

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan beragam etnis dan budaya, tercatat ada lebih dari 300 kelompok etnik atau suku bangsa di Indonesia (*Suku Bangsa di Indonesia*, 2019). Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi :

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا

إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَنُّكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Dari sekian banyak etnis di Indonesia, ada satu etnis yang dikenal pandai berdagang atau berbisnis, etnis tersebut tidak lain dan tidak bukan adalah etnis Cina atau etnis Tionghoa. Hal yang paling menarik dari etnis Tionghoa ini adalah meskipun mereka merupakan kaum minoritas di Indonesia, namun mayoritas dari mereka adalah pebisnis yang ulung dan sukses.

Istilah Tionghoa atau *Tionghwa* itu sendiri sebenarnya merupakan istilah yang dibuat oleh orang keturunan Cina di Indonesia, yang berasal dari kata *Zhonghua/Chung Hwa* dalam Bahasa Mandarin (Sitorus, 2018, hal. 1). Istilah Tionghoa digunakan sebagai penyebutan atas orang keturunan Cina sehingga

yang dimaksud dengan orang Tionghoa adalah orang keturunan Cina. Istilah Tionghoa digunakan karena istilah lama Tjina (Cina) mulai dianggap sebagai istilah yang berkaitan dengan status rendah dan menjadi target gerakan nasionalis Tionghoa. Dalam konteks tersebut, orang Tionghoa di Hindia Belanda akan merasa dihina (Sitorus, 2018, hal. 2).

Adapun awal mula masuknya orang Tionghoa ke Indonesia adalah melalui jalur perdagangan. Proses masuknya orang Tionghoa ke Indonesia ini berlangsung selama kurang lebih tiga setengah abad lamanya. Prosesnya berlangsung sejak abad ke-16 hingga menjelang akhir abad ke-19 (Ode, 1997, hal. 98).

Orang Tionghoa bermigrasi ke Indonesia dalam bentuk kelompok-kelompok kecil, yang berasal atau terdiri dari beberapa suku bangsa dari dua provinsi di Cina. Kedua provinsi itu adalah Provinsi Fukien dan Kwangtung. Setiap imigran Tionghoa yang bermigrasi ke Indonesia, membawa adat istiadat dan kebudayaan suku bangsa masing-masing yang ditandai oleh perbedaan bahasa yang mereka gunakan (Ode, 1997, hal. 97). Setiap satu suku bangsa berkomunikasi dengan bahasa suku bangsanya. Bahasa-bahasa itu ialah bahasa *Hokkien*, *Hakka*, dan *Kanton* (Ode, 1997, hal. 98).

Seiring dengan berjalannya waktu, mulai terbentuklah pemukiman masyarakat Tionghoa di Indonesia. Hampir sebagian besar pemukiman masyarakat Tionghoa di Indonesia terbentuk akibat proses aktivitas perdagangan. Hal ini nampak di Jawa, Sulawesi, dan sebagian besar wilayah Sumatera (Wibowo, 2000, hal. 195).

Berdasarkan sensus penduduk tahun 2010, jumlah penduduk etnis Tionghoa di Indonesia telah mencapai angka 1,2 % dari populasi total penduduk Indonesia. Ini berarti, ada sekitar 2,8 juta jiwa penduduk etnis Tionghoa di Indonesia (*Suku Bangsa di Indonesia*, 2019). Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 1.1

## JUMLAH PENDUDUK TIONGHOA DI INDONESIA TAHUN 2010

| No | Provinsi         | Jumlah Penduduk Tionghoa |
|----|------------------|--------------------------|
| 1  | Aceh             | 9.620                    |
| 2  | Sumatera Utara   | 340.320                  |
| 3  | Sumatera Barat   | 10.799                   |
| 4  | Riau             | 101.864                  |
| 5  | Jambi            | 37.246                   |
| 6  | Sumatera Selatan | 72.575                   |
| 7  | Bengkulu         | 2.890                    |
| 8  | Lampung          | 39.979                   |
| 9  | Bangka Belitung  | 99.624                   |
| 10 | Kepulauan Riau   | 128.704                  |
| 11 | DKI Jakarta      | 632.372                  |
| 12 | Jawa Barat       | 254.920                  |
| 13 | Jawa Tengah      | 139.878                  |
| 14 | DI Yogyakarta    | 11.545                   |
| 15 | Jawa Timur       | 244.393                  |
| 16 | Banten           | 183.689                  |
| 17 | Bali             | 14.970                   |

|    |                    |         |
|----|--------------------|---------|
| 18 | NTB                | 7.388   |
| 19 | NTT                | 8.039   |
| 20 | Kalimantan Barat   | 358.451 |
| 21 | Kalimantan Tengah  | 5.130   |
| 22 | Kalimantan Selatan | 13.000  |
| 23 | Kalimantan Timur   | 32.757  |
| 24 | Sulawesi Utara     | 8.532   |
| 25 | Sulawesi Tengah    | 12.520  |
| 26 | Sulawesi Selatan   | 43.846  |
| 27 | Sulawesi Tenggara  | 2.890   |
| 28 | Gorontalo          | 1.219   |
| 29 | Sulawesi Barat     | 660     |
| 30 | Maluku             | 4.556   |
| 31 | Maluku Utara       | 2.304   |
| 32 | Papua Barat        | 2.425   |
| 33 | Papua              | 3.405   |

**Sumber:** Data BPS Tahun 2010 (Tan, 2016)

Sementara untuk Kalimantan Selatan sendiri, orang Tionghoa sudah datang ke Kalimantan Selatan pada abad ke-14 (Hikayat Banjar). Dalam sebuah catatan Kronik Cina *Buku 323 Sejarah Dinasti Ming (1368-1643)* menyebutkan tentang keberadaan Kesultanan Banjar pada masa Sultan Hidayatullah I (raja Banjar muslim ke-3) yang menunjukkan kunjungan pedagang Tionghoa sekurang-kurangnya sudah terjadi pada masa raja tersebut.

Pedagang-pedagang Tionghoa mendatangi negeri Banjar untuk keperluan memperoleh lada pada pertengahan pertama abad ke-17, setelah diusir oleh

saingan mereka Belanda dan Inggris. Ketika itu mereka diberitahu tentang kemungkinan melakukan perdagangan lada di negeri Banjar oleh orang-orang Portugis di Macao. Mereka kemudian datang dengan *jung-jung* mereka, setiap tahun secara teratur datang sebanyak empat sampai tiga belas buah dari pelabuhan Amoy, Kanton, Ningpo, dan Macao. Para nakhoda disambut dengan senang di Kayu Tangi (Martapura) dan Tatas (Banjarmasin) oleh orang-orang Banjar, karena mereka membawa sejumlah barang kesukaan penduduk setempat. Berbagai macam barang terdiri dari sutera kasar dan halus, teh, kamper, garam, perkakas tembaga, barang-barang porselen dan lain sebagainya yang dapat ditukar dengan lada, emas, sarang burung, dan barang hasil daerah Banjar lainnya (*Tionghoa Parit, 2019*).

Uraian di atas merupakan fase awal kedatangan orang Tionghoa ke Tanah Banjar. Gelombang kedatangan selanjutnya terjadi pada paruh kedua abad ke-19. Karena adaptasi, kesetiaan, dan kemauan untuk memperbaiki diri (terutama menyangkut pelayaran), mereka berhasil merebut kedudukan para pedagang Bugis yang kala itu mendominasi perdagangan ekspor tradisional.

Gelombang berikutnya muncul pada awal abad ke-20. Berbeda dengan sebelumnya yang mengandung motif ekonomi sangat kuat, sebagian pendatang dari fase ini memiliki motivasi khusus di dunia pengajaran. Mereka adalah guru dimana diantaranya ada yang mengajar di Ma Hua, sekolah dengan bahasa pengantar bahasa Cina di Jalan Martapura (kini Jalan Veteran), Banjarmasin. Sepertinya mereka adalah revolusioner pendukung Sun Yat Sen yang terkait dengan gerakan Nasionalisme Tiongkok. Gejala tersebut muncul di kota-kota

Hindia Belanda sejak awal tahun 1900-an. Gerakan yang bertujuan untuk membangkitkan kesadaran nasional di kalangan etnis Tionghoa di Hindia Belanda ini dipelopori oleh (Tiong Hoa Hwee Koan) THHK, sebuah perkumpulan Tionghoa yang menuntut persamaan hak antara orang Tionghoa dengan Belanda.

Fase kedatangan selanjutnya terjadi pada masa awal Republik. Arus kedatangan terjadi ketika Orde Lama menerapkan peraturan bagi orang Tionghoa untuk tinggal di perkotaan. Itu menyebabkan penduduk yang tinggal di wilayah pedesaan terutama dari Kuala Kapuas, Kalimantan Tengah kebanyakan melakukan migrasi ke Banjarmasin.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa masa keberadaan orang Tionghoa di Tanah Banjar cukup lama sehingga membuat sebagian dari mereka tidak lagi dianggap orang Asing . Bahkan kini sebagian besar orang Tionghoa Banjar tidak paham mengenai asal-usul kelompok etnisnya. Sebagian besar hanya paham bahwa mereka adalah peranakan. Berkaitan dengan itu, Onghokham menyatakan bahwa hampir semua peranakan tidak dapat lagi ditelusuri asal-usulnya. Jika asal-usul ini dapat ditelusuri, leluhur mereka tidak akan lebih lampau dari abad ke-18 (Listiana, 2012, hal. 4-5)

Sebagian besar orang Tionghoa Banjar adalah sub-etnis Hok Jia dan sebagian kecil lainnya adalah Hakka. Hok Jia atau Fu atau Fuk Jing lebih populer dengan nama Fuqing atau Hok-Chiang, Hokchia, Hokchew, Foochowese, Fuzhounese atau Hokchiu adalah subetnis yang mengacu pada dialek Fuzhou. Etnis ini berasal dari Shi Fuqing, Gutian dan Pingnan, di tepi laut Tiongkok Selatan, tepatnya selat yang memisahkannya dengan Taiwan sejarak 180 km. Jadi

sub-etnis ini secara antropologis memiliki budaya bahari atau budaya maritim meski secara umum Provinsi Fujian secara topografis benuansa pegunungan. Sub-etnis ini dikenal pula dengan keuletan, kekompakan yang tinggi, dengan kata lain saling membantu terutama dalam hal pemberian modal bagi kelompoknya (Listiana, 2012, hal. 5).

Sebagaimana yang dikemukakan di atas, bahwa hampir semua peranan orang Tionghoa di Kota Banjarmasin saat ini tidak dapat lagi ditelusuri asal-usulnya, jadi sulit untuk memastikan mereka berasal dari generasi dan fase kedatangan yang mana. Kalaupun asal-usul ini dapat ditelusuri, leluhur mereka tidak akan lebih lampau dari abad ke-18. Namun yang pasti, berdasarkan sensus penduduk tahun 2010, presentase jumlah penduduk Tionghoa di Kota Banjarmasin mencapai angka 1,56 % dari total jumlah penduduk kota keseluruhan (*Kota Banjarmasin*, 2019). Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut.

TABEL 1.2

JUMLAH DAN PRESENTASE ETNIS PENDUDUK KOTA BANJARMASIN TAHUN 2010

| No | Suku Bangsa | Jumlah  | Presentase |
|----|-------------|---------|------------|
| 1  | Banjar      | 495.764 | 79,26 %    |
| 2  | Jawa        | 64.212  | 10,27 %    |
| 3  | Madura      | 19.825  | 3,17 %     |
| 4  | Tionghoa    | 9.732   | 1,56 %     |
| 5  | Dayak       | 5.727   | 0,92 %     |
| 6  | Bugis       | 3.742   | 0,60 %     |
| 7  | Sunda       | 2.941   | 0,47 %     |

|   |  |         |        |
|---|--|---------|--------|
| 8 | Batak                                      | 2.354   | 0,38 % |
| 9 | Suku-suku lainnya (Arab, Melayu, Bima dll) | 30.915  | 3,37 % |
|   | Jumlah                                     | 625.481 | 100 %  |

**Sumber** : [https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Banjarmasin](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Banjarmasin) diakses pada tanggal 14 April 2019.

Meskipun penduduk etnis Tionghoa di Kota Banjarmasin merupakan kaum minoritas, namun kenyataannya mereka mampu bersaing bahkan melebihi penduduk etnis Banjar yang beragama Islam dan merupakan kaum mayoritas, khususnya dalam hal bisnis.

Istilah bisnis sendiri berasal dari Bahasa Inggris yaitu "*business*" yang berarti usaha, perdagangan, usaha komersial. Bisnis juga berarti aktivitas guna meningkatkan nilai tambah barang dan jasa (Abdullah, 2014, hal. 1). Dengan demikian, orang yang mampu meningkatkan nilai tambah pada sesuatu barang atau keadaan sehingga memiliki nilai jual atau manfaat yang lebih dari sebelumnya disebut sebagai pebisnis/wirausahawan (*businessman/entrepreneur*) (Muhaimin, Sukses Bisnis Ala Orang Alabio Sebuah Model Penerapan Ekonomi Islam Dalam Bisnis, 2013, hal. 34).

Setiap pebisnis pasti akan dihadapkan pada dua kemungkinan, yaitu keberhasilan atau kegagalan. Keberhasilan di bidang bisnis adalah bila seseorang mempunyai usaha yang dapat menghidupi keluarganya sendiri, terlebih dapat memberikan lapangan kerja bagi orang lain. Sedangkan ketidakberhasilan (kegagalan) di bidang bisnis adalah bila seseorang pernah mempunyai usaha akan tetapi usahanya tersebut tidak berlanjut (bangkrut). Sehingga tidak dapat

menghidupi keluarganya sendiri dan tidak dapat memberikan lapangan kerja bagi orang lain (Muhaimin, Sukses Bisnis Ala Orang Alabio Sebuah Model Penerapan Ekonomi Islam Dalam Bisnis, 2013, hal. 43-44).

Ada beragam konsep keberhasilan dalam dunia bisnis, baik konsep bisnis konvensional maupun konsep bisnis Islami. Keberhasilan bisnis dalam konsep ekonomi konvensional ditandai dengan adanya lima indikator utama, yaitu sebagai berikut:

1. Peningkatan modal kerja,
2. Peningkatan omzet penjualan,
3. Peningkatan pangsa pasar (*market share*),
4. Peningkatan aset,
5. Sustainibilitas bisnis.

Sedangkan indikator keberhasilan bisnis menurut Islam bukan hanya keadaan akumulasi kekayaan. Keberhasilan bisnis dalam Islam juga diukur dari sejauh mana pebisnis dapat memperlakukan harta tersebut sesuai ketentuan Allah Swt. Diantaranya dalam mewujudkan kesalehan sosial, dengan membayar segala kewajiban yang terkait dengan harta seperti zakat, infak, dan sedekah (Muhaimin, Sukses Bisnis Ala Orang Alabio Sebuah Model Penerapan Ekonomi Islami Dalam Bisnis, 2013, hal. 45-49).

Memang tidak dapat dipungkiri dan sudah menjadi realitas bahwa pebisnis Tionghoa kerap mendominasi bidang bisnis di mana saja mereka berada. Walaupun mereka jumlahnya sedikit dan minoritas, tetapi kekuatan ekonomi

dapat mereka kuasai (Muhaimin, Analisis Perbandingan Praktik Etika Bisnis Muslim Banjar dan Etika Cina Di Banjarmasin, 2011, hal. 2).

Hasil penelitian yang dilakukan Dr. Muhaimin, S. Ag., M.A. terkait dengan perbandingan antara praktik etika bisnis orang Tionghoa dan praktik etika bisnis orang muslim Banjar di Kota Banjarmasin, menunjukkan bahwa pebisnis Tionghoa lebih unggul dibanding pebisnis Banjar dalam beberapa hal, yaitu:

1. Mutu atau kualitas barang yang dijual,
2. Ketekunan (kerja keras),
3. Keadilan harga,
4. Keramahan,
5. Sikap hemat.

Sementara itu, pebisnis muslim Banjar lebih unggul dibanding pebisnis Tionghoa dalam hal pengamalan agamanya walaupun lebih merujuk pada bidang ibadah daripada muamalah. Selain itu, pebisnis muslim Banjar juga lebih unggul dari segi keadilan upah dibanding pebisnis Tionghoa (Muhaimin, Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina dan Pebisnis Lokal, 2011, hal. 132-133).

Penelitian Dr. Muhaimin S. Ag., M.A. telah mampu menunjukkan kelebihan yang dimiliki oleh pebisnis Tionghoa di Kota Banjarmasin dalam hal praktik etika bisnis yang mampu membuat mereka meraih keberhasilan bisnis. Namun, bukan hanya etika bisnis saja yang mampu membawa seorang pebisnis menuju jalan kesuksesan bisnis. Ada faktor-faktor lain selain faktor etika bisnis yang mampu membawa seorang pebisnis menuju jalan kesuksesan. Mengutip faktor-faktor keberhasilan bisnis yang ditemukan Dr. Muhaimin S. Ag., M.A.

ketika meneliti rahasia sukses bisnis Orang Alabio, bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis seseorang, faktor-faktor tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Faktor agama,
2. Faktor etika,
3. Faktor sosial budaya,
4. Faktor ekonomi,
5. Faktor psikologis. (Muhaimin, Sukses Bisnis Ala Orang Alabio Sebuah Model Penerapan Ekonomi Islam Dalam Bisnis, 2013, hal. 231).

Selanjutnya, mengingat perbedaan subjek dan lokasi penelitian, bukan tidak mungkin kelima faktor keberhasilan bisnis tadi akan bertambah seiring dengan berjalannya penelitian. Oleh karena itu, kata yang tepat untuk menggambarkan lima faktor keberhasilan bisnis serta hal-hal lain yang mampu mempengaruhi keberhasilan bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin adalah kata “kiat”. Kata “kiat” sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berarti: akal (cara melakukan); taktik; rahasia. Kemudian kalau kita sandingkan kata kiat dengan kata bisnis, maka makna yang timbul adalah rahasia, taktik, maupun cara seseorang dalam melakukan bisnis sehingga mampu meraih kesuksesan. Kiat bisnis setiap pebisnis berbeda-beda, hal ini disebabkan karena banyaknya faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut bisa berupa etos kerja yang dimiliki, etika bisnis yang dijalankan, bahkan sesuatu yang sifatnya teoritis seperti filosofi bisnis juga dapat mempengaruhi cara berbisnis seseorang.

Filosofi bisnis adalah seperangkat kepercayaan dan prinsip yang dimiliki oleh pebisnis dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Ini seringkali dimaksudkan sebagai pernyataan misi atau visi. Filosofi bisnis menjelaskan tentang tujuan bisnis. Filosofi tersebut juga menggarisbawahi nilai-nilai yang penting bagi pebisnis (*Arti dan Pengertian*, 2019). Jadi kalau kita berbicara tentang kiat bisnis, tentu tidak bisa lepas dengan filosofi bisnis, karena kiat bisnis yang merupakan cara seseorang dalam berbisnis (praktis) harus didasari oleh pemikiran-pemikiran tentang bisnis tersebut (teoritis). Dengan kata lain, filosofi bisnis merupakan bagian dan salah satu faktor yang ada dalam kiat bisnis.

Berdasarkan hal-hal yang telah disebutkan di atas, penulis menjadi tertarik untuk meneliti rahasia kesuksesan orang Tionghoa di Kota Banjarmasin dalam berbisnis kemudian menganalisisnya menggunakan tinjauan ekonomi Islam yang banyak dianut oleh masyarakat Kota Banjarmasin, kemudian menuangkannya dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul *Kiat Bisnis Orang Tionghoa di Kota Banjarmasin menurut Ekonomi Islam*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi persoalan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kiat bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin ?
2. Bagaimana kiat bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin menurut ekonomi Islam ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan perumusan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui kiat bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin,
2. Untuk mengetahui kiat bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin menurut ekonomi Islam.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian masalah ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menambah wawasan penulis khususnya dan pembaca umumnya yang ingin mengetahui permasalahan ini lebih mendalam,
2. Bahan literatur bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian terkait bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin,
3. Sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya dan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk memudahkan pemahaman terhadap judul dari skripsi ini dan menghindari terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasi judul

serta permasalahan yang akan diteliti, maka perlu adanya batasan istilah sebagai berikut.

1. Kiat, dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kiat berarti akal (seni atau cara melakukan); taktik (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, 2005, hal. 566). Jadi kiat yang penulis maksud di sini adalah cara atau taktik yang dilakukan oleh orang Tionghoa di Kota Banjarmasin dalam menjalankan bisnisnya, termasuk filosofi bisnis yang mendasari cara berbisnis tersebut.
2. Bisnis berasal dari Bahasa Inggris "*business*" yang berarti usaha, perdagangan, usaha komersial. Bisnis juga berarti aktivitas guna meningkatkan nilai tambah barang dan jasa (Abdullah, 2014, hal. 1). Bisnis yang penulis maksud di sini adalah bisnis yang dilakukan oleh orang Tionghoa di Kota Banjarmasin.
3. Tionghoa atau *Tionghwa* merupakan istilah yang dibuat oleh orang keturunan Cina di Indonesia, yang berasal dari kata *Zhonghua* dalam Bahasa Mandarin. Istilah lama Tjina (Cina) tidak digunakan karena dianggap sebagai istilah yang berkaitan dengan status rendah dan menjadi target gerakan nasionalis. Dalam konteks tersebut, orang Tionghoa di Indonesia akan merasa dihina (Sitorus, 2018, hal. 1-2). Adapun orang Tionghoa yang penulis maksud di sini adalah orang Tionghoa yang berada di Kota Banjarmasin.
4. Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam

(Nasution et al, 2007, hal. 15). Ekonomi Islam di sini digunakan penulis sebagai parameter atau tinjauan atas kiat bisnis orang Tionghoa di Kota Banjarmasin.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelaahan yang penulis lakukan terhadap skripsi terdahulu berkaitan dengan “Kiat Bisnis Orang Tionghoa”. Penulis menemukan diantaranya:

1. Raja Rio Gerald Sitorus, Strategi Dominasi Etnis Tionghoa dalam Arena Bisnis di Kota Pematangsiantar, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2018. Skripsi ini membahas tentang strategi bisnis orang Tionghoa di Kota Pematangsiantar. Penelitian pada skripsi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis hingga bisa mendominasi arena bisnis ponsel oleh pedagang beretnis Tionghoa di Kota Pematangsiantar dipengaruhi oleh habitus, dan modal-modal serta praktik. Habitus pedagang etnis Tionghoa yaitu berdagang sejak kecil, berinvestasi dan memberikan pelayanan terbaik. Habitus mereka dipengaruhi oleh struktur yang masih direproduksi sampai sekarang bahwasanya orang Tionghoa berprofesi hanya sebagai pedagang, lalu pengaruh orang tua yang menjadi agen yang juga merupakan pedagang yang mengajarkan berdagang sejak kecil, hidup sederhana, memiliki etos kerja yang

tinggi serta berinvestasi. Selain habitus, modal juga mempengaruhi dalam mendominasi seperti modal ekonomi yaitu uang, harta, lalu ditambah modal sosial seperti membangun hubungan baik kepada distributor, pedagang lainnya yang beretnis sama dan kepada pelanggan dan ditambah dengan modal kultural yaitu bekerja keras, mengamalkan ajaran agama dan menggunakan waktu dengan baik. Adapun persamaan penelitian Raja Rio Gerald Sitorus dengan penulis adalah sama-sama membahas tentang cara berbisnis orang Tionghoa dan sama-sama menggunakan metode kualitatif dalam penelitian kami. Sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitian yang berbeda, dimana Raja Rio Gerald Sitorus memilih Kota Pematangsiantar sebagai lokasi penelitian sedangkan penulis mengambil Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian. Selain itu, penulis juga menambahkan tinjauan ekonomi Islam sebagai parameter terhadap cara berbisnis orang Tionghoa yang diteliti sementara Raja Rio Gerald Sitorus tidak ada.

2. Dewi Prianingsih, *Etika Dagang Etnis Tionghoa di Kecamatan Kunder Kabupaten Karimun Ditinjau Menurut Dagang dalam Islam*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2010. Skripsi ini mencakup pembahasan yang berfokus pada etika pedagang etnis Tionghoa di Kecamatan Kunder Kabupaten Karimun dan membandingkannya dengan etika dagang dalam Islam. Penelitian pada skripsi ini menggunakan metode

kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik simpel *random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang Thionghoa dalam berdagang, telah memenuhi keinginan dan harapan para pelanggan. Dalam berdagang, pedagang Tionghoa di kecamatan Kundur melayani dengan santun, senyum, lemah lembut, ramah, sabar, menjaga kepercayaan pelanggan, dan memberikan bonus. Sedangkan menurut konsumen pelayanan yang diberikan pada dasarnya adalah biasa atau dalam kategori sedang. Dalam memberikan pelayanan, tidak sepenuhnya sama, namun mereka memang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Diantaranya adalah memberikan garansi, mengantar barang yang dipesan dan memberikan servis pelanggan setelah pembelian (purna jual). Para pedagang Tionghoa berusaha tidak mengecewakan pelanggannya. Etika berdagang dalam Islam harus menjunjung tinggi kenyamanan lahir batin para pelanggannya. Ditinjau menurut dagang dalam Islam etika berdagang muslim yang disyariatkan adalah kejujuran, bertanggung jawab, menepati janji, disiplin, taat hukum, suka membantu, komitmen dan menghormati, dan mengejar prestasi. Adapun persamaan penelitian Dewi Prianingsih dengan penulis adalah sama-sama membahas tentang etika (cara) berbisnis orang Tionghoa kemudian membandingkannya dengan etika (cara) berbisnis pada

ekonomi Islam. Sedangkan perbedaannya adalah pada tempat penelitian dan metode penelitian yang digunakan, dimana Dewi Priarningsih mengambil tempat Kecamatan Kunder Kabupaten Karimun dan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penulis mengambil tempat Kota Banjarmasin dan menggunakan metode kualitatif.

3. Fitri Amalia, Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2015. Penelitian ini membahas etos kerja pedagang Tionghoa di Pasar Semawis Semarang dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Etos Budaya Kerja pedagang Tionghoa di Pasar Semawis Semarang antara lain memiliki etos kerja keras, hemat, disiplin, jujur, kemandirian serta *profit oriented*. Etos budaya tersebut memiliki kemiripan dengan Etika Protestan yang dimiliki kaum Calvinis seperti yang ditemukan oleh Max Weber. Perbedaan yang terjadi pada model etos kerja, jika dalam etos kerja kaum Calvinis terdapat tiga etos kerja yakni hidup hemat, rajin bekerja dan disiplin, namun dalam pedagang etnis Tionghoa di pasar ix Semawis ditemukan etos kerja yang lain. 2) terbentuknya etos budaya kerja pedagang etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang disebabkan oleh faktor kekerabatan, faktor tradisi atau adat-istiadat dan faktor ilmu pengetahuan. Ketiga faktor tersebut merupakan unsur-unsur dari kebudayaan. Apabila etika Protestan

kaum Calvinis milik Max Weber dilandasi oleh semangat keagamaan, akan tetapi dalam etos budaya kerja pedagang etnis Tionghoa di Pasar Semawis lebih didominasi oleh faktor kebudayaan. 3) Implikasi dari keberadaan etos budaya kerja tersebut terhadap kehidupan pedagang etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang adalah di bidang ekonomi dan bidang sosial-budaya. Bidang ekonomi; memberikan kesejahteraan bagi keadaan ekonomi keluarga, menumbuhkan orientasi masa depan di bidang ekonomi sedangkan implikasi bidang sosial budaya; sebagai eksistensi budaya, memperkuat solidaritas dan semakin mengokohkan identitas atau jati diri. Adapun persamaan antara penelitian Fitri Amalia dengan penulis adalah sama-sama membahas tentang etika (cara) berbisnis orang Tionghoa dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya adalah pada lokasi penelitian, dimana saudari Fitri Amalia menggunakan Pasar Semawis Semarang sebagai lokasi penelitian dan penulis menggunakan Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian. Di samping itu, penulis juga menambahkan tinjauan ekonomi Islam terhadap hasil penelitian sedangkan saudari Fitri Amalia tidak ada.

4. Nur Fitrawan, Etika Agama Etnis Tionghoa dalam Peningkatan Ekonomi di Kelurahan Melayu Baru Kecamatan Wajo Kota Makassar, Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2011. Skripsi ini membahas tentang etika agama etnis Tionghoa dalam peningkatan ekonomi di Kelurahan Melayu Baru

Kecamatan Wajo Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa di samping perencanaan, kepandaian dan kerja keras, nasib dan bakti terhadap ajaran agama adalah faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Etika agama etnis Tionghoa yang berpengaruh dalam peningkatan dan pengembangan ekonomi mereka adalah : 1). Etika agama Buddha, yaitu : ajaran tentang hukum karma; prinsip-prinsip ekonomi (*uthana-sampada*/bekerja keras, *arakha-sampada*/menabung, *kalyana-mitta*/teman yang baik, *samajivitta*/usaha benar); dan ajaran moral Buddha (*saddha*/keyakinan, *sila*/jauh dari perbuatan terlarang, *cagga*/baik hati, *panna*/pandangan terang). 2). Etika agama Khonghucu, yaitu : Tripusaka/*San Da De* (*Zhi*/arif bijaksana, *Ren*/cinta kasih, *Yong*/keberanian); dan Delapan Kebajikan/*Ba De* (*Xiao*/bakti, *Ti*/rendah hati, *Zhong*/setia, *Xin*/dapat dipercaya, *Li*/susila, *Yi*/kebenaran, *Lian*/hati suci, *Chi*/tahu malu). Adapun persamaan antara penelitian Nur Fitrawan dengan penulis adalah sama-sama menjadikan orang Tionghoa sebagai subjek penelitian dan sama-sama memasukkan unsur agama di dalamnya. Perbedaannya adalah Nur Fitrawan membahas tentang pengaruh agama orang Tionghoa terhadap bisnis mereka sedangkan penulis membahas tentang tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis orang Tionghoa. Selain itu, lokasi penelitian kami juga berbeda, di mana Nur Fitrawan mengambil

Kelurahan Melayu Baru Kecamatan Wajo Kota Makassar sebagai lokasi penelitian sementara penulis memilih Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian.

5. Juliana Hermanto, *Etos Kerja Pedagang Etnis Cina yang Mengelola Toko Obat Cina di Kotamadya Pontianak*, Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta, 2008. Skripsi ini bertujuan untuk mendeskripsikan etos kerja pedagang etnis Cina yang mengelola toko obat Cina di Kotamadya Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah tiga orang. Hasil penelitian etos kerja pada ketiga subjek ditunjukkan dengan adanya pandangan kerja sebagai kewajiban moral, disiplin yang tinggi, dan kebanggaan yang tinggi akan hasil karya. Adapun persamaan antara penelitian Juliana Hermanto dengan penulis adalah sama-sama menjadikan orang Tionghoa sebagai subjek penelitian dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitian yang berbeda, dimana Juliana Hermanto memilih Kota Pontianak sebagai lokasi penelitian sedangkan penulis mengambil Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian. Selain itu, penulis juga menambahkan tinjauan ekonomi Islam sebagai parameter terhadap cara berbisnis orang Tionghoa yang diteliti sementara Juliana Hermanto tidak ada.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab. Bab I merupakan pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori, pada bab ini akan dibahas masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III merupakan metode penelitian, yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta prosedur penelitian.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis, yaitu berisi tentang hasil penelitian dan analisis.

Bab V merupakan simpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.