

**ETIKA BISNIS PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DI PASAR GANTUNG
KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

Oleh:

Hari Trianto dan Nur Hidayah, M.Si

E-mail: ht087896473653@gmail.com

Pendidikan Sosiologi-Fakultas Ilmu Sosial-Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Pasar Gantung merupakan sebuah pasar yang terletak di Desa Lenggang, Kecamatan Gantung Kabupaten Belitung Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis pedagang beretnis Tionghoa serta mengkaji bagaimana nilai-nilai ajaran Konghucu mendorong terbentuknya etika bisnis tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang dipilih ialah *purposive sampling*. Validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang etnis Tionghoa ialah otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan integritas moral, sedangkan ajaran Konghucu melalui sabda-sabda suci di dalam kitab suci umat Konghucu dan pokok ajaran prinsip 5 kebajikan yaitu *Ren* (Cinta kasih), *Yi* (kebenaran), *Li* (kesusilaan), *Zhi* (kebijaksanaan) dan *Xin* (dapat dipercaya) telah menjadi sumber nilai penting dalam membentuk etika bisnis yang baik bagi pedagang beretnis Tionghoa dalam menjalankan usahanya serta memberikan sumbangsih dalam mendorong munculnya semangat kapitalisme, khususnya bagi pedagang beretnis Tionghoa yang ada di Pasar Gantung.

Kata Kunci : Etika Bisnis, Pedagang Etnis Tionghoa, Ajaran Konghucu

**BUSINESS ETHICS ETHNIC CHINESE TRADERS IN THE MARKET HANGING
EAST BELITUNG DISTRICT**

By:

Hari Trianto and Nur Hidayah, M.Si

E-mail: ht087896473653@gmail.com

Sociology Education-Faculty of Social Science-State University of Yogyakarta

ABSTRACT

The Gantung market is a market which located in the village of Lenggang, Gantung subdistrict, district East Belitung Regency. This research aims to know the principles of business ethics as well as ethnic Chinese traders examine how the values of the teachings of Confucianism encourages the formation of the business ethics. This research uses qualitative research methods. Engineering data collection using the method of observation, interview and documentation. The selected sampling technique is the purposive sampling. The validity of the data using a triangulation source. The results showed that business ethics principles applied by ethnic Chinese merchants is autonomy, honesty, justice, mutual benefit and moral integrity, whereas the teachings of Confucianism through the Holy Word in the scripture of Confucianism and the sacred teachings of principle 5 virtues namely Ren (love), Yi (righteousness), Li (decency), Zhi (wisdom) and Xin (trustworthy) has become an important source of value in the form of business ethics is good for ethnic merchants Chinese in running its business as well as provide a contribution in encouraging the emergence of the spirit of capitalism, especially for merchants of Chinese that existed in the market of Gantung.

Keywords: *Business Ethics, Ethnic Chinese Traders, The Teachings Of Confucianism*

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki pluralitas tinggi dengan berbagai suku, agama, rasa, bahasa dan lain sebagainya. Dalam konteks etnis sosial tertentu, yaitu mengenai etnis Tionghoa adalah salah satu etnis yang keberadaannya tersebar di banyak tempat di negara ini dan hidup berdampingan dengan masyarakat sekitar di wilayah mereka berdiam tersebut, hal ini membuat mereka dikenal cukup familiar oleh banyak masyarakat, baik dari segi kebudayaannya maupun watak khas dari golongan ini (Tan, 1979).

Masyarakat Tionghoa biasa ditemui dengan pola permukiman yang mengelompok yang oleh masyarakat Indonesia lain dikenal dengan sebutan *Pecinan*. Etnis ini juga sering dijumpai pada wilayah yang bersifat urban atau perkotaan. Menurut Hartono (1996) hal ini erat kaitannya dengan pengaruh politis dari pemerintahan Belanda yang dulu pernah menguasai nusantara. Pihak Belanda dengan sengaja memanipulasi bangsa Tionghoa sebagai pihak perantara perdagangan dengan kaum pribumi untuk mendukung kepentingan ekonomi mereka. Bahkan demi kepentingan itu

dirumuskan kebijakan-kebijakan yang membatasi pergerakan mereka, untuk bermobilisasi ke daerah non-urban (Tan 1979).

Pasca negara Indonesia merdeka, khususnya pada periode pemerintahan Orde Baru, juga turut memberikan andil pada terkonsentrasinya orang-orang Tionghoa di perkotaan dan dalam bidang perdagangan. Orde Baru dengan mengatasnamakan “pembangunan” sebagai jargon politik kemudian juga diketahui melakukan sejumlah upaya penggiringan bagi mereka untuk berfokus hanya pada bidang ekonomi (Nugrahanto, 2007: 33).

Sampai sekarang ini pun orang-orang Tionghoa masih banyak yang tinggal di daerah perkotaan. Tempat bermukim tersebut kemudian diketahui menyebabkan munculnya konsekuensi bagi kehidupan mereka, khususnya pada corak mata pencaharian kedalam pekerjaan yang bersifat perkotaan yakni perdagangan.

Deretan-deretan peristiwa politis telah mempengaruhi mobilitas golongan etnis Tionghoa pada bidang pekerjaan lain. Mereka selalu diperkenankan untuk berselera terhadap bidang ekonomi disertai serangkaian depresi yang memaksa mereka untuk selalu berkecimpung di

dalamnya. Dapat dikatakan kondisi-kondisi tersebut telah bermuara pada totalitas hidup golongan Tionghoa ke bidang perdagangan dan memacu mereka untuk senantiasa mengembangkan potensi berwirausahanya (Rahoyo, 2010).

Berkisar sekitar soal capaian kesuksesan golongan etnis Tionghoa pada bidang bisnis dagang dan pertautannya dengan pengaruh mata rantai historis birokrasi-birokrasi, sejatinya bukanlah semata faktor penyebabnya. Ada faktor lain yang turut berkontribusi menjadi latar belakang pencapaian mereka tersebut, yaitu faktor budaya dari etnis Tionghoa itu sendiri. Menurut Widyahartono (2004) orang Tionghoa dalam konsep memanajemeni dan praktek menjalankan usahanya sangat berhubungan dengan aspek budayanya, karena budaya merupakan dasar bagi sistem nilai seseorang, yang pada gilirannya diwujudkan dalam pola perilaku. Kemudian ia lebih jauh menjelaskan bahwa untuk memahami manajemen gaya Tionghoa tidaklah bisa dilakukan secara instan. Kita juga perlu mengkaji sembari menggali hubungannya dengan baik itu etos maupun etikanya dalam menjalankan usaha dengan aspek kepercayaan

tradisionalnya, yaitu ajaran Konghucu.

Hasil beberapa penelitian ilmiah terdahulu yang dilakukan di beberapa daerah di Indonesia juga menguatkan bahwa memang ajaran Konghucu ternyata memiliki pengaruhnya tersendiri bagi pedagang bangsa Tionghoa, khususnya dalam mendorong terbentuknya etika bisnis yang khas bagi mereka dalam urusan menjalankan usahanya. Priscillia Widya Saskia (2014) dalam skripsinya yang mengkaji tentang pengusaha etnis Tionghoa yang ada di Kota Surakarta menemukan keterkaitan yang tidak bisa dipisahkan dengan aspek kepercayaan Konfusianisme, kemudian ia menyimpulkan bahwa prinsip 5 kebajikan, yaitu *Ren* (cinta kasih), *Yi* (kebenaran), *Li* (kesusilaan), *Zhi* (kebijaksanaan), dan *Xin* (dapat dipercaya) telah menjadi basis terbentuknya etos kerja yang baik.

Muhammad Yusuf (2011) di dalam penelitian juga menunjukkan hasil bahwa memang terdapat pengaruh dari ajaran konfusianisme yang dipegang dalam membentuk etika bisnis yang baik yang mengandung etos kerja, kerja keras, sikap hemat, kejujuran dan kepercayaan. Mereka pun

menjalankan bisnis dengan disiplin yang tinggi, percaya diri, rajin tekun dan kerja keras.

Hal inilah yang kemudian menguatkan minat peneliti untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji seperti apa prinsip-prinsip etika bisnis yang dimiliki oleh para pedagang Tionghoa yang ada di Pasar Gantung dalam menjalankan usahanya, serta mengkaji bagaimana nilai-nilai ajaran Konghucu memberikan sumbangsih terhadap terbentuknya etika bisnis pada pedagang beretnis Tionghoa yang ada di Pasar Gantung Belitung Timur tersebut.

B. KAJIAN PUSTAKA

Etnis Tionghoa secara familiar memang dikenal oleh banyak orang sebagai suatu kelompok yang identik dengan hal-hal yang bersifat ekonomis. Pada orang-orang dilingkungan sekitar pun kita akan dengan mudahnya mendapatkan berbagai anggapan-anggapan tentang mereka, seperti mereka diidentikkan dengan suka berbisnis, pintar dalam manajemen keuangan, berpenghasilan besar, tegas, serius dan sebagainya.

Kenyataan ini tidak mengherankan jika mengkaji rekam jejak sosial-historis kedatangan

mereka ke nusantara, yang mana tidak terlepas dari kepentingan ekonomi, yaitu kepentingan menyangkut perihal berdagang yang menurut Nugrahanto (2007) tercatat kurang lebih pada abad ke 15 silam lewat ekspedisi laksamana Cheng Ho sudah mulai terjadi hubungan bilateral antara dua bangsa besar ini dan melalui proses tersebut orang-orang bangsa Tionghoa mulai mendiami pusat-pusat perdagangan diberbagai titik wilayah kerajaan dan juga teritorial yg dekat dengan akses perdagangan. Selain itu juga terdapat perkawinan antara orang-orang Tionghoa dengan etnis pribumi nusantara yang juga turut menjadi faktor yang ikut menyebabkan hangatya hubungan antara dua bangsa ini.

Analisis mengenai terbentuknya suatu konsentrasi bidang gelutan mata pencaharian hidup yang mereka jalani ini tidak sebatas disitu. Ada sebab-sebab lain yang turut berpengaruh besar, yakni oleh karena akibat-akibat politik yang menyebabkan serangkaian proses saling kait-mengait hingga memaksa perjalanan mereka pada suatu jalur tertentu. Pada saat masa penjajahan Belanda, kepentingan pihak Belanda akan eksploitasi ekonomi telah menempatkan serta memastikan

mereka pada sebuah peranan dan kedudukan ekonomis, yaitu sebagai jembatan transaksi jual-beli. Mereka bahkan dengan sengaja telah melakukan segenap upaya pengekangan terhadap mobilitas gerak komunitas ini agar tetap berada di wilayah urban, yang mana kemudian hal ini memberikan konsekuensi bagi mereka, berupa pengaruh pada corak mata pencaharian yang bersifat perkotaan, yaitu bidang perdagangan. Atas hal itu tak ayal saat itu dikeluarkan cukup banyak kebijakan politik yang secara khusus tertuju untuk komunitas Tionghoa di berbagai daerah. Pada Tahun 1816 diadakan peraturan surat jalan, yang mengharuskan orang-orang Tionghoa memperoleh izin untuk tiap bepergian dan pada tahun 1854 semua orang Tionghoa diharuskan tinggal di daerah-daerah tertentu di kota-kota tertentu (Tan, 1979: xii).

Berkaitan dengan hal ini pada kurun waktu orde baru berkuasa Nugrahanto (2007: 30) menyebutkan bahwa Orde Baru dengan mengatasnamakan “pembangunan” sebagai jargon politik juga kemudian mendiskriminasi keturunan Cina dari bidang budaya, politik, dan sosial. Lalu menggiring mereka untuk berfokus hanya pada bidang ekonomi.

Dengan menggandeng isu komunis dan identitas mereka mendapat perlakuan yang sulit untuk melamar pekerjaan di berbagai instansi pemerintah, belum lagi hambatan yang bernuansa status sosial dan *stereotype* dari masyarakat luas kepada mereka. Semakin menyulitkan mereka untuk mencari pekerjaan diluar perdagangan. Inilah yang turut menyebabkan suatu realitas bahwa mereka cenderung hidup mengelompok dan berada di wilayah yang bersifat urban atau perkotaan, karena wilayah tersebut memberikan kondisi yang ideal bagi pekerjaan yang bersifat perniagaan.

Masa penjajahan Belanda dan rezim orba adalah masa yang signifikan mempengaruhi terkonsentrasinya komunitas ini hanya pada pekerjaan berdagang. Mereka seolah diperkenankan untuk berselera terhadap bidang perdagangan. Namun, walaupun mereka menjalani kehidupan sosial, politik, dan budaya yang tertekan, akhirnya membuat mereka menggeluti bidang tersebut secara totalitas dan serius serta mampu berhasil dan maju pesat.

Lebih lanjut mengenai kepiawaian etnis Tionghoa dalam bidang perdagangan, khususnya memahami manajemen gaya Tionghoa, tidaklah

bisa dilakukan secara instan. Kita juga perlu mengkaji sembari menggali hubungannya dengan baik itu etos maupun etikanya dalam menjalankan usaha dengan aspek kepercayaan tradisional. Orang Tionghoa dalam konsep memanajemeni dan praktek menjalankan usahanya sangat berhubungan dengan aspek budayanya, karena budaya merupakan dasar bagi sistem nilai seseorang, yang pada gilirannya diwujudkan dalam pola perilaku, lebih tepatnya yakni tertuju pada kepercayaan Konghucu (Widyahartono, 2004).

Praktek bisnis atau perilaku ekonomi bangsa Tionghoa yang memiliki sambung kait yang erat dengan kaidah-kaidah ajaran tradisionalnya telah mereka mereka menjadi pengusaha ataupun pedagang yang cukup sukses dengan membentuk sikap-sikap kewirausahaan yang baik sehingga mereka senantiasa menjaga keberlangsungan jalannya usaha yang mereka kelola dan secara konsisten mendapatkan keuntungan, dan juga secara tidak langsung menghindari usahanya dari resiko kebangkrutan (Nazwar, 2016: 362).

Hal inilah yang membuat mereka mampu mencapai kemapanan dalam menjalankan usahanya dan meraih

capaian yang sukses diberbagai tempat di Indonesia. Termasuk pada daerah pulau Bangka-Belitung khususnya pada wilayah Kabupaten Belitung Timur pada sektor perdagangan mereka memiliki pengaruh tersendiri disini, maka tidak heran bila kita menyempatkan untuk mengunjungi beberapa pasar yang terdapat di Belitung Timur maka akan dengan mudah kita akan menjumpai toko-toko yang dimiliki oleh mereka.

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi utama penelitian yaitu Pasar Gantung yang berada di Kecamatan Gantung Kabupaten Belitung Timur. Alasan dipilihnya Pasar Gantung sebagai lokasi penelitian adalah dikarenakan pasar ini merupakan salah satu tempat berkumpulnya pedagang etnis Tionghoa dari beberapa daerah di pulau Belitung, selain itu berdasarkan survei secara langsung yang dilakukan oleh peneliti, kawasan ini menunjukkan realitas dominasi pedagang dari etnis Tionghoa secara kuantitas.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober-November 2017

3. Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2011: 6).

4. Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui observasi maupun wawancara dengan informan. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2011: 132).

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung

memberikan data kepada pengumpul data.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Secara umum data yang didapat melalui observasi terdiri dari pemerian rinci tentang kegiatan, perilaku, tindakan orang-orang, serta jugakeseluruhan kemungkinan interaksi interpersonal dan proses penataan yang merupakan bagian dari pengalaman manusia yang dapat diamati (Suyanto & Sutinah, 2010: 168).

b. Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai cara untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka, namun demikian, teknik wawancara ini dalam perkembangannya tidak harus dilakukan secara berhadapan langsung, melainkan dapat saja dengan memanfaatkan sarana komunikasi lain, misalnya telepon dan internet (Suyanto & Sutinah, 2010: 70).

c. Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada berkas-berkas yang dicari oleh peneliti dan bertujuan sebagai penunjang data tambahan selain yang diperoleh dari informan primer maupun informan sekunder (Moleong: 2011: 160).

6. Teknik Pengumpulan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Idrus (2007: 121) *purposive sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti jika memiliki pertimbangan - pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya.

7. Validitas Data

Validitas Data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik triangulasi digunakan oleh peneliti dalam rangka upaya mendukung adanya data yang valid dan reliabel dari lapangan.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data terdapat empat komponen. Keempat komponen menurut Milles dan Hubberman adalah:

- a. Pengumpulan data
- b. Reduksi data

c. Penyajian data

d. Penarikan kesimpulan

D. PEMBAHASAN

1. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis yang dimiliki Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Gantung

Berikut ini akan diuraikan seperti apa prinsip-prinsip dari etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang beretnis Tionghoa yang berada di Pasar Gantung.

a. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi menurut Keraf (dalam Agoes & Ardana, 2014) ialah suatu prinsip yang menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan dan tanggung jawab. Pedagang beretnis Tionghoa di Pasar Gantung memiliki cara tersendiri dalam menjalankan roda bisnisnya, mereka umumnya menjalankan usahanya tanpa membutuhkan bantuan dari tenaga tambahan atau karyawan. Memang sedari dulu pedagang-pedagang Tionghoa yang ada di berbagai daerah di pulau Belitung termasuk di wilayah Pasar Gantung memang lebih mengutamakan untuk

memberdayakan peran aktif anggota keluarga didalam menjalankan usahanya, sehingga hal ini pula yang menurut beliau menyebabkan tetap terjaganya kepriawaian etnis-etnis Tionghoa dalam dunia perdagangan, oleh karena pelibatan-pelibatan anggota keluarga dalam praktik berbisnis mampu menjadi sebuah wahana pembelajaran bagi anak-anaknya mengenai seputar dunia berdagang

Hal lain yang mengunsurkan sikap otonomi yang ada pada pedagang beretnis Tionghoa yang ada di Pasar Gantung ialah tercermin pada jenis barang-barang yang mereka jual yang merupakan barang-barang yang tidak menyentuh isu sensitif secara normatif bagi masyarakat di sekitar tempat mereka membuka usaha misalnya seperti minuman keras. Karena barang-barang dagangan semacam minuman keras adalah suatu barang yang melanggar norma masyarakat sekitarnya yang

mayoritasnya memiliki budaya bernafaskan islami.

b. Prinsip Kejujuran

Pedagang beretnis Tionghoa di Pasar Gantung juga memegang prinsip kejujuran yang tinggi. Kejujuran bagi mereka merupakan modal utama dalam berdagang karena dengan kejujuranlah mereka bisa membangun kepercayaan kepada pembeli untuk terus berlangganan kepadanya.

Mereka tidak meremehkan prinsip kejujuran dalam berbisnis, karena bukan saja hanya membuat pelanggan yang sudah pernah mendapat kesan kekecewaan atas perbuatan atas ketidakjujuran mereka berpindah ketempat lain, namun juga bisa menjangkit ke pelanggan-pelanggan lain dari mulut ke mulut, ini jelas lambat laun akan mematikan usaha mereka sendiri jika pelanggan yang datang ke tokonya berkurang secara konsisten kendati secara perlahan.

c. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan merupakan salah satu prinsip yang paling penting dalam praktek bisnis yang dilakukan oleh pedagang Tionghoa di Pasar Gantung. Prinsip keadilan bisa dilihat dari mekanisme pemberian gaji, dimana gaji karyawan laki-laki akan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan gaji karyawan perempuan, titik tolak dari pembedaan ini adalah dari segi beban kerja yang diemban oleh masing-masing. Karyawan perempuan lebih berfokus untuk pekerjaan yang hanya sebatas melayani pembeli yang datang, berbeda dengan karyawan laki-laki yang biasanya lebih mengambil bagian kerja untuk urusan angkat-muat barang bila saat ada barang dari distributor yang datang, maupun pada saat mengantar barang ke tempat pelanggan bila ada yang membeli barang dalam jumlah banyak. Disamping itu pun karyawan laki-laki dalam hal waktu kerja seringkali melewati batas jam

kerjanya, entahkah itu karena masih mengurus urusan bongkar barang dari distributor ke gudang toko maupun dalam urusan mengantar barang ke tempat pelanggan.

d. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip lainnya dalam konsep berdagang yang diterapkan oleh etnis Tionghoa yang berdagang adalah prinsip saling menguntungkan. sikap yang mengedepankan prinsip saling menguntungkan nampak dari tindakan memberikan potongan harga dan penerapan sistem tawar-menawar kepada pembelinya pada saat transaksi jual-beli.

Prinsip mutualisme juga mereka terapkan dalam membina jaringan dagang dengan mitra bisnisnya. Lewat proses wawancara diketahui mereka selalu berusaha untuk menepati perjanjian dan juga memenuhi setiap kesepakatan, seperti misalkan tepat waktu dalam membayar setoran ke agen distributor barangnya dan membayarkan nominal sesuai kesepakatan harga awal.

e. Prinsip Integritas Moral

Prinsip integritas moral dalam menjalankan bisnis yang dicerminkan oleh pedagang Tionghoa terlihat melalui cara melayani pembeli yang datang kepadanya. Mereka melayani pembeli dengan senantiasa bertutur kata yang baik, ramah serta sopan.

Perilaku bisnis secara bermoral juga di tunjukkan pedagang Tionghoa dalam penetapan keuntungan pada setiap barang yang dijualnya. Pedagang Tionghoa rata-rata menjual barang dengan harga yang lebih murah dari harga secara umumnya, mereka juga menaruh harga yang sesuai dengan nilai kualitas yang terkandung didalam barang tersebut, jika barangnya memang berkualitas tinggi maka harga juga otomatis akan menyesuaikan, begitu pula dengan sebaliknya.

2. Ajaran Konghucu yang Menjadi Basis Terbentuknya Etika Bisnis pada Pedagang Beretnis Tionghoa di Pasar Gantung

^ Berikut akan dipaparkan beberapa nilai-nilai ajaran Konghucu yang mempengaruhi penganutnya dalam aktivitas berdagang.

a. Kejujuran dan Tidak Merugikan Orang Lain

Kejujuran merupakan nilai yang utama yang ditekankan dari ajaran Konghucu. Nilai kejujuran dan tidak berbuat jahat kepada orang lain merupakan suatu nilai yang utama dari ajaran Konghucu dan dikenal menjadi hal yang pokok pula dalam mengiringi setiap kegiatan perdagangan dalam orang-orang Tionghoa sejak dulu.

Ajaran dari 5 kebajikan yang dijadikan sumber pembentuk prinsip kejujuran dan tidak berlaku curang atau merugikan orang lain ini adalah *Sin* yaitu dapat dipercaya dan *Yi* atau *Gi* yaitu gigih membela kebenaran. Mendeteksi sumber lain yang berbicara pentingnya nilai-nilai kejujuran dan tidak merugikan orang lain dalam ajaran Konghucu, kita juga dapat menemukannya pada beberapa ayat-ayat pada kitab

suci ajaran Konghucu, dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa salah satu kitab yaitu kitab "Sumber Perasaan Nabi (*Sen Njari Kok*)" memang memuat nilai-nilai tersebut.

b. Bijaksana dan Bermoral

Ajaran Konghucu juga memotivasi kepada penganutnya untuk senantiasa bersikap dan bertingkah laku bijak dan bermoral kepada orang lain agar tercipta suasana yang harmonis didalam setiap interaksinya. Termasuk dalam kegiatan berdagang mereka selalu berusaha melayani pembelinya dengan sepenuh hati dengan wujud seperti bertutur kata yang ramah, bersopan santun, dan senyum sehingga membuat pelanggannya mendapatkan kesan yang baik dan selalu senang untuk datang berbelanja kepadanya.

Pokok-pokok ajaran Konghucu dari 5 kebajikan atau *Wu Chang* yang berkaitan erat dengan munculnya nilai tersebut adalah *Ren/ Jin* yang berarti cinta kasih, *Li/ Lee*

yang berarti sopan santun, tata karma atau budi pekerti dan *Ce/ Ti* yang berarti bijaksana (Husin, 2014).

c. Rajin dan Bekerja Keras

Rajin dan bekerja keras merupakan salah satu hal yang penting bagi pedagang etnis Tionghoa dalam menjalankan usaha, karena dengan prinsip tersebutlah peluang menghantarkan usahanya pada pintu kemajuan bisa terbuka lebar.

Mereka menganggap pekerjaan berdagang ini bukan pekerjaan yang cuma sepele, karena dari usaha tersebutlah mereka menggantungkan sumber pendapatan nafkahnya dan mereka pun menaruh harapan dari situ kelak bisa menjamin kehidupan yang mapan dihari tuanya. Selain itu jika kita menelusuri ajaran Konghucu, ternyata didalamnya juga terdapat ajaran yang menggariskan pentingnya nilai untuk rajin dan bekerja keras dalam mencari rezeki di dunia ini, hal ini terbukti dengan ditemuinya petikan-petikan ayat atau

sabda suci Kong Fu Tze pada kitab "Sumber Perasaan Nabi (*Sen Njari Kok*)" yang ditemui oleh peneliti yang memuat nilai-nilai yang berhulu pada terbentuknya prinsip rajin dan bekerja keras dalam mencari rezeki atau bekerja.

d. Kesederhanaan dan Kesabaran

Orang Tionghoa dalam menjalankan bisnisnya yang sejalan dengan ajaran Konghucu adalah nilai kesederhanaan. Berdasarkan pengamatan, peneliti melihat bahwa pedagang-pedagang Tionghoa juga memiliki gaya hidup yang sederhana dalam menjalankan usahanya, hal ini terlihat dari pola mereka dalam berbusana. Selain itu, pengejawantahan nilai-nilai kesederhanaan juga terlihat dari pola penggunaan hasil keuntungan toko yang mereka dapatkan, mereka selalu penuh perhitungan dan bijak dalam menggunakan hasil keuntungan yang diperoleh, bukan untuk difoya-foayakan, namun untuk ditabung sebagai usaha mengantisipasi jika

suatu saat menghadapi situasi yang sulit dan diluar dugaan.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu pedagang beretnis Tionghoa di Pasar Gantung dalam menjalankan usahanya memiliki etika bisnis yang baik yang mengandung prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integritas moral. Selain itu diketahui ternyata ajaran Konghucu memiliki pengaruhnya tersendiri terhadap orientasi perilaku ekonomi dan etika bisnis mereka. Menyelami sambung kait tersebut, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa sabda-sabda suci *Kong Fu Tze* yang terkandung di dalam kitab suci dan pokok-pokok ajaran Konghucu yaitu konsep prinsip 5 kebajikan yang berisi *Ren* (Cinta kasih), *Yi* (kebenaran), *Li* (kesusilaan), *Zhi* (kebijaksanaan) dan *Xin* (dapat dipercaya) telah menjadi sumber nilai penting yang menjadi basis pendorong terbentuknya prinsip-prinsip etika bisnis yang baik bagi pedagang beretnis Tionghoa dalam menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, soekrisno & Ardana, I Cenik. (2014). *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, Chris. (1996). *Orang Tionghoa dan Pekabaran Injil*. Yogyakarta: Taman Pustaka Kristen.
- Idrus, Muhammad. (2007). *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: UII Press.
- Moelong, J. L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Yusuf, Shultoni. (2011). Etika Bisnis Komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta. *Jurnal Religia*. Vol. 14 (1): 57-74.
- Nazwar. (2016). Konsep Ketuhanan (T'ien) dan Relevansinya dengan Pembentukan Etos Kerja dalam Ajaran Kong Hu Cu (Konfusius). *Jurnal Intizar*. Vol. 22 (2): 349-364.
- Nugrahanto, Widy. (2007). *Bertahan di Perantauan: Wacana Cina-Muslim di Nusantara*. Bandung: Uvula Press.
- Priscillia Saskia, Widya. (2014). Etos Kerja Berbasis Konghucu (Konfusianisme) Pengusaha Tionghoa di Kota Surakarta. *Skripsi S1*. Tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Rahoyo, Stefanus. (2010). *Dilema Tionghoa Miskin*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Suyanto, Bagong & Sutinah. (2010). *Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Tan, Mely. (1979). *Golongan Etnis Tionghoa di Indonesia: Suatu Masalah Pembinaan Kesatuan Bangsa*. Jakarta: LEKNAS-LIPI dan Yayasan Obor Indonesia.
- Widyahartono, Bob. (2004). *Bangkitnya Naga Besar Asia: Peta Politik, Ekonomi, dan Sosial China Menuju China Baru*. Yogyakarta: Andi Offset.