

ETIKA BISNIS ISLAM KOMUNITAS JAWA ,TIONGHOA, DAN ARAB DI KOTA PEKALONGAN

Ayesha Nur Salma

Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

Email: magisteryesha93@gmail.com

***Abstract.** This research aims to study: 1) the analysis on the service of traders of Javanese, Chinese and Arabic community in Pekalongan City in the perspective of Islamic Business Ethics; 2) the analysis of the implementation of trade values among the traders of Javanese, Chinese, and Arabic in Pekalongan City in adapting and building the relation; and 3) the analysis about the trade relation among community of Javanese, Chinese and Arab in Pekalongan City. The result of the research showed that first, from the service indicators, the one able to make the customers satisfied was found in the traders from Chinese ethnicity. This then showed that though the Chinese ethnicity was not Moslem, in the implementation of the trade, it was not far from the Islamic teaching. Second, the values implemented by the traders from Java, Chinese and Arab traders had a specific typicality to adapt and build the relation with their customers in which the Arabic ethnicity was more dominant than Chinese and Javanese traders in all indicators. It also could facilitate the traders to adapt with the customers and build a good relation with their customers by providing the qualified commercial goods and not selling the goods below the market price as it can reduce the market price. This also could emerge a bad relation among traders either with the same or different ethnicity, not doing the stockpiling, not doing fraud in weighing and fair in determining price. Third, in social relation practice among the traders of Javanese, Chinese and Arab in Pekalongan City, there was a base of altogether interest in terms of trading. Of those three ethnicities, it could create a normal relation in daily life – not emerging any differences.*

***Key words:** Islamic Business Ethics, Adaptation, Relation*

PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia terdiri dari berbagai macam etnis dan suku bangsa yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Banyaknya etnis dan suku bangsa yang ada di Indonesia tentunya membawa pengaruh besar

pada keanekaragaman kegiatan ekonomi, sosial, maupun budaya. Mentalis dan pola kehidupan pun berbeda dari satu etnis dengan etnis lainnya, termasuk dalamnya adalah etika bisnis Islam. Di Indonesia ada enam etnis yang dikenal banyak bergelut dalam bidang usaha (bisnis) yaitu: Madura, Minang, Jawa, Tionghoa, dan Arab. Di berbagai sudut kota hampir dapat dipastikan ditemui sebagian keenam etnis tersebut, terutama etnis Jawa, Tionghoa dan Arab (Ersya & Faiza, 2014).

Salah satu kota yang dikenal dengan keberagaman etnisnya yaitu Pekalongan. Dimana masyarakat di Kota Pekalongan itu yang paling dominan adalah Jawa, Arab, Tionghoa 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 bagi perdagangan atau bahkan keagamaan dan pola berfikir.

Bagi orang Pekalongan tidak ada pekerjaan yang bakal dianggapnya berat, kurang menguntungkan, atau hina. Selama kegiatannya bukan tergolong maksiat, sehingga hasilnya akan halal dan diridhoi sang Maha Penciptanya. Kesempatan bisa bekerja akan dianggapnya sebagai rahmat dari Allah SWT, sehingga mendapatkan pekerjaan merupakan panggilan hidup yang akan ditekuninya dengan sepenuh hati.

Dalam bekerja seseorang harus mempunyai etika. Etika dalam bisnis seharusnya diterapkan dalam bisnis dengan menunjukkan bahwa etika mengatur semua aktivitas manusia yang disengaja, karena bisnis merupakan aktivitas yang sengaja, etika hendaknya juga berperan dalam bisnis. Aktivitas berdagang harus menggunakan etika bisnis Islam seperti yang dianjurkan Rasulullah SAW, yaitu bersikap jujur dalam berbisnis, memiliki rasa tanggungjawab dan keterbukaan dalam setiap aktivitas berdagang, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam berdagang, memahami secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban setiap pedagang, konsisten dalam Iman dan nilai-nilai

yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan dalam berdagang (Ersya & Faiza, 2014).

Oleh karena itu, Islam menerapkan prinsip-prinsip moral yang kemudian dijadikan indikator dalam etika bisnis Islam. Diantaranya yaitu: jujur dalam menakar dan menimbang, menjual barang yang halal, menjual barang dengan baik mutunya, tidak menyembunyikan cacat barang, tidak melakukan sumpah palsu, longgar dan murah hati, tidak menyaingi penjual lain, tidak melakukan riba, mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haul nya (Mujahidin, 2008).

Etika bisnis Islam memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pedagang. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan pedagang untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, pedagang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana pedagang memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Fauzan & Nuryana, 2014).

Penelitian terkait etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab dan sudah banyak dilakukan, salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2011) yang berjudul "*Etika Bisnis Komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta* (kajian atas etos kerja Konfusianisme dalam perspektif Islam)", dimana ia menyimpulkan 1) pengusaha Tionghoa muslim di kota Yogyakarta berpegang teguh pada konstruk etika bisnis yang berupa etos kerja yang kuat, dan kerja keras, pandangan hidup hemat, kejujuran, kehandalan dan kepercayaan yang semuanya diterapkan dalam tindakan dan sikap, tidak lagi dalam perkataan dan pernyataan. 2) bagi pengusaha Tionghoa Muslim Yogyakarta ajaran Islam terlihat mempunyai pengaruh terhadap etika bisnis yang dijalankan dalam perdagangan.

Selanjutnya penelitian terkait relasi antar etnis juga pernah dilakukan, yaitu oleh Riyanti (2013) yang berjudul "*Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina Dan Etnis Jawa Di Pasar Tradisonal*" yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa relasi sosial antara pedagang etnis Cina dan

pedagang etnis Jawa di Pasar Purworejo Klampok yang dilakukan yaitu baik di dalam pasar, maupun luar pasar masih terlihat adanya jarak sosial yang lebih banyak dipengaruhi oleh etnisitas. Tetapi relasi sosial yang terbangun antara pembeli dan pedagang di pasar Purwareja Klampok, Banjarnegara tidak membedakan adanya perbedaan etnis. Dalam kehidupan bermasyarakat, etnis Cina dan etnis Jawa hidup berdampingan dengan baik, keduanya Saling diuntungkan secara ekonomis.

Dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan di atas mengisyaratkan bahwa keberadaan etnis Jawa, Tionghoa dan Arab di Indonesia, khususnya di Pekalongan mudah dikenali dalam sektor perekonomian dan sepak terjangnya tidak jauh dari sektor keuangan. Keahlian etnis Jawa, Tionghoa dan Arab untuk bertahan hidup terwujud dalam kelihaiannya mereka berdagang. Namun demikian, dalam hubungan sosial dan budaya dibutuhkan keahlian berinteraksi dan berkomunikasi dengan komunitas lain. Permasalahan itu yang akan diungkap dalam penelitian ini bagaimana pedagang etnis Jawa, Tionghoa dan Arab berinteraksi dalam hubungan sosial budaya di masyarakat.

Untuk meneliti lebih jauh masalah ini, maka konsep tentang etika bisnis Islam, adaptasi, dan relasi penting untuk diteliti. Adaptasi disini dapat diartikan sebagai proses yang menghubungkan sistem budaya dengan lingkungannya. Hal ini menjadikan peneliti ingin mengadakan penelitian terhadap problem yang dihadapi dikalangan komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab mengenai timbulnya relasi antar bisnis dan etika dalam berbisnis antar etnis dimana mereka mampu bersaing secara gigih baik secara individu maupun bersama-sama dengan nilai-nilai yang diterapkan, pelayanan dan penerapan etika bisnis Islam dari masing-masing Komunitas etnis yang ada di Kota Pekalongan tersebut.

MOTODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun yang menjadi informan penelitian adalah para pedagang etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan, serta para pelanggan/konsumen etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *random sampling*. Peneliti membuat daftar nama populasi kemudian peneliti mengambil secara acak. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari responden atau sumber data. Untuk memperoleh datanya yaitu dengan cara penyebaran kuesioner dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan tentang masalah yang diteliti dan akan dijawab oleh responden, Observasi, dalam hal ini peneliti ingin mengamati perilaku pelayanan para pedagang komunitas Jawa, Tionghoa dan Arab di Kota Pekalongan, Angket, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk tulisan kepada responden, untuk memperoleh data, Wawancara, Dokumentasi. Data yang ingin digali melalui metode ini mengenai pelayanan pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan, penerapan nilai-nilai berdagang para pedagang dalam beradaptasi dan membangun relasi, serta etos pedagang para pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan. Pada teknik ini, berkaitan dengan sumber akhir interaksi bermakna antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, interaksi internal dalam diri sendiri seperti hasil-hasil karya baik ilmiah maupun non ilmiah, berbagai bentuk catatan harian lainnya.

Penelitian ini menggunakan teknik analisa data kualitatif. Teknik analisa data dilakukan melalui analisa non statistic dimana data table, grafik angka yang tersedia diuraikan dan ditafsirkan ke dalam bentuk kalimat atau paragraph. Teknik analisa data tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan yakni klasifikasi data, mereduksi dan memberi interpretasi pada data yang telah diseleksi dengan menggunakan teori

dan konsep tersebut (Silalahi, 2012). Guna menganalisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai suatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis.

1. *Reduksi Data*, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan penelitian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
2. *Penyajian Data*, yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam konteks penelitian ini, penyajian data meliputi interventarisasi segala data yang memiliki keterkaitan.
3. *Penarikan Kesimpulan atau verifikasi*, setelah melalui proses reduksi data dan penyajian data, tahapan terakhir yang dilalui dalam menganalisis data yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi digunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bagaimana pelayanan pedagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam. Hasil dari penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

Berkaitan dengan dimensi *reability* yang diwakili dengan pernyataan “sabar serta cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan” antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan sabar etnis Tionghoa lebih unggul bila dibandingkan dengan etnis Jawa dan Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam praktiknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana hasil wawancara Ny Liem (2017) pengusaha toko bahan kue SEN-SEN pertama di Kota

Pekalongan. Dari hasil wawancaranya dapat diketahui bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus sabar kepada semua pelanggan agar pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Responden lainnya yaitu bapak Sukojo (2017), salah seorang etnis Tionghoa yang menjadi pedagang toko sembako SERBA ADA selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan. Hasil wawancara dengan Sukojo (2017) menjelaskan bahwa dengan berbekal sikap jujur terhadap pelanggan dan menjadikan Sukojo pengusaha sukses dari etnis Tionghoa. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan yaitu dengan bersikap sabar.

Berbanding terbalik dengan perilaku pedagang etnis Arab, dalam praktiknya walaupun secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi pedagang etnis Arab dikenal tidak sabaran dalam melayani pelanggan. Hal ini dapat dilihat apabila ada pelanggan yang cerewet bertanya mengenai barang yang dijual, tetapi tidak membelinya. Respon dari responden biasanya akan marah, namun demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Arab tidak sabar dalam memberikan pelayanannya, tetap terdapat beberapa etnis Arab yang masih memiliki sikap sabar dalam berdagang.

Adapun pedagang komunitas etnis Jawa sebagaimana yang terlihat di dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal sabar dalam melayani pelanggan, komunitas Jawa berada di urutan terakhir setelah pedagang etnis Tionghoa dan Etnis Arab. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa komunitas Jawa, tidak secara keseluruhan berperilaku sabar, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam, yaitu berupa sabar dalam pelayanannya.

Berkaitan dengan *Responsiveness* yang diwakili dengan pernyataan "pembebasan ongkos pengiriman" dan *Tangible* yang diwakili dengan pernyataan "Senantiasa mengantarkan barang pesanan pelanggan" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Tionghoa lebih unggul dalam hal

pembebasan ongkos pengiriman dan mengantarkan barang pesanan yang telah dibeli oleh pelanggan., kemudian diikuti oleh etnis Arab dan terakhir etnis Jawa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam praktiknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam.

Sebagaimana wawancara dengan salah satu pedagang dari etnis Tionghoa yaitu Sukojo (2017) menunjukkan bahwa dengan memberikan pelayanan mengantarkan barang pesanan pembebasan ongkos pengiriman khusus daerah Kota Pekalongan dapat membuat pelanggan merasa puas. Selanjutnya pedagang etnis Arab dan etnis Jawa, mereka membebaskan ongkos pengiriman apabila ada pelanggan yang menginginkan orderan untuk dikirim ke alamat tujuan pembeli, tergantung pada jarak yang ditempuh. Akan tetapi hasil ini tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Jawa dan Arab membebaskan ongkos pengiriman, tetap terdapat beberapa etnis Jawa dan Arab yang tidak membebaskan ongkos pengiriman terhadap pelanggan yang mencerminkan etika bisnis Islam.

Di lapangan, peneliti menemukan beberapa pedagang dari etnis Jawa dan Arab yang tidak membebaskan ongkos pengiriman kepada pelanggan, dimana mereka mau mengantarkan barang pesanan sebagai bagian dari pelayanan. Menurut salah seorang responden yaitu Ibrahim (2017) penjual parfum arab dan baju muslim online, dimana ia membebaskan ongkos pengiriman untuk wilayah Batang dan Pekalongan Kota. Pedagang pasar Tiban yaitu Mualim (2017) yang merupakan penjual celana jins dan jaket jins selain membuka lapak di pasar tiban, ia juga menjual barangnya melalui online, dan ia tidak membebaskan ongkos pengiriman apabila ada pelanggan yang menginginkan untuk diantar kerumah pembeli, hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa pedagang etnis Jawa Dan Arab yang menerapkan etika bisnis Islam.

Berkaitan dengan *Empathy* yang diwakili dengan pernyataan "santun" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota

Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan santun etnis Tionghoa lebih unggul daripada etnis Jawa dan Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam prakteknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana wawancara dengan salah satu etnis Tionghoa Ny Liem (2017) menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus sopan agar pelanggan merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan.

Berbanding terbalik dengan perilaku pedagang etnis Arab, dalam praktiknya dalam pelayanan perdagangan etnis Arab walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi terkenal akan sikap sombongnya dalam berdagang. Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Arab sombong, tetap terdapat beberapa etnis Arab yang masih memiliki sikap santun dalam berdagang. Salah satu pedagang etnis Arab yang terkenal santun dalam melayani pelanggan yaitu Umar (2017) Owner Batik Tobal dan Owner Oemang Restaurant. Meskipun ber etnis Arab, ia sangat santun terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis maupun berbeda etnis.

Adapun pedagang komunitas etnis Jawa sebagaimana yang terlihat di dalam grafik menunjukkan bahwa dalam hal pelayanan santun, komunitas Jawa berada di urutan ke 2 setelah pedagang etnis Tionghoa dan berada di atas Etnis Arab. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa komunitas Jawa, tidak secara keseluruhan berperilaku santun dan tidak juga berperilaku sombong, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam, yaitu berupa santun dalam pelayanannya.

Selanjutnya pada *Empathy* yang diwakili dengan pernyataan "senyum" dan "ramah" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan senyum etnis Tionghoa lebih unggul daripada etnis Jawa dan Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah

menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam praktiknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana wawancara dengan salah satu etnis Tionghoa Ny Liem (2017). Ia menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus memberikan senyuman dan bersikap ramah agar pelanggan merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu, dengan berbekal kerja keras, jujur, sabar, dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan menjadikan Sukojo pengusaha sukses dari etnis Tionghoa. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan yaitu dengan senyum dan ramah terhadap pelanggan.

Adapun pedagang komunitas etnis Jawa sebagaimana yang terlihat di dalam grafik menunjukkan bahwa dalam hal melayani konsumen dengan senyum dan bersikap ramah, komunitas Jawa berada di bawah pedagang etnis Tionghoa dan berada di atas Etnis Arab. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa komunitas Jawa, tidak secara keseluruhan memberikan senyuman dan bersikap ramah dan tidak juga berperilaku sombong, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam, yaitu melayani pelanggan dengan senyum dan ramah dalam pelayanannya.

Berbanding terbalik dengan perilaku pedagang etnis Arab, dalam praktiknya dalam pelayanan perdagangan etnis Arab walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi terkenal akan sikap sombongnya dalam berdagang. Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Arab sombong, tetap terdapat beberapa etnis Arab yang masih memiliki sikap ramah dan mau tersenyum kepada setiap pelanggan.

Salah satu pedagang etnis Arab yang terkenal ramah dan mau senyum dalam melayani pelanggan yaitu Umar (2017). Meskipun beretnis Arab, ia sangat ramah dan selalu senyum terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis maupun

berbeda etnis. Memberikan pelayanan dengan memberikan senyuman merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan.

Sementara itu, berkaitan dengan *Empathy* yang diwakili dengan pernyataan “Lemah Lembut” antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan lemah lembut etnis Tionghoa lebih unggul daripada etnis Jawa dan Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam praktiknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana wawancara dengan salah satu etnis Tionghoa yaitu Ny Liem (2017). Ia menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus lemah lembut agar pelanggan merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu ada menurut Sukojo (2017), salah satu pedagang etnis Tionghoa yang terlama di Kota Pekalongan, dengan berbekal kerja keras, jujur, sabar, dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan menjadikan Sukojo pengusaha sukses dari etnis Tionghoa. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan yaitu dengan bersikap lemah lembut terhadap pelanggan.

Berbanding terbalik dengan perilaku pedagang etnis Arab, dalam praktiknya dalam pelayanan perdagangan etnis Arab walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi terkenal akan sikap sombongnya dalam berdagang. Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Arab sombong, tetap terdapat beberapa etnis Arab yang masih memiliki perilaku yang mencerminkan etika bisnis Islam.

Adapun pedagang komunitas etnis Jawa sebagaimana yang terlihat di dalam grafik menunjukkan bahwa dalam hal melayani konsumen dengan lemah lembut, komunitas Jawa berada diantara pedagang etnis Tionghoa dan Etnis Arab. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa komunitas Jawa, tidak secara keseluruhan bersikap lemah lembut tidak juga berperilaku sombong, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis

Islam, yaitu melayani pelanggan dengan lemah lembut terhadap semua pelanggannya.

Pada dimensi *Assurance* yang diwakili dengan pernyataan “Menjaga Kepercayaan Pelanggan” antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Tionghoa dan etnis Arab Tinggi prosentasenya dalam hal menjaga kepercayaan pelanggan, kemudian diikuti oleh etnis Jawa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa dan Etnis Arab telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam praktiknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana wawancara dengan salah satu etnis Tionghoa, Ny Liem (2017) dan Sukojo (2017) mereka menjelaskan bahwa menjaga kepercayaan pelanggan menjadi syarat utama agar pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Meskipun para pedagang etnis Arab banyak terkenal akan kesombongannya, namun dalam hal menjaga kualitas barang pedagang etnis Arab tidak diragukan lagi. Para pedagang etnis Arab mengutamakan kualitas barang untuk menarik pelanggannya. Mereka meyakini bahwa dengan berperilaku dengan tidak menzalimi orang (tidak berbohong) maka rezeki akan terus mengalir kepada mereka. Salah satunya yaitu Ali Hamzim pedagang baju muslim, batik dan peralatan shalat, yang mana ia sangat teliti akan kualitas barang yang akan dipilih pembeli, apabila ada cacat maka ia akan menjelaskan kepada pembeli dan akan memberikan diskon karena ada cacat barang, apabila pembeli tidak mau ia akan segera mencarikan pengganti yang baru dan tidak cacat. Hal ini membuktikan bahwa pedagang etnis Arab menjunjung sikap jujur dalam setiap dagangannya.

Berbanding terbalik dengan perilaku pedagang etnis Tionghoa dan Arab, etnis Jawa praktiknya dalam pelayanan perdagangan walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi sering membuat pelanggan kecewa dengan ketidakjujuran yang dilakukan oleh pedagang Jawa. Demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Jawa tidak bisa

menjaga kepercayaan pelanggan, tetap terdapat beberapa etnis Jawa yang masih dapat dipercaya yang mencerminkan etika bisnis Islam.

Di lapangan, peneliti menemukan beberapa pedagang dari etnis Jawa yang tidak bisa menjaga kepercayaan pelanggan, dimana saat pembeli memilih barang yang akan dibeli pedagang menjelaskan barang tersebut kualitasnya bagus, namun ketika sampai di rumah barang tidak sesuai dengan harapan. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang etnis Jawa tidak bisa berkata jujur dan tidak menerapkan etika bisnis Islam.

Pernyataan selanjutnya pada dimensi *Assurance* yang diwakili dengan pernyataan "Pemberian Bonus" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan sabar etnis Tionghoa lebih unggul persentasenya daripada etnis Jawa dan Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Tionghoa beragama Hindu, namun dalam prakteknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana wawancara dengan salah satu etnis Tionghoa yaitu Liem (2017) menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya dengan memberikan bonus atau diskon kepada semua pelanggannya. Dimana pemberian bonus diberikan pada hari-hari tertentu, misalnya menjelang Hari Raya Idul Fitri. Sedangkan pada hari-hari biasa pedagang akan memberikan diskon kepada pelanggan yang berbelanja pada tarif tertentu.

Adapun pedagang etnis Jawa dan Arab, dalam praktiknya dalam pelayanan terkait pemberian bonus atau diskon kepada pelanggan bisa dikatakan jarang, bahkan ada pedagang yang tidak pernah memberikan bonus atau diskon kepada pelanggan dengan alasan keuntungan yang didapat tidak banyak, sehingga tidak dapat memberikan diskon. Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Arab tidak sabaran dalam pelayanannya, tetap terdapat beberapa etnis Arab yang masih memiliki sikap sabar dalam berdagang. Salah satu pedagang etnis Arab yang terkenal sabar dalam melayani pelanggan yaitu Qonita.

Adapun pedagang komunitas etnis Jawa sebagaimana yang terlihat di dalam grafik menunjukkan bahwa dalam hal sabar dalam melayani pelanggan, komunitas Jawa berada di urutan terakhir setelah pedagang etnis Tionghoa dan Etnis Arab. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa komunitas Jawa, tidak secara keseluruhan berperilaku sabar, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam, yaitu berupa sabar dalam pelayanannya.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat di ambil kesimpulan bahwa dari beberapa indikator pelayanan yang dapat membuat pelanggan merasa puas, pedagang etnis Tionghoa unggul dalam semua indikator, hal ini menunjukkan bahwa meskipun etnis Tionghoa beragama non muslim, namun dalam penerapan etika berdagang mereka tidak jauh dari ajaran Islam. Hal ini mencerminkan bahwa pelayanan yang diberikan pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan memiliki sisi kelemahan dan kelebihan masing-masing. Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Namun kembali lagi, setiap kelemahan pada para pedagang baik dari komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan, tidak dapat digeneralisirkan, karena tidak semua pedagang di Kota Pekalongan melakukan tindakan kesengajaan untuk membuat para pelanggan merasa kecewa dan tidak puas akan pelayanan yang diberikan.

Nilai-nilai yang diterapkan oleh pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang memiliki ciri khas tersendiri untuk beradaptasi dan membangun relasi dengan para pelanggannya, dimana etnis Arab lebih unggul dari pada etnis Tionghoa dan etnis Jawa dalam semua indikator yang dapat mempermudah pedagang beradaptasi dengan para pelanggan dan menjalin relasi yang baik dengan pelanggannya, yaitu dengan menyediakan barang dagangan yang berkualitas, tidak menjual barang dengan harga di bawah pasar karena itu akan menurunkan harga pasar dan akan menimbulkan relasi buruk

antara pedagang satu dengan pedagang lainnya, baik sesama etnis maupun berbeda etnis, tidak menimbun barang, tidak memainkan alat timbangan dan berlaku adil dalam pemberian harga kepada semua pelanggan.

Di dalam praktek relasi sosial antar pedagang etnis Jawa, Tionghoa dan Arab di Kota Pekalongan terbentuk atas dasar kepentingan kerjasama dalam hal perdagangan. Diantara ketiga etnis tersebut dalam kehidupan sehari-hari berelasi dengan wajar, sehingga tidak tampak adanya kesenjangan. Namun apabila pengamat masuk dan terlibat di dalam komunitas etnis tersebut akan tampak bahwa ada *stereotype-stereotype* tertentu yang muncul sebagai akibat adanya kesenjangan tersebut. Kesenjangan yang paling terasa dan terlihat yaitu antara pedagang etnis Jawa dan Etnis Arab. Dalam kehidupan bermasyarakat, etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab hidup berdampingan dengan baik, ketiganya saling diuntungkan secara ekonomis. Namun *stereotype* etnis diantara ketiganya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial ketiga etnis dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Ersya, M., & Faiza, S. (2014). Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Di Tjau Dari Perpektif Etika Bisnis Islam. *JESTT*, Vol. 1 No. 3 Maret 2014
- Fauzan, & Nuryana, I. (2014). "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet Di Kota Malang". *Modernisasi*, Vol 10, No 1, Februari 2014
- Mujahidin. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2004. "Relevansi Teori-Teori Postrukturalisme dalam Memahami Karya Sastra, Aspek-Aspek Kebudayaan Kontemporer pada Umumnya". Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Sastra di Fakultas Sastra Universitas Udayana Denpasar, 1 Mei 2004

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
Yusuf, M. S. (2011). Etika Binis Komunitas Thionghoa Muslim
Yogyakarta (Kajian Atas Etos Kerja Konfusianisme Dalam
Perspektif Islam). *Religia*, 70.

Terwawancara

Ibrahim, pedagang Etnis Arab Kota Pekalongan, pada tanggal 20
Agustus 2017.

Fatmah, konsumen etnis Jawa, Fatmah pada tanggal 25 Agustus 2017

Febriani, Konsumen etnis Tionghoa, pada tanggal 20 Agustus 2017

Sen Sui Liem, pedagang Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal
18 Agustus 2017.

Sukojo Wahjono, Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28
Agustus 2017.

Umar Muhammad, Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1
September 2017.

Yanti, konsumen etnis Jawa, Yanti pada tanggal 20 Agustus 2017

Zaenab Siti, Pedagang etnis Jawa Kota Pekalongan, tanggal 20 Agustus
2017.