalin antara pemilik usaha/pedagang dengan karyawan dapat memberikan pengaruh tersendiri terhadap hubungan bisnis antar pedagang.

Dengan etika, sikap dan akhlak yang baik dari seorang pedagang etnis Cina, pedagang etnis Jawa dapat memuntuskan untuk mempertahankan hubungan bisnis atau mengakhiri. Itu salah satu alasan diantara alasan mengapa ada antar pedagang yang berhubungan bisnis yang mampu bertahan

dalam kurun waktu puluhan tahun. Tentunya bukan hanya dari sisi etika saja, namun juga ditunjang dari sisi lain, seperti tingginya keuntungan, lingkungan dagangnya, dan lain sebagainya.

Diluar hubungan bisnis antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa, relasi dengan pihak lain seperti rekan kerja dan karyawan, berjalan dengan cukup baik. Dapat dikatakan bahwa kepercayaan merupakan modal utama dalam membangun sebuah relasi bisnis. Akan amat fatal ketika kepercayaan tersebut hilang dari relasi bisnisnya. Karena hilangnya sebuah relasi bisnis dapat menjalar dari satu relasi satu ke relasi yang lain. Untuk itu, penting bagi pedagang memperhatikan hubungan bisnis dengan relasinya. Selain berimbas pada dagangannya, akan berimbas pada eksistensi usaha tersebut.

Seperti yang dialami oleh pemilik batik Adyarta. Ia memiliki relasi dari pedagang yang baik, yaitu batik Ziviet. Namun hal ini terjadi juga dikarenakan adanya hubungan saudara antara kedua pemilik usaha. Sehingga kepercayaan yang dimiliki awalnya didapatkan dari hubungan keluarga. Dengan seperti itu kepercayaan dalam usaha pun tidak begitu sulit untuk diciptakan.

Namun tidak semua pedagang memiliki hubungan bisnis yang seperti itu. Bahkan lebih banyak hubungan bisnis yang terjadi adalah sebuah rivalitas atau bersaing, antar pedagang etnis Jawa menjadi rival dalam usahanya. Dalam pedagang batik di pekalongan contohnya, mayoritas pedagang menjadi

rival bagi pedagang lainnya, terutama kelebihan untuk usahanya. Misalnya dalam menawarkan harga bagi konsumen.

Persaingan antar pelaku bisnis memang suatu hal yang wajar. Namun alangkah baiknya ketika persaingan tersebut tidak menimbulkan keadaan yang tidak sehat. Artinya, persaingan tersebut tidak membuat hubungan antar pedagang merenggan. Apalagi ketika persaingan tersebut memunculkan keinginan untuk merugikan/mencelakakan pihak lain.

Lebih baik jika para pedagang menerapkan sikap *ta'awun*. *Musyarakah* dan *ta'awun* artinya persekutuan dalam kebaikan, dan kemaslahatan atau perdamaian (*taqwa*), dan sebaliknya, di dalam islam orang dilarang berserikat dan *berta'awun* dalam hal keburukan dan permusuhan. Para wirausaha dianjurkan untuk membuat kerjasama dalam hal kebaikan. Pada kasus ini, pedagang sebaiknya saling bekerjasama dan membantu sesama untuk mengembangkan usahanya

Dalam *musyarakah* ini terlihat adanya nilai *ihsan* yang diterapkan dalam hubungan dengan relasinya, yaitu menyebarkan kebaikan bagi orang lain, lebih tepatnya sesama pelaku bisnis. Kesiediaan pelaku bisnis untuk memberikan kesempatan bagi relasinya, dengan saling berbagi dan memecahkan masalah ketika terjadi konflik dan sebagainya, merupakan bentuk dari nilai *ihsan*.

Memang nampaknya terlihat sederhana jika diperhatikan. Sikap *ta'awun* antar relasi tentunya dapat memberikan efek positif bagi

kelangsungan usaha masing-masing. Dengan begitu hubungan kerja yang terjalin selain menjadi hubungan kerja dalam bisnis namun juga terbentuk hubungan persaudaraan (*ukhuwah*).

Selain hal-hal yang terjadi selama waktu berdagang, untuk menjalin hubungan bisnis yang lebih baik dianjurkan untuk menjalin silaturahmi di luar waktu berdagang, baik pedagang etnis Jawa dengan pedagang etnis Cina, sesama pedagang etnis Jawa, dengan karyawan, maupun sesama karyawan. Terlebih mayoritas karyawan merupakan sanak saudara dan tetangga sekitar, yang tidak lain masih ada hubungan persaudaraan. Di luar persaudaraan dalam arti hubungan darah, sesama muslim merupakan saudara.

Ukhuwah adalah semangat persaudaraan yang universal diantara sesama manusia yang memiliki keragaman budaya, agama, bahasa, adat istiadat, peradapan, suku bangsa dan politik. Semangat persaudaraan itu mengundang makna tindakan positif yang merupakan keharusan untuk saling mengenal, saling menghargai, saling menghormati, saling menolong dalam kebajikan dan taqwa, saling mendoakan dan saling belajar. Dalam makna yang lain, persaudaraan (*ukhuwah*) juga berarti tidak saling menghina, saling mengejek, saling merendahkan, banyak berprasangka dan suka mencari-cari kesalahan orang lain.⁵⁹

Silaturahmi juga tidak selalu harus diartikan bertamu ke rumah, namun juga dapat dilakukan di luar rumah. Misal saja seperti yang dilakukan oleh

⁵⁹Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah...* hlm.39-61.

beberapa pedagang yang menjaga komunikasinya dengan melalui media, baik media sosial maupun media komunikasi seperti telepon dan sms. Hal ini akan lebih mempererat hubungan bisnis dengan pihak-pihak terkait. Terlebih saat ini teknologi menjadi hal yang menarik bagi semua kalangan.

Ada satu hal yang sederhana namun sering dilupakan dalam menciptakan sebuah hubungan bisnis yang baik, yaitu mengucapkan kata terimakasih. Terlihat sepele dan sederhana, namun sebenarnya memiliki makna besar bagi yang mengucapkan dan yang diberikan ucapan. Tidak semua orang mudah untuk mengeluarkan kata tersebut. Terlebih ketika hal tersebut diterapkan dalam hubungan bisnis, pasti akan menciptakan energi yang positif bagi masing-masing pihak..

Selain kata terimakasih, kata yang tidak mudah diucapkan oleh setiap orang yaitu ucapan maaf. Mayoritas pedagang etnis Jawa mengucapkan terimakasih kepada pedagang etnis Cina akan tetapi tidak mudah mengucapkan maaf. Ketika melakukan kesalahan, orang sering lupa untuk mengucapkan maaf dan lebih sering langsung mengutarakan alasan. Sebaliknya pedagang etnis Cina pun sama, ketika membayar telat. Tidak hanya ucapan maaf yang tidak mudah diucapkan, ucapan terimakasih pun yang sering mengucapkan adalah pemasoknya yaitu pedagang etnis Jawa. Ucapan terimakasih yang diucapkan oleh pedagang etnis Cina hanya diutarakan kepada konsumennya saja. Mengakui kesalahan dan mengucapkan maaf merupakan sikap yang tidak mudah bagi semua orang untuk

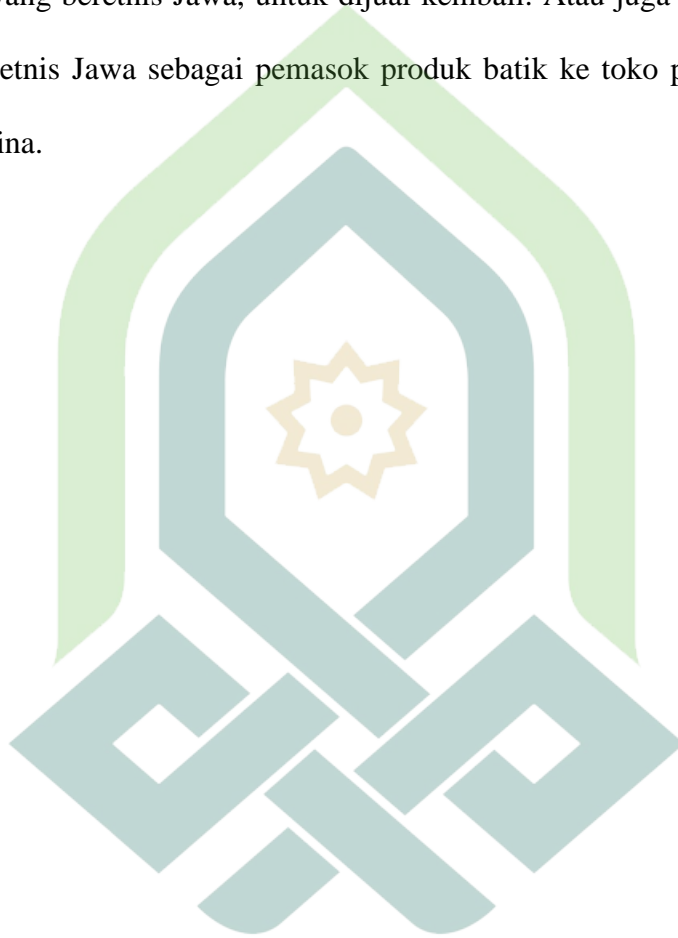
melakukannya. Namun hal ini juga merupakan etika yang tidak boleh sampai terlupakan dalam menjalin hubungan bisnis.

Mengucapkan maaf dan terimakasih ketika selesai berelasi merupakan etika yang wajib diterapkan sebagai budaya. Hal ini sebagai upaya untuk meminta maaf ketika ada kesalahan yang tidak sengaja atau yang tidak diketahui serta ucapan terimakasih atas kerjasama dan bantuan yang telah diterima selama waktu berelasi. Tidak ada ketentuan siapa yang harus mengucapkan kedua kata tersebut, baik itu pedagang etnis Jawa maupun etnis Cina.

Berdasarkan uraian diatas ada beberapa perbedaan dan persamaan etika bisnis yang di terapkan oleh pedagang etnis cina dan pedagang etnis jawa. Perbedaannya adalah pedagang etnis Cina lebih sederhana dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, lebih mementingkan kualitas produk yaitu dengan kualitas yang baik bisa mengambil keuntungan banyak, lebih hemat dalam pengeluaran biaya, akan tetapi lebih cuek sedangkan pedagang etnis Jawa lebih boros dalam membelanjakan suatu hal dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, lebih mementingkan kuantitas yaitu produk yang harus terjual banyak walau dengan keuntungan yang sedikit serta lebih sopan santun. Persamaan etika bisnis pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa adalah saling percaya, menepati janji, berusaha bersikap jujur, mempunyai tanggung jawab masing-masing serta mempunyai prinsip yang kuat dalam berbisnis.



Titik temu nya relasi antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa terjadi karena adanya rasa saling membutuhkan satu sama lain dengan tujuan yang sama yaitu mendapatkan keuntungan. Pedagang etnis Cina sebagai tangan kedua dalam berdagang seperti menerima produk dari pemasok yang beretnis Jawa, untuk dijual kembali. Atau juga bisa dikatakan pedagang etnis Jawa sebagai pemasok produk batik ke toko pedagang yang beretnis Cina.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Sebuah usaha dagang yang sudah berjalan cukup lama pasti sudah mempunyai banyak pengalaman dalam berdagangnya. Sudah mengalami pasang surutnya usaha. Jatuh bangun dan pasang surutnya suatu usaha sudah menjadi hal yang wajar dialami setiap pedagang yang berdiri cukup lama. Hal itu tidak menyurutkan semangat seorang pedagang namun menjadi motivasi untuk berkembang kedepannya menjadi lebih baik.

Guru yang terbaik adalah sebuah pengalaman. Semakin lama usaha dagang itu berdiri semakin banyak pula pengalaman yang didapat. Dengan pengalaman yang dialami dapat menjadi evaluasi-evaluasi yang sangat bermanfaat bagi bisnis kedepannya.

Pada hubungan bisnis antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa yang berdagang batik di kota Pekalongan sangat menarik untuk diteliti. Melihat sejak dahulu etnis Jawa sangat membenci etnis Cina, justru ini bekerjasama dalam hubungan bisnis, khususnya dalam dunia batik karena di kota Pekalongan dikenal sebagai kota Batik. Mulai dari pedagang kain yang beretnis Cina seperti toko Palembang yang berada di Jl. Bandung, pedagang obat batik mayoritas beretnis Cina bahkan pakaian Batik jadi juga ada

beberapa yang beretnis Cina. Etnis Jawa pun sama, mulai dari *mbabar* batik sampai konveksi batik. Pedagang batik etnis Jawa tak terhitung jumlahnya saking banyaknya sampai ada beberapa pedagang batik etnis Jawa yang merantau ke luar pulau untuk berdagang batik.

Berdasarkan hal tersebut hubungan antar pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa tak dapat dipisahkan. Hubungan bisnis terbentuk tidak hanya terkait antara pedagang etnis Cina dengan etnis Jawa. Melainkan juga terkait hubungan dengan sesama pedagang etnis Jawa, kemudian adanya juga hubungan kerja antara pedagang/pemilik usaha dengan karyawan atau rekan kerja.

Hasil yang diperoleh dari penelitian mengungkapkan, bahwasanya hubungan kerja yang terjalin antara pedagang etnis Cina dengan pedagang etnis Jawa cukup baik. Hubungan bisnis yang terjalin didasari rasa persaudaran antar sesama warga Indonesia. Tidak membeda-bedakan atau memilah milih harus dengan siapa berhubungan bisnis. Tidak memandang ras, suku, budaya dan agama. Sejauh yang peneliti amati mayoritas pedagang etnis Cina memiliki sikap yang cuek tidak mudah tersenyum walaupun ada beberapa pedagang etnis Cina yang ramah dan murah senyum. Akan tetapi mayoritas pedagang etnis Cina selalu menepati janjinya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika yang mempengaruhi hubungan bisnis antara pedagang etnis Cina dengan Wirausaha diantaranya yaitu memelihara janji / Amanah dan bertanggung

jawab, yaitu etika dari pedagang etnis Jawa yang bertanggung jawab atas pesanan secara tepat waktu. Amanah dan tanggung jawab adalah satu kesatuan yang saling berimbang. Seperti pedagang etnis Cina dalam melakukan pembayaran tempo atau giro, menjaga amanah serta mempunyai tanggung jawab.

Pedagang dengan etika yang baik, membuat semua relasi kerjanya lebih loyal sehingga hubungan kerja yang terjalin berjalan lama, bahkan sampai puluhan tahun sehingga dapat memperlancar jalannya usaha serta dagangannya. Sedangkan pedagang yang memiliki etika kurang baik, sering mendapatkan hubungan relasi yang berganti.

Hubungan bisnis yang baik menciptakan rasa kenyamanan. Memiliki kesungguhan dalam berhubungan bisnis, serta menunjukkan kinerja yang optimal dengan segala potensi yang dimilikinya dan tetap menjaga kemuliaan diantara manusia. Saling menghormati dan menghargai suatu perbedaan untuk mencapai tujuan bersama dalam kebaikan.

B. Saran

Hubungan bisnis yang terjalin antara pedagang etnis Cina dengan etnis Jawa sudah cukup baik. Terlebih ada rasa persaudaraan antar sebangsa dan senegara tanpa membeda-bedakan ras, suku, budaya dan agama. Bahkan tidak melupakan agama sebagai dasar dalam berbisnis. Akan tetapi rasa persaudaraan yang terjalin tidak seerat dengan hubungan antara pemilik usaha dengan karyawan.

Rasa hormat diantara keduanya masih kurang. Terlebih untuk pedagang etnis Cina. Ucapan terimakasih yang dilontarkan pedagang etnis Cina hanya tertuju ke konsumennya saja. Alangkah baiknya ucapan terimakasih juga ditujukan ke pemasok yang beretnis Cina dan karyawannya. Dan permintaan maaf harus diterapkan ketika salah satu pedagang berbuat kesalahan tidak hanya menjelaskan alasan-alasannya saja tanpa memperdulikan ucapan maaf. Dengan saling mengucapkan terimakasih setelah transaksi dan saling memaafkan ketika salah satu pihak melakukan kesalannya disertai memperbaikinya serta memberikan senyuman diantara keduanya maka akan timbul rasa lebih saling menghormati. Tidak hanya prinsip etika bisnis yang diterapkan untuk mendapatkan keuntungan, hal-hal sederhana seperti itu juga sangat penting dalam berlangsungnya sebuah hubungan bisnis yang baik dan bertahan lama.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah, Ma'ruf. 2013. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badroen, Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Beekum, Rafik Issa. 1996. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Ghoni, M Djunaidi dan Fauzan al Manshur. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktis, Cet Ke-3, Edisi 1*.^{Jakarta}: Bumi Aksara.
- Kansil, Cristie S.T. 2008. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Magnis, Franz dan Suseno. 1984. *Etika Jawa: Sebuah Analisa Falsafi Tentang Kebijakan Hidup Jawa*. Jakarta: PT Gramedia.

- Masyhuri dan Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dan Aplikatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Prastowo, Andi. 2014. *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Poerwanto. 2018. *New Business Administration Edisi ke-2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Islami.
- Rahardjo, M Dawam. 1990. *Etika Ekonomi Dan Manajemen*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Ridjin, Ketut. 2004. *Etika Bisnis Dan Implementasinya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Ritzer, George. 2012. *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Terjemahan RH Widada dan Eka Adinugraha. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, Veithzal, Amir Naruddin dan Faisar Ananda Arfa. 2012. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujatmiko, Eko. 2014. *Kamus Ips Cet ke-1*. Surakarta: Aksara Sinergi Media.
- Tabroni. 2005. *Etika Spiritual Leadership*. Malang: UMM Press.

Widoyoko, Eko Putro.2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian, Cet ke-1, Jilid 1*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widyahartono, Bob. 1998. *Kongsi & Spekulasi Jaringan Kerja Bisnis Cina, Cet ke-1*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

Yusuf, Muri.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan, Cet Ke-1, Jilid 1*. Jakarta: Prenamedia Group.

B. Skripsi

Khunaefa, Isri. 2017. *Relasi Wirausaha Dengan Pekerja Pada Home Industry Batik Di Kelurahan Pasirkratonkramat Kota Pekalongan Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam*. IAIN Pekalongan

Kurniawan, Freddy. 2011. *Kompetensi Komunikasi Antarbudaya*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

C. Tesis

Hafidz, Muh Syaiful. 2015. *Relasi Bisnis Komunitas Muslim Jawa Dengan Komunitas Tionghoa Di Kota Pekalongan*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Shultoni, M. 2006. *Etika Bisnis Di Komunitas Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Yogyakarta*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

D. Disertasi

Susminingsih. 2015. *BERKAH LAN SANGGAN (Pragmatisme Religiusitas Pada Hubungan Kerja Industri Batik Di Kota Pekalongan)*. UIN Yogyakarta.

E. Jurnal

Andriati, Retno. 2012. *Kebijakan Dan Jaringan Bisnis Cina Dari Jaman Ke Jaman Di Indonesia*. Bio Kultur.

Atabik, Ahmad. 2016. *Percampuran Budaya Jawa Dan Cina*. UIN Walisongo Semarang.

Pitoyo, Djoko. 2008. *Tuna Satak Bathi Sanak (Kearifan Jawa Dalam Etika Bisnis)*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

Siregar, Rosnani. 2015. *Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen*. IAIN Padangsidempuan

F. Laporan Hasil Penelitian

_____. 2011. *Trust Building Dan Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa-Arab-Cina Di Kota Pekalongan*. IAIN Pekalongan.

G. Lembaga Pemerintah

Kantor Dindagkop & UKM Kota Pekalongan. Jumlah UMKM & Tenaga Kerja UMKM Sesuai Kriteria pada UU NO. 20 Tahun 2008 Kota Pekalongan.

H. Online

<http://blog.mokapos.com/2015/08/13/5-keuntungan-dalam-membangun-jaringan-dan-relasi-dalam-bisnis/> Diakses tanggal 12 Oktober 2018

<http://pengertianaja.blogspot.com/2018/02/pengertian-relasi-menurut-para-ahli/> Diakses tanggal 17 Oktober 2018.

Kuncono, Ongky Setio. <https://zokoren.wordpress.com/2011/10/16/etika-bisnis-di-cina/> (Diakses tanggal 10 Februari 2019)



DARTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Nurul Syahru Karima
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 20 Februari 1995
Alamat : Kertijayan Gg. 9 B Rt/Rw. 23/08
Kec. Buaran Kab. Pekalongan

Riwayat Pendidikan :

MIS Wonoyoso Lulus 2008

MTSs Wonoyoso Lulus 2011

MAN 2 Pekalongan Lulus 2014

IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S. 1 Ekonomi
Syariah angkatan 2014

B. DATA ORANG TUA

1. Ayah Kandung

Nama Lengkap : Khaeron
Pekerjaan : Wiraswasta
Agama : Islam
Alamat : Kertijayan Gg. 9 B Rt/Rw. 23/08
Kec. Buaran Kab. Pekalongan

2. Ibu Kandung

Nama Lengkap : Musanah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Agama : Islam
Alamat : Kertijayan Gg. 9 B Rt/Rw. 23/08
Kec. Buaran Kab. Pekalongan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **NURUL SYAHRU KARIMA**
NIM : **2013114077**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“RELASI BISNIS PEDAGANG ETNIS CINA DENGAN ETNIS JAWA MUSLIM
(STUDI KASUS ETIKA PERDAGANGAN BATIK DI KOTA PEKALONGAN)”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, April 2019



NURUL SYAHRU KARIMA
NIM : 2013114077

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

