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

Oleh:
Ayesha Nur Salma
NIM: 15913174

TESIS

Diajukan kepada
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA
2017

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

Oleh:
Ayesha Nur Salma
NIM: 15913174

Pembimbing
Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag

TESIS

Diajukan kepada
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA
2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ayesha Nur Salma

NIM : 15913174

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Program Studi : Magister Studi Islam Program Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Judul Tesis : Etika Bisnis Islam Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar kesarjanaan yang dianugerakan dan mendapat sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 5 September 2017

Yang menyatakan



Ayesha Nur Salma

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 1112/PS-MSI/Peng./X/2017

TESIS berjudul : **ETIKA BISNIS ISLAM KOMUNITAS JAWA, TIONGHOA, DAN ARAB DI KOTA PEKALONGAN**

Ditulis oleh : Ayesha Nur Salma

N. I. M. : 15913174

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Yogyakarta, 26 Oktober 2017

Ketua,

Dr. Hujair AH Sanaky, MSI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI
UJIAN TESIS

Nama : Ayesha Nur Salma
Tempat/tgl lahir : Pekalongan, 10 Agustus 1993
N. I. M. : 15913174
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **ETIKA BISNIS ISLAM KOMUNITAS JAWA, TIONGHOA, DAN ARAB DI KOTA PEKALONGAN**

Ketua : Dr. Yusdani, M.Ag. (.....)

Sekretaris : Dr. M. Roy Purwanto, MA. (.....)

Pembimbing : Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. (.....)

Penguji : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. (.....)

Penguji : Dr. Siti Achiria, SE., MM (.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 19 Oktober 2017

Pukul : 11.00 – 12.00

Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana
Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII

Dr. Hamim Ilyas, M.Ag

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 1681/PS-MSI/ND/X/2017

TESIS berjudul : **ETOS DAGANG KOMUNITAS JAWA, TIONGHOA, DAN ARAB DI KOTA PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Ditulis oleh : Ayesha Nur Salma

NIM : 15913174

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Pascasarjana, Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 16 Oktober 2017

Ketua

Dr. Hujair AH Sanaky, MSI.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul	: Etos Dagang Komunitas Jawa ,Tionghoa, Dan Arab Di Kota Pekalongan Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam
DitulisOleh	: Ayesha Nur Salma
N I M	: 15913174
Konsentrasi	: Ekonomi Islam

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yogyakarta,

Pembimbing

Dr. Dra.Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag.

VII

PERSEMBAHAN

UNTUK ALAMAMATERKU UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA (UII) YOGYAKARTA ,

YAYAH DAN BUNDAKU TERSAYANG YANG SENANTIASA MERAWAT,

MEMBIMBING DAN MENGAJARIKU DALAM SEGALA HAL, TERUTAMA

KESABARAN, KERJA KERAS DAN KEBIJAKSANAAN HIDUP, ADIK-ADIKKU DAN

SAHABAT-SAHABAT TERCINTA YANG TANPA HENTI MENYEMANGATI,

MEMOTIVASI, DAN MENGINSPIRASIKU. KALIANLAH SUMBER KEKUATANKU,

AKU PERSEMBAHKAN KARYAKU

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠ يُصۡلِحۡ لَكُمۡ أَعۡمَٰلَكُمۡ وَيَغۡفِرۡ لَكُمۡ

ذُنُوبَكُمۡۗ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدۡ فَازَ فَوۡزًا عَظِيمًا ٧١

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Al;lah dan ucapkanlah perkataan yang benar."niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa –dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh dia menang dengan kemenangan yang agung."

(AL-AHZAB (33:70-71)

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	*B*	-
ت	Tā	*T*	-
ث	Sā	*Ś*	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	*J*	-
ح	Hā'	*.h*	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	*Kh*	-
د	Dāl	*D*	-
ذ	Zāl	*Ż*	z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	*R*	-
ز	Zā	*Z*	-
س	Sīn	*S*	-
ش	Syīn	*Sy*	-
ص	Sād	*.s*	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	*.d*	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	*.t*	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	*.z*	z (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	'	koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	*G*	-
ف	Fā'	*F*	-
ق	Qāf	*Q*	-
ك	Kāf	*K*	-
ل	Lām	*L*	-

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

م	Mīm	*M*	-
ن	Nūn	*N*	-
و	Wāwu	*W*	-
ه	Hā'	*H*	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	*Y*	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	*muta'addidah*
عدة	Ditulis	*'iddah*

III. *Ta' Marbūṭah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	*hikmah*
جزية	Ditulis	*Jizyah*

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila *ta' marbūṭah* diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	*karāmah al-auliyā'*

c. Bila *ta' marbūṭah* hidupatau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	*zakāt al-fiṭr*

IV. Vokal Pendek

---------	*faṭhah*	Ditulis	A
---------	*Kasrah*	Ditulis	I
---------	*dammah*	Ditulis	U

V. Vokal Panjang

1.	*Faṭhah* + *alif*	Ditulis	*Ā*
	جاهلية	Ditulis	*Jāhiliyah*
2.	*Faṭhah* + *ya'* mati	Ditulis	*Ā*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	تنسى	Ditulis	*Tansā*
3.	*Kasrah* + *ya'* mati	Ditulis	*Ī*
	كريم	Ditulis	*Karīm*
4.	*dammah* + *wawu* mati	Ditulis	*Ū*
	فروض	Ditulis	*furūḍ*

VI. Vokal Rangkap

1.	*Faṭḥaḥ* + *ya'* mati	Ditulis	*Ai*
	بينكم	Ditulis	*Bainakum*
2.	*Faṭḥaḥ* + *wawu* mati	Ditulis	*Au*
	قول	Ditulis	*Qaul*

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	*a'antum*
أعدت	Ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	Ditulis	*la'in syakartum*

VIII. Kata Sandang *Alif* + *Lam*

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	*al-Qur'ān*
القياس	Ditulis	*al-Qiyās*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	*as-Samā'*
الشمس	Ditulis	*asy-Syams*

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	*zawi al-furūḍ*
أهل السنة	Ditulis	*ahl as-Sunnah*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ABSTRAK

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

Ayesha Nur Salma
(15913174)

Kajian ini bertujuan untuk meneliti 1) Menganalisis pelayanan pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam, 2) menganalisis penerapan nilai-nilai berdagang pada pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan membangun relasi, 3) menganalisis relasi dagang antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *Pertama* 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. *Kedua*, Nilai-nilai yang diterapkan oleh pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang memiliki ciri khas terseendiri 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. *Ketiga,* 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.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

KeyWord: Etika Bisnis Islam, Adaptasi, Relasi, Komunitas

ABSTRACT

ISLAMIC BUSINESS ETHICS OF JAVANESE, CHINESE AND ARABIC COMMUNITIES IN PEKALONGAN CITY

Ayesha Nur Salma
(15913174)

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, *Kedua*, 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.

KeyWords: Islamic Business Ethics, Adaptation, Relation and Community

October 28, 2017
TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA
Phone/Fax: 0274 540 255

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

XIV

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا ، من يهده الله فلامضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أنّ محمد عبده ورسوله. أماّ بعد

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT sang penguasa alam semesta, atas lindungan, rahmat, hidayah, dan kesempatan_Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul": Etos Dagang Komunitas Jawa ,Tionghoa, Dan Arab Di Kota Pekalongan Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam., dengan lancar tanpa ada halangan yang berarti. Tak lupa sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, para Khulafaurrasyidin, dan para khalifah Allah SWT.

Tesis ini ditulis merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Dalam kesempatan ini Penulis sadar bahwa tesis ini dapat diselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Islam Indonesia Nandang Sutrisno,SH.,M.Hum., LLM., Ph.D, atas segala kebijakan, perhatian dan dorongan sehingga tesis ini dapat terwujud.
2. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Dr. H. Tamyiz Mukarom, MA.
3. Dr. Hujair AH Sanaky, M.SI. selakuKetua Program Pascasarjana Magister Studi Islam FakultasIlmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4. Dr. Yusdani, M.Ag selaku sekertaris program Pascasarjana Magister Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

5. Dr. Dra.Rahmani TimoritaYulianti, M.Ag, sebagai dosen pembimbing program pascasarjana FakultasIlmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, yang telah meluangkan waktunyau ntuk pengarahan dan bimbingan dalam pembuatan tesis ini.
6. Dosen-Dosen Fakultas Ilmu Agama Islam, Para Staff Karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang membantu proses berjalannya penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan sampai dengan selesainya tesis.
7. Seluruh keluarga tercinta, ayahanda Dr.Herie Purwanto, SH.MH, ibunda Sri Murbihandini, adik Alif M.Naufal, Adyesha Nur salma , yang turut membantu dan tak henti selalu mendoakan untuk kemudahan penyusunan Tesis ini.
8. Teman-Teman seangkatan mahasiswa Pascasarjana MSI MIAI Universitas Islam Yogyakarta angkatan 2015/2016 konsentrasi Ekonomi Islam.

Sebagai akhir dari pengantar ini saya mohonkan, semoga semua amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut di atas mendapat pahala yang berlipat dari Allah SWT dan semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca. Amin yarobbalalamin.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yogyakarta, 5 September 2017

Ayesha Nur Salma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL I

HALAMAN SAMPUL DALAM II

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN III

HALAMAN PENGESAHAN IV

HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS V

HALAMAN NOTA DINAS VI

HALAMAN PERSETUJUAN VII

HALAMAN PERSEMBAHAN VIII

HALAMAN MOTTO IX

HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI X

ABSTRAK XIII

ABSTRACT XIV

KATA PENGANTAR XV

DAFTAR ISI XVII

DAFTAR TABEL XXI

DAFTAR GAMBAR XXII

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian 8

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 8

D. Sistematika Pembahasan 10

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB II KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Dan Kerangka Teori

1. Kajian Penelitian Terdahulu 11

B. Kerangka Teori

1. Etika Bisnis Islam 32

a. Tauhid 35

b. Kesetimbangan 36

c. Kehendak Bebas 37

d. Pertanggungjawaban 38

2. Teori Pelayanan dagang Dalam Islam 39

3. Nilai-Nilai Berdagang Dalam Islam 43

4. Teori Adaptasi 47

5. Teori Relasi Komunitas Jawa, Tionghoa, Dan Arab 48

a. Teori Relasi Antara Etnis Jawa Dan Tionghoa 48

b. Teori Relasi Antara Etnis Arab Dengan Jawa 50

C. Kerangka Berfikir 53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian Dan Pendekatan 54

B. Tempat Atau Lokasi Penelitian 54

C. Informan Penelitian 55

D. Teknik Penentuan Informan 55

E. Teknik Pengumpulan Data. 55

1. Kuisioner 56

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2. Observasi 57

3. Angket 57

4. Wawancara 57

5. Dokumentasi 58

F. Keabsahan Data..... 59

1. Sumber Data Primer..... 59

2. Sumber Data Sekunder 60

G. Teknik Analisis Data..... 60

a. *Editing*..... *61*

b. *Pengkodean*..... *62*

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian..... 64

1. Gambaran Umum Kota Pekalongan 64

2. Sejarah Kota Pekalongan 66

3. Keadaan Sosial Dan Ekonomi Kota Pekalongan 69

a. Keadaan Sosial 69

b. Keadaan Ekonomi 70

4. Keadaan Komunitas Pedagang Di Kota Pekalongan..... 71

B. Hasil Dan Analisis Penelitian

1. Pelayanan Pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, Dan Arab Di Kota Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam..... 72

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2. Penerapan Nilai-Nilai Berdagang Komunitas Jawa, Tionghoa, Dan Arab Dalam Beradaptasi Dan Membangun Relasi 91
3. Relasi Dagang Antara Komunitas Jawa, Tionghoa, Arab Di Kota Pekalongan..... 107

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 115
B. Saran..... 118

DAFTAR PUSTAKA..... 119

Lampiran-Lampiran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 *Perbandingan Penelitian Terdahulu* 19

Tabel 3.1 *Skala Likert* 56

Tabel 4.1 *Luas Kota Pekalongan Menurut Kecamatan* 65

Tabel 4.2 *Pembagian Kelurahan di Kota Pekalongan* 66

Tabel 4.3 *(Grafik) Pelayanan Pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* 73

Tabel 4.4 *(Grafik) Penerapan Nilai-Nilai Berdagang Pada Pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan Menjalin Relasi* 93

Tabel 4.5 *Perbedaan dan persamaan penerapan etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan* 112

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar *1.1 Kerangka Berfikir* 53

Gambar *4.1 Peta Kota Pekalongan* 64

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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, Madura,Jawa, Tionghoa, dan Arab. Di berbagai sudut kota hampir dapat dipastikan ditemui sebagian keenam etnis tersebut, terutama etnis Jawa, Tionghoa dan Arab.[1]

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 *egliter* 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 berdagang orang jawa mempunyai prediksi khusus untuk mencapai sukses atau mendapatkan pengaruh nasib yang baik, sehingga menjadikan rezekinya mudah. Diantaranya dalam pustaka kejawen terdapat berbagai cara dan keyakinan turun menurun yang harus dilakukan orang yang akan menentukan 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.

Namun, hubungannya dengan situasi keputusan pemasaran yang penuh resiko karena persaingan dagang, yaitu: masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar, persaingan diantara pesaing yang sudah ada. Hal ini yang membuat penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut terkait problem yang dihadapi dikalangan komunitas jawa, Tionghoa dan Arab mengenai hubungan *enterpreneur* dan etika bisnis Islam nya.

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 hendakanya 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.[2]

Oleh karena itu, Islam menerapkan prinsip-prinsip moral yanag 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 haulnya.[3]

---

[1] Muhammad Ersya F & Siti I.Faiza, *" Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Di Tinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam"*, Universitas Airlangga, JESTT, Vol.1. No.3 Maret 2014, hlm,178.

[2] Muhammad Ersya, *Etos Kerja*,,,hlm. 179.

[3] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.160

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.[4]

Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat. kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.[5]

Penelitian terkait etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab dan sudah banyak dilakukan, salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Shultoni Yusuf[6] yang berjudul *"Etika Bisnis Komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta* (kajian atas etos kerja Konfusianisme dalam prespektif Islam)", dimana ia menyimpulkan 1) pengusaha thionghoa musim 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 pedagangan. Dengan demikian, komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta adalah corak komunitas yang berkuasa dalam wilayah perdagangan dan tidak marjinal yang secara struktura adalah bagian dari masyarakat sekitarnya. Oleh karena mereka rata-rata mempunyai modal yang kuat dan memiiki paham modernis.

Selanjutnya penelitian terkait relasi antar etnis juga pernah dilakukan, yaitu oleh Puji Riyanti[7], yang bejudul *"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 telihat 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.

Tri Joko Sri H.[8] Dengan judul "*Integrasi Etnis Arab Dengan Jawa Dan Madura Di Kampung Ampel Surabaya*" menyimpulkan bahwa proses integrasi semakin mengarah pada bentuk akulturasi maupun bentuk munculnya budaya baru. Dalam arti, dua atau tiga masyarakat dengan latar belakang budaya yang terlibat dalam proses integrasi masing-masing tidak berada dalam keadaan dominan dan sub-ordinat, melainkan akan muncul budaya baru yang dapat diterima oleh semua etnis yang terlibat dalam proses integrasi.

Hana selanjutnya menjelaskan, hubungan manajemen stakeholders approach dengan sub variabelnya yang menyimpulkan bahwa baik budaya dagang keturunan Tionghoa maupun jawa memiliki pandangan yang cenderung sama, yaitu kedua-duanya adalah berusaha menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, konsumen, pemasok, pemerintah dan lingkungannya. Cara bersikap itu merupakan manifestasi norma kehidupan berdasar pada kehormatan dan keharmonisan.

---

[4] Fauzan & Ida Nuryana, " *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung bebek H. Slamet Di Kota Malang*", Modernisasi, Volume 10. No. 1(Februari 2014), hlm.39.

[5] *Ibid*

[6] Muhammad Shultoni Yusuf, *"Etika Bisnis Komunitas Thionghoa Muslim Yogyakarta* (Kajian Atas Etos Kerja Konfusianisme Dalam Perspektif Islam)*"* , Religia, No.1, (April 2011) ,Vol.14, hlm.70.

[7] Tri Joko Sri H, *"Integrasi Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya"*, Biokultur, Vol.II/No.1/Januari-Juni 2013.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

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.

Berdasarkan observasi langsung pada etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan, sebagian besar dalam berdagang menanamkan prilaku pelayanan etika yang ramah, sabar, jujur, menjaga kepercayaan pelanggan, memasang harga murah. Sifat-sifat inilah yang tergambar pada strategi mereka yang pintar melihat peluang baik itu peluang memilih bisnisnya atau peluang tetap eksis bisnis yang mereka jalani.

Jika dibandingkan dengan etika bisnis Islam, sekilas terlihat bahwa etika dagang yang diterapkan komunitas pedagang etnis Tionghoa dalam menjual barang dagangnya tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, padahal pedagang Tionghoa ini tidak menganut agama Islam akan tetapi sebagian besar dari mereka menganut agama Budha. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan yang sangat baik, menyapa konsumennya dengan sangat ramah dan memberikan kadar timbangan yang pas terhadap barang yang dibeli, hal ini sesuai dengan cerminan firman allah dalam surat al-Muthaffifin ayat 1-6 yang artinya Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan pada suatu hari yang besar,(yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam.

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.

Berangkat dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "**ETIKA BISNIS ISLAM KOMUNITAS JAWA ,TIONGHOA, DAN ARAB DI KOTA PEKALONGAN** "

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

B. Fokus Dan Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pelayanan pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam?
2. Bagaimana penerapan nilai-nilai berdagang pada pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan membangun relasi?
3. Bagaimana relasi dagang antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk menganalisis sejauh mana pelayanan pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam.
   b. Untuk menganalisis nilai-nilai berdagang pada pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan membangun relasi?
   c. Untuk menganalisis bagaimana relasi dagang antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan analisa tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit sumbangan pemikiran yang bermanfaat dalam hal sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis: penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan terutama berkaitan dengan ekonomi Islam yang tidak hanya dikaji pada pendekatan normatif tetapi juga pada pendekatan sosiologis.
b. Manfaat Praktis: Penelitian ini diharapkan berguna bagi para pedagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam memahami pelayanan yang dilakukan dalam berdagang, penerapan nilai-nilai berdagang pada pedagang dalam beradaptasi dan membangun relasi, serta mengetahui relasi dagang antara etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

D. Sistematika Pembahasan

Bab I , Pendahuluan, Meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah Yang Diambil, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Serta Sistematika Pembahasan.

Bab II, Pada Bab Ini Terdiri Dari Penelitian Terdahulu Dan Kerangka Teori Yang Mencakup: Kajian Penelitian Terdahulu, Landasan Teori. Yang Meliputi: Teori Etika Bisnis Islam, Teori Pelayanan Pedagang Dalam Islam, Teori Nilai-Nilai Berdagang Dalam Islam, Teori Adaptasi, Teori Relasi Komunitas Jawa,Tionghoa, Dan Arab.

Bab III, Bab Ini Berisi Tentang Metode Penelitian Yang Digunakan, Meliputi :Jenis Penelitian Dan Pendekatan, Lokasi Penelitian, Informan Penelitian, Teknik Penentuan Informan, Teknik Pengumpulan Data, Keabsahan Data, Teknis Analisis Data.

Bab IV, Bab keempat ini merupakan bab yang akan memaparkan penelitian serta pembahasan yang disertai analisis atas hasil penelitian tersebut yang akan menjawab pertanyaan penelitian.

Bab V, Bab ini merupakan bab penutup dan menjadi bagian akhir penulisan. bab ini memuat kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II
KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu, Dan Kerangka Teori

1. Kajian Penelitian Terdahulu

a. Sri Nawatmi[1] menyimpulkan bahwa Islam sebagi *Way Of Life* tak bisa dipungkiri lagi karena Islam adalah ajaran yang lengkap dan Universal. Aturannya jelas dan aplikatif. Tak ada satupun sisi kehidupan manusia yang tidak diatur dalam Islam, termasuk dalam dunia bisnis. Sayangnya banyak perusahaan yang belum menerapkan etika dalam bisnisnya, sehingga yang terjadi adalah persaingan yang tidak imbang antara pemodal kuat dengan pemodal lemah, ada banyak ketidakadilan, munculnya moral hazard, penyuapan dan lain-lain. Oleh karena itu, perlu pengintegrasian etika ke dalam dunia bisnis. Apalagi banyak penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dengan kinerja perusahaan. Dengan demikian, penting bagi dunia bisnis khususnya yang mengakui Muhammad saw sebagai Nabinya, untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya. Dalam Islam juga dikatakan bahwa siapapun yang ingin selamat dunia kahirat maka ikutilah sunah Rasulullah saw. Apalagi fakta menunjukkan bahwa dengan etika bisnisnya yang Islami menjadikan Nabi sebagai pedagang yang sukses.

b. Aris Baidowi[2] menyimpulkan bahwa etika merupakan suatu pedoman moral bagi semua tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik buruk suatu tindakan. Agama merupakan kepercayaan akan sesuatu kekuatan supranatural yang mengatur dan mengendalikan kehidupan manusia. Etika Islam mengautur segala aspek termasuk ekonomi bahwa mesti ada kesepadanan untuk membedakan antara kebaikan dan keburukan. Praktek ekonomi, bisnis, wirausaha dan lainnya yang bertujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, diperintahkan dan dipandu baik oleh aturan-aturan ekonomi yang bersifat rasional maupun dituntut oleh nilai-nilai agama.

c. Fitri Amalia dan Kuncoro Bayu Prasetyo[3] menyimpulkan bahwa etos budaya kerja pedagang etnis tionghoa memiiki enam etos kerja yaitu kerja keras, hemat, dispiin, jujur, kemandirian dan *profit oriented*. Etos budaya kerja tersebut terbentuk karena diatarbelakangi oleh beberapa faktor yakni kekerabatan, faktor tradisi atau adat istiadat serta faktor imu pengetahuan.

d. Rahmani T.Y & Mega Oktaviani[4] yang menyimpulkan bahwa pengaruh agama dalam etos kerja seorang pengusaha sangat berperan besar. Tanpa agama bisnis tidak akan berjaan dengan baik. Jikapun ada yang menemukan kasus seorang pengusaha tidak pernah menjalankan sesuai hukum agama, mustahi walaupun sedikit tidak memiiki niai-nilai agama , tidak sempurna sekalipun. Agama menjadi pondasi dari suku bugis dalam menjalankan bisnisnya , baik bisnis kelas bawah, menengah , dan atas. Nilai-nilai agama yang dipraktekkan zaman Rasulullah sangat menjadi acuan. Keuletan, kejujuran , disipin, dan bersodaqoh ini menjadi rutinitas wajib di tiap bulannya.

---

[1] Sri Nawatmi, " *Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam*", Fokus Ekonomi (FE) Universitas Stikubank, Semarang, ISSN: 1412-3851. Vol.9, No.1 (April 2010), hlm.58.

[2] Aris Baidowi, "*Etika Bisnis Perpektif Islam*",JHI, e-Journal.Stain Pekalongan, ISSN(P):1829-7382, Volume 9, No 2, (Desember 2011(2390250)).

[3] Fitri Amalia dan Kuncoro Bayu Prasetyo ,"*Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Thionghoa Di Pasar Semawis Semarang*" , Unnes ISSN 2252-7133.

[4] Rahmani T.Y & Mega Oktaviani , " *Pengaruh agama dan budaya terhadap etos kerja pebisnis muslim suku bugis di kabupaten Nunukan Kalimantan Utara",* Millah ,No. 2. (2 Agustus 2014) , Vol.XIII, hlm. 17.

e. Dede Mulyanto[5] menyimpulkan bahwa kajian atas pedesaan jawa umumnya berandal pada tiadanya persoalan keragaman identitas kesuku-bangsaan dan perkembangan " budaya pasar" oleh kelompok-kelompok non-jawa. Dari kenyataan adanya orang kalang dan orang cina di Desa pesantren dan mempertimbangkan sejarah desa-desa di tepi jalan lintas Jawa. Pada umumnya, maka perlu ditambahkan satu lagi kategori penggolongan sosial penduduk desa Jawa yaitu pengelompokan berdasarkan identitas etnik dan orientasi penghidupan yang bisa dibedakan antara golongan berorentasi "budaya pasar" yang diwakili keluarga-keluarga non-petani Jawa dan "budaya lahan" yang hingga saat ini masih menjadi orientasi sosio-ekonomi keluarga-keluarga Jawa di pedesaan. Oleh karena itu, penyelidikan-penyelidikan lebih lanjut perlu dilakukan terutama orang Kalang yang boleh disebut sebagai sub-kelompok etnik Jawa yang marjnal secara sosial-budaya namun secara ekonomi umumnya menjadi perantara penting dalam perkembangan perdagangan Jawa seperti halnya peran orang-orang Cina perkotaan.

f. Susminingsih[6] yang menyimpulkan bahwa Pengusaha batik bahwa pengusaha batik etnis Jawa memiiki etos dagang : bersikap baik atau hormat dab pedui terhadap siapa saja. Sedangkan fiosofi pengusaha dari etnis Arab yaitu berwatak keras. Keuletan dan ketabahan adalah kestimewaan mereka. Berbeda dengan fiosofi Cina yang memiliki filosofi mementingkan rasa keadian dan rasa kemanusiaam. Dari hasil anaisa data , antara ketiga etnis tersebut, memiiki pandangan yang sama terkait dengan kedudukan *trust* bagi hubungan bisnis. Bagi mereka *trust* adalah syarat utama agar bisnis bisa berlangsung lama dan saling menguntungkan. Proses trust building para informan dipengaruhi faktor internal (kamauan, kabaikan, kejujuran, dan integritas atau tidak) , dan faktor eksternal (ada tidaknya refrensi dari pengusha lain mengenai seseorang).

g. Muhammad Shultoni Yusuf[7] menyimpulkan bahwa 1) pengusaha thionghoa musim 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 Musim Yogyakarta ajaran Islam terlihat mempunyai pengaruh terhadap etika bisnis yang dijalankan dalam pedagangan. Dengan demikian, komunitas Tionghoa Musim Yogyakarta adalah corak komunitas yang berkuasa dalam wilayah perdagangan dan tidak marjinal yang secara struktura adalah bagian dari masyarakat sekitarnya. Oleh karena mereka rata-rata mempunyai modal yang kuat dan memiiki paham modernis.

h. Roni Mohammad & Mustofa[8] menyimpulkan bahwa tingkat pemahaman agama tentang Iman pedagang Pasar Minggu Telaga adalah tergolong tinggi. Demikian pula tingkat pemahaman tentang Ihsan pedagang pasar minggu telaga juga tergolong tinggi.

i. Akhmad Nur Zaroni , [9]la menyimpulkan bahwa konsep bisnis dalam Islam banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan beberapa tema: *Tijarah*, *al-bai*, *isytara*

---

[5] Dede Mulyanto, *"Orang Kalang, Cina, Dan Budaya Pasar di Pedesaan Jawa"*, Masyarakat dan Budaya, No.2, (Tahun 2008) ,Vol.10,hlm.36.

[6] Susminingsih, *Trust Buliding*,...,.hlm 66-87.

[7] Muhammad Shultoni Yusuf, *Etika Bisnis Komunita*,... hlm.57-74.

[8] Roni Mohammad & Mustofa , *"Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo"* , Al-Mizan , No.1, (Juni 2014) , Vol.10, hlm13-15.

[9] Akhmad Nur Zaroni, *"Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)",MAZAHIB: Vol.IV, No.2, Desember 2007.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dan *tadayantum*. Dari kesemua tema tersebut menunjukkan bahwa bisnis dalam perspektif Islam pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material yang tujuannya hanya semata-mata mencari keuntungan duniawi, tetapi juga bersifat *immaterial* yang tujuannya mencari keuntungan dan kebahagiaan *ukhrawi*.

j. Muhammad Saifullah, [10]Ia menyimpulkan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi *gharar*, tidak menimbun barang, tidak melakukan *al-ghab* dan *tadlis*, dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.

k. Ahmad Zaini,[11]Ia menyimpulkan bahwa etos kerja harus didasarkan pada niat beribadah karena Allah dalam rangka mencari *ma'isyah* dan *Fadhilah* Allah dengan sungguh-sungguh mencarinya. Karena, dalam konteks Islam, etos kerja akan meningkatkan produktivitas seseorang.

l. Muhammad Ersya F & Siti I.Faiza, [12]Ia menyimpulkan bahwa pedagang etnis Madura di pusat Gosi Surabaya mengartikan dan meneapkan etos kerja etnis Madura, yaitu bekerja keras dan merantau serta telah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik seperti kejujuran, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis, tidak melakukan sumpah palsu, ramah-tamah, tidak boleh menjelekkan bisnis oranglain, takaran, ukuran, dan timbangan benar, bisnis tidak boleh mengganggu ibadah kepada ALLAH SWT, dan bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

m. Wahyu Mijil Sampuno [13], Ia menyimpulkan bahwa ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggungjawab, kehendak bebas, dan kebajikan (*ihsan*) seta hasil penelitian yang dilakukan, maka perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah mengintegrasi kelima aksioma etika bisnis Islam tersebut terhadap beberapa aspek paameter kemajuan bisnis.

n. Puji Riyanti, [14] Ia menyimpulkan 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. Namun *stereotip* enis diantara keduanya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial kedua etnis dalam kehidupan sehari-hari.

o. Tri Joko Sri H,[15] Ia menyimpulkan bahwa proses integrasi semakin mengarah pada bentuk akulturasi maupun bentuk munculnya budaya baru. Dalam arti, dua atau tiga masyarakat dengan latar belakang budaya yang terlibat dalam proses integrasi masing-masing tidak

---

[10] Muhammad Saifullah, " *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*", IAIN: Semarang, Vol.19.No.1, Mei 2011.

[11] Ahmad Zaini, "*Meneladani Etos Kerja Rasulullah*", STAIN: Kudus, Bisnis, Vol.3, No.1, Juni 2015

[12] Muhammad Ersya F & Siti I.Faiza, " *Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Di Tinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*", Universitas Airlangga, JESTT, Vol.1. No.3 Maret 2014.

[13] Wahyu Mijil Sampuno, *"Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Tehadap Kemajuan Bisnis Home Industri Pada Perusahaan Bandeng Montok UMMUQONI Pemalang, JATENG"*,UII: Yogyakarta, JIE Lariba, Vol.2(1) 2016.

[14] Puji Riyanti, *"Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina Dan Etnis Jawa Di Pasar Tradisional"*, Komunitas ISSN 2086-5465,Vol. 5 (1) 2013:53-63.

[15] Tri Joko Sri H, *"Integrasi Arab,...*hlm.13-26.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

berada dalam keadaan dominan dan sub-ordinat, melainkan akan muncul budaya baru yang dapat diterima oleh semua etnis yang terlibat dalam proses integrasi.

p. Siti Nur Azizaturahman & Imron Mawardi,[16] Ia menyimpulkan bahwa secara umum para pedagang muslim pasar Wonokromo memahami etika sebagai tatakrama dan perilaku yang baik dalam bedagang, serta para pedagang juga sudah memahami etika berdagang Islami.

Tabel 1.1
Perbandingan Penelitian Tedahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Wahyu Mijil Sampuno, *"Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Tehadap Kemajuan Bisnis Home Industri Pada Perusahaan Bandeng Montok UMMUQONI Pemalang, JATENG"*,UII: Yogyakarta, JIE Lariba, Vol.2(1) 2016.	Ia menyimpulkan bahwa ditinjau dari segi eimplementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggungjawab, kehendak bebas, dan kebajikan (*Ihsan*) seta hasil penelitian yang dilakukan, maka perusahaan Bandeng Montok Ummuqoni telah mengintegrasi kelima aksioma etika bisnis Islam tersebut terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis.	Perbedaannya yaitu dalam penelitian Wahyu Mijil, ia meneliti dampak penerapan etika Bisnis Islam sebagai pengukur kemajuan bisnis suatu perusahaan, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek etika bisnis Islam sebagai alat peninjau etika dagang dari komunitas Jawa, Tionghoa dan Arab
2	Ahmad Zaini, *"Meneladani Etos Kerja Rasulullah"*, STAIN Kudus, Bisnis, Vol.3, No.1, Juni 2015	Ia menyimpulkan bahwa etos kerja harus didasarkan pada niat beribadah karena Allah dalam rangka mencari *ma'isyah* dan *Fadhilah* Allah dengan sungguh-sungguh mencarinya. Karena, dalam konteks Islam, etos kerja akan meningkatkan produktivitas seseorang.	Perbedaannya yaitu penelitian Ahmad Zaini membahas tentang meneladani etos kerja Rasulullah, sedangkan peneliti membahas tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan
3	Rahmani T.Y & Mega Oktaviani , " *Pengaruh agama dan budaya terhadap etos kerja pebisnis muslim suku bugis di kabupaten Nunukan Kalimantan Utara"*. Millah ,No. 2. (2 Agustus 2014) , Vol.XIII.	Ia menyimpulkan bahwa pengaruh agama dalam etos kerja seorang pengusaha sangat berperan besar. Tanpa agama bisnis tidak akan berjaan dengan baik. Jikapun ada yang menemukan kasus seorang pengusaha tidak pernah menjalankan sesuai hukum agama, mustahi walaupun sedikit tidak memiiki niai-nilai agama ,	Perbedaannya yaitu Rahmani T.Y & Mega O. Meneliti pengaruh agama dan Budaya tehadap etos kerja pebisnis muslim di suku bugis Nunukan Kalimantan, sedangkan dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

[16] Siti Nur Azizaturahman & Imron Mawardi, " *Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya* " (Studi Kasus Pedagang Buah), Universitas Airlangga, JESTT,Vol.1. No. April,2014.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		tidak sempurna sekalipun. Agama menjadi pondasi dari suku bugis dalam menjalankan bisnisnya , baik bisnis kelas bawah, menengah , dan atas. Nilai-nilai agama yang dipraktekkan zaman Rasulullah sangat menjadi acuan. Keuletan, kejujuran , disipin, dan bersodaqoh ini menjadi rutinitas wajib di tiap bulannya.	
4	Roni Mohammad & Mustofa , "*Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo*" , Al-Mizan , No.1, (Juni 2014) , Vol.10	Ia menyimpulkan bahwa tingkat pemahaman agama tentang Iman pedagang Pasar Minggu Telaga adalah tergolong tinggi. Demikian pula tingkat pemahaman tentang Ihsan pedagang pasar minggu telaga juga tergolong tinggi	Perbedaanya yaitu pada penelitian Roni Mohammad ia meneliti pengaruh tingkat pemahaman agama terhadap perilaku bisnis pedagang pasa Minggu Telaga Gorontalo, sedangkan pada penelitian ini peneliti meneliti tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.
5	Siti Nur Azizaturahman & Imron Mawardi, " *Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya* " (Studi Kasus Pedagang Buah), Universitas Airlangga, JESTT,Vol.1. No. April,2014.	Ia menyimpulkan bahwa secara umum para pedagang muslim pasar Wonokromo memahami etika sebagai tatakrama dan perilaku yang baik dalam bedagang, serta para pedagang juga sudah memahami etika berdagang Islami	Perbedaannya yaitu, Siti Nu A. Meneliti pemahaman etika berdagang pada pedagang muslim di Pasar Wonokromo Surabaya, sedangkan peneliti meneliti etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.
6	Muhammad Ersya F & Siti I.Faiza, " *Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Di Tinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*", Universitas Airlangga, JESTT, Vol.1. No.3 Maret 2014.	Ia menyimpulkan bahwa pedagang etnis Madura di pusat Gosi Surabaya mengartikan dan meneapkan etos kerja etnis Madura, yaitu bekerja keras dan merantau serta telah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik seperti kejujuran, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis, tidak melakukan sumpah palsu, ramah-tamah, tidak boleh menjelekkan bisnis oranglain, takaran, ukuran, dan timbangan benar, bisnis tidak	Perbedaannya yaitu terletak pada subjek dan objek penelitian. Subjek pada penelian Muhammad Ersya yaitu etnis Madura, objek penelitiannya etos kerja , sedangan pada penelitian ini subjek penelitiannya komunitas Etnis Jawa, Tionghoa dan Arab, sedangkan objek penelitiannya adalah etika bisnis Islam.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		boleh mengganggu ibadah kepada ALLAH SWT, dan bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.	
7	Puji Riyanti, *"Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina Dan Etnis Jawa Di Pasar Tradisional"*, Komunitas ISSN 2086-5465,Vol. 5 (1) 2013:53-63.	Ia menyimpulkan 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 telihat 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. Namun *stereotip* enis diantara keduanya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial kedua etnis dalam kehidupan sehari-hari.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada subjek yang teliti. Puji Riyanti meneliti terkait relasi sosial pedagang antara etnis Cina dan etnis Jawa, sedangkan dalam penelitian ini peneliti membahas adaptasi dan relasi dagang antara etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab.
8	Tri Joko Sri H, *"Integrasi Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya"*. Biokultur, Vol.II/No.1/Januari-Juni 2013.	Ia menyimpulkan bahwa proses integrasi semakin mengarah pada bentuk akulturasi maupun bentuk munculnya budaya baru. Dalam arti, dua atau tiga masyarakat dengan latar belakang budaya yang terlibat dalam proses integrasi masing-masing tidak berada dalam keadaan dominan dan sub-ordinat, melainkan akan muncul budaya baru yang dapat diterima oleh semua etnis yang terlibat dalam proses integrasi.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada subjek dan objek pelitian. Tri Joko meneliti terkait integrasi etnis Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya, sedangkan dalam penelitian ini Subjek dan objeknya adalah etnis Jawa, Tionghoa,dan Arab di Kota Pekalongan.
9	Susminingsih, *"Trust*	Ia meyimpulkan bahwa	Perbedaan dalam penelitian

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	Buliding & Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa, Arab, dan Cina di Kota Pekalongan", STAIN Pekalongan, No 1, (Mei 2012), Vol.9	pengusaha batik etnis Jawa memiliki etos dagang yang bersifat baik atau hormat dan perdulu terhadap siapa saja. Sedangkan filosofi pengusaha batik etnis Arab itu berwatak keras. Keuletan dan ketabahan adalah keistimewaan mereka. Yang terakhir yaitu dari etnis Cina yang memiliki filosofi hidup : rasa keadilan, dan rasa kemanusiaan. Dari filosofi tersebut, pengusaha Cina mempunyai etos dagang yaitu Sederhana, pekerja keras, dan cerdas, fleksibel, tahan banting, dan berani mengambil risiko.	ini yaitu susminingsih meneliti terkait trust building dan filosofi kerja pengusaha batik etnis Jawa, Arab, dan Cina di Kota Pekalongan, sedangkan dalam penelitian ini peneliti meneliti etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab.
10	Muhammad Shultoni Yusuf, *"Etika Bisnis Komunitas Thionghoa Muslim Yogyakarta* (Kajian Atas Etos Kerja Konfusianisme Dalam Perspektif Islam)" , Religia, No.1, (April 2011) ,Vol.14	Ia menyimpulkan bahwa *pertama*, pengusaha Tionghoa Muslim di Kota Yogyakarta berpegang 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. Yang *kedua*, bagi pengusaha Tionghoa Muslim Yogyakarta, ajaran Islam terlihat mempunyai pengaruh terhadap etika bisnis yang dijalankandalam perdagangan. Hal ini ditunjukkan dengan perwujudan ajaran-ajaannya dalam tindakan nyata dan dianggap sebagai sumber progesifitas dalam kegiatan bisnis mereka.	Perbedaannya yaitu pada subjek penelitian, Muhammad Shultoni hanya meneliti Etika bisnis komunitas Tionghoa Muslim di Yogyakarta, sedangkan dalam penelitian ini peneliti meneliti komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan
11	Muhammad Saifullah, " *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*", IAIN: Semarang, Vol.19.No.1, Mei 2011.	Ia menyimpulkan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi	Perbedaannya yaitu penelitian Muhammad Saifullah fokus membahas etika bisnis Islam dalam praktek bisnis Rasulullah, sedangkan peneliti

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan *al-ghab* dan *tadlis*, dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.	membahas tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.
12	Aris Baidowi, "*Etika Bisnis Perpektif Islam*",JHI, e-Journal.Stain Pekalongan, ISSN(P):1829-7382, Volume 9, No 2, (Desember 2011(2390250)).	Ia menyimpulkan bahwa etika merupakan suatu pedoman moral bagi semua tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik buruk suatu tindakan. Agama merupakan kepercayaan akan sesuatu kekuatan supranatural yang mengatur dan mengendalikan kehidupan manusia. Etika Islam mengatur segala aspek termasuk ekonomi bahwa mesti ada kesepadanan untuk membedakan antara kebaikan dan keburukan. Praktek ekonomi, bisnis, wirausaha dan lainnya yang bertujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, diperintahkan dan dipandu baik oleh aturan-aturan ekonomi yang bersifat rasional maupun dituntut oleh nilai-nilai agama	Perbedaan yaitu pada penelitian Ariz Baidowi ia hanya meneliti etika bisnis dalam pespektif Islam, sedangkan dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.
13	Sri Nawatmi, "*Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam*", Fokus Ekonomi (FE) Universitas Stikubank, Semarang, ISSN: 1412-3851. Vol.9, No,1 (April 2010).	Ia menyimpulkan bahwa Islam sebagai *Way Of Life* tak bisa dipungkiri lagi karena Islam adalah ajaran yang lengkap dan *Universal*. Aturannya jelas dan aplikatif. Tak ada satupun sisi kehidupan manusia yang tidak diatur dalam Islam, termasuk dalam dunia bisnis. Sayangnya banyak perusahaan yang belum menerapkan etika dalam bisnisnya, sehingga yang terjadi adalah persaingan yang tidak imbang antara pemodal kuat dengan pemodal lemah, ada banyak ketidakadilan, munculnya moral hazard, penyuapan dan	Perbedaan yaitu pada penelitian Si Nawatmi ia hanya meneliti etika bisnis dalam pespektif Islam, sedangkan dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		lain-lain. Oleh karena itu, perlu pengintegrasian etika ke dalam dunia bisnis	
14	Dede Mulyanto, *"Orang Kalang, Cina, Dan Budaya Pasar di Pedesaan Jawa"*, Masyarakat dan Budaya, No.2, (Tahun 2008) ,Vol.10	Ia menyimpulkan bahwa kajian atas pedesaan Jawa umumnya berada pada tiadanya persoalan keragaman identitas kesuku-bangsaan dan perkembangan "budaya pasar" oleh kelompok-kelompok non-Jawa. Dari kenyataan adanya orang Kalang dan orang Cina di Desa Pesantren dan mempertimbangkan sejarah desa-desa di tepi jalan lintas Jawa pada umumnya, maka perlu ditambahkan satu lagi kategori penggolongan sosial penduduk desa Jawa, yaitu pengelompokkan berdasarkan identitas etnik dan orientasi penghidupan yang bisa dibedakan antara golongan berorientasi "budaya pasar" yang diwakili keluarga-keluarga non petani Jawa dan "budaya lahan" yang hingga saat ini masih menjadi orientasi sosio ekonomi keluarga-keluarga Jawa Pedesaan.	Perbedaannya yaitu Dede Mulyanto meneliti terkait masyarakat dan budaya orang Kalang Cina di pedesaan Jawa, sedangkan pada penelitian ini peneliti meneliti tentang etika bisnis Islam .
15	Akhmad Nur Zaroni, "*Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)",MAZAHIB: Vol.IV, No.2, Desember 2007.	Ia menyimpulkan bahwa konsep bisnis dalam Islam banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan beberapa tema: *Tijarah*, *al-bai*, *isytara* dan *tadayantum*. Dari kesemua tema tersebut menunjukkan bahwa bisnis dalam perspektif Islam pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material yang tujuannya hanya semata-mata mencari keuntungan duniawi, tetapi juga bersifat *immaterial* yang tujuannya mencari keuntungan dan kebahagiaan *ukhrawi*.	Perbedaanya yaitu pada penelitian Akhmad N.Z ia meneliti bisnis dalam perspektif Islam, sedangkan pada penelitian ini peneliti meneliti tentang etika bisnis Islam komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

16	Fitri Amalia dan Kuncoro Bayu Prasetyo ,"*Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Thionghoa Di Pasar Semawis Semarang*" , Unnes ISSN 2252-7133.	Ia menyimpulkan bahwa etos budaya kerja pedagang etnis Tionghoa memiiki enam etos kerja yaitu kerja keras, hemat, dispiin, jujur, kemandirian dan *profit oriented*. Etos budaya kerja tersebut terbentuk karena diatarbelakangi oleh beberapa faktor yakni kekerabatan, faktor tradisi atau adat istiadat serta faktor imu pengetahuan.	Pebedaannya yaitu pada objek dan subjek penelitian. subjek dan Objek pada penelitian yang dilakukan Fitri A & Kuncoro yaitu subjeknya: pedagang etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang dan objeknya yaitu etos budaya kerja, sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitiannya yaitu etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan, sedangkan objek penelitiannya yaitu etika bisnis Islam.

Sehingga berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu di atas, dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu di atas. Yang kemudian dilakukan penambahan yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Adapun perbedaan yang dapat ditemukan dari beberapa penelitian terdahulu dari segi kerangka teori, dan juga hasil yang ingin ditemukan. Dimana dalam penelitian ini peneliti menganalisis pelayanan pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan, penerapan nilai-nilai berdagang pada komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam beradaptasi dan membangun relasi, menganalisis etos dagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam perspektif etika bisnis Islam, serta mengetahui bagaimana relasi dagang antara ke tiga komunitas tersebut di Kota Pekalongan, yang dinilai belum ditemukan di penelitian-penelitian sebelumnya.

B. Kerangka Teori

1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam terdiri atas kata etika, bisnis, dan Islam. Sebelum mengemukakan definisi etika bisnis Islam, besar manfaatnya bila dikemukakan terlebih dahulu walaupun dengan cara singkat tentang doktrin Islam dikenal masyarakat Muslim selama ini. Terlalu umum sesungguhnya untuk mengulang kembali perihal tri-partitif ajaran ilslam, yakni: akidah (*al-iman*), syariah (*al-Islam*) dan akhlak (*al-ihsan*) yang sejatinya telah dikenal luas oleh masyarakat *ummatan muslimatan* pada umumnya dan kaum terdidik khususnya.[17]

Ketiga bidang ajaran Islam ini dipastikan harus melandasi dan sekaligus mewarnai aktifitas hidup dan kehidupan setiap *Muslim/Muslimat* dalam menjalankan tugas kehambaann dan kemanusiaannya. Termasuk dalam aktivitas ekonomi khususnya bisnis. Aktifitas ekonomi seseorang Masyarakat *Muslim/Muslimat* tidak semata-mata didasarkan pada asa *tauhidullah* (pemahaesaaan Allah) yang menjadi tiang pancang akidahnya, dan berbingkaikan fiqih muamalah yang menjadi pedoman atau penuntunnya, akan tetapi juga harus didasarkan pada akhlak (etika) yang menjadi pengawalnya.

Dalam Islam, Pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Artinya, konsep bisnis dalam Islam yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan sehat merupakan nilai-nilai universal bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim. Selain itu, model transaksi hendaknya

[17] Muhammad Amin Suma, "*Ekonomi Dan Keungan Islam*", (Jakarta: Kholam Publising, Februai 2008), h lm, 291.

menjadi perhatian serius dari perilaku muslim. Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus di dasari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai-nilai moralitas merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar, karena inu merupakan refleksi dari keimanan kepada Allah. dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan melainkan juga keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari sebuah usaha yaitu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi Allah SWT. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam menerapkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut yang dijadikan indikator atau alat penilaian antara etika berdagang dalam Islam dengan etos berdagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab:

1. Jujur dalam menakar dan menimbang
2. Menjual barang yang halal
3. Menjual barang yang baik mutunya
4. Tidak menyembunyikan cacat barang
5. Tidak melakukan sumpah palsu
6. Longgar dan murah hati
7. Tidak menyaingi penjual lain
8. Tidak melakukan riba
9. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.[18]

Dalam pergaulan sehari-hari, kata akhlak umum diidentikkan dengan kata etik di samping moral dan etika biasa disamakan dengan ilmu akhlak. Etika, berasal-usul dari kata Yunani, *ethos*, jamaknya *ta etha* yang secara hafiah berarti: adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Etik adalah: "kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; di samping juga diartikan dengan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat." "etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan (ilmu) tentang hak dan kewajiban moral (akhlak)." [19] juga bisa diartikan dengan: "filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk. Kecuali etika mempelajari tentang nilai-nilai, ia juga merupakan pengetahuan tentang batin, tiap orang mempunyai etosnya yaitu sikap batin yang sesuai dengan norma-norma etik."[20]

Akhlak sendiri berasal dari kata Arab-Qur'ani, jamak dari *khuluq* yang secara literal berarti: tabiat, budi pekerti, kebiasaan, keprawiraan, kekasatriaan, agama, kejantanan dan kemarahan.

Bisnis berasal dari kata Inggris, *business (bizness)*, artinya: perusahaan atau usaha, seperti dalam ungkapan '*the grocery business*' = perusahaan sayur-sayuran, dan ungkapan: "*this store is going out of business*" = toko ini akan menghentikan usahanya. Dalam bahasa Indonesia, bisnis diartikan dengan: "Usaha komersial dalam dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang."

Dari bahasan di atas terkait etika dan bisnis, dapat dirumuskan bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis adalah ilmu yang membahas tentang usaha komersial dari sudut pandang baik buruk dan salah benar menurut ukuran moral. Dan yang dimaksud dengan etika bisnis Islam atau etika bisnis dalam Islam , ialah: ilmu yang membahas perihal usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta salah dan benar menurut standar akhlak Islam. Mengingat secara harfiah etika itu identik benar atau biasa diidentikkan dengan akhlak, maka istilah etika ekonomi atau lebih tepatnya akhlak ekonomi Islam.

---

[18] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam,* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2008),hal.160

[19] Menurut penuturan sejumlah jamaah masjid dan terutama beberapa orang pengurusnya, Masjid al-Hikmah Den-haag ini konon asalnya adalah gereja orang-orang Belanda yang kemudian dibeli oleh seorang dermawan Muslim Indonesia, Bapak Probosutedjo. Semoga Allah mengampuni berbagai kesalahannya, dan menganugerahi keberkahan kepadanya. Amin. Dalam Muhammad Amin Suma, *Ekonomi dan Keungangan Islam*,...hlm. 292.

[20] Amin menulis buku Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an.1,2, dan 3; pengantar Tafsir Ayat Ahkam dan tafsir ahkam/ disamping sejumlah makalah dan artikel dalam berbagai kesempatan \media. Dalam muhammad, *Ekonomi dan Keuangan Islam*, ...hlm.292.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Lima konsep kunci yang membentuk sistem etika Islam adalah: Tauhid, Kesetimbangan, kehendak bebas, dan pertanggung-jawaban.

a) Tauhid

Sistem etika Islam, yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, selalu tercermin dalam konsep tauhidullah (pemahaesaan Allah) yang dalam pengertian absolut, hanya berhubungan dengan Tuhan. Meskipun demikian, karena manusia besifat teomorfis, ia juga juga mencerminkan sifat ilahiah ini. Allah berkalam:

سَنُرِيهِمْ ءَايَٰتِنَا فِي ٱلْءَافَاقِ وَفِيٓ أَنفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ ٱلْحَقُّ ۗ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ أَنَّهُۥ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ ٥٣

(Fushsilat:53). *Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) Kami di segala wilayah bumi dan pada diri mereka sendiri, hingga jelas bagi mereka bahwa Al Quran itu adalah benar. Tiadakah cukup bahwa sesungguhnya Tuhanmu menjadi saksi atas segala sesuatu.*

Tauhid merupakan konsep serba ekslusif dan sekaligus serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan al-Khaliq dengan makluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat oleh semua makhluk kepada kehendakNya. Dalam pengertian yang lebih dalam, konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam. Ia memadukan di sepanjang garis vertikal segi politik, ekonomi, sosial, dan religius dari kehidupan manusia menjadi suatu kebulatan yang homogen, yang konsisten dari dalam dan luar sekaligus terpadu dengan alam luas.

b) Kesetimbangan

Sebagai tambahan terhadap dimensi vertikal adalah al-'adl (kesetimbangan), yang dalam pengertian lebih mendalam menunjukkan suatu imbangan daya kesetimbangan. Pada sifat mutlak, ini merupakan sifat tertinggi Allah; yang mengingkarinya berarti merupakan pengingkaran pula terhadap Nya. Berikutnya pada tingkat kesetimbangan juga harus menandai semua ciptaan Nya yang mesti mencerminkan sifat-sifat Nya.

ٱلَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَٰوَٰتٍ طِبَاقًا ۖ مَّا تَرَىٰ فِي خَلْقِ ٱلرَّحْمَٰنِ مِن تَفَٰوُتٍ ۖ فَٱرْجِعِ ٱلْبَصَرَ هَلْ تَرَىٰ مِن فُطُورٍ ٣ ثُمَّ ٱرْجِعِ ٱلْبَصَرَ كَرَّتَيْنِ يَنقَلِبْ إِلَيْكَ ٱلْبَصَرُ خَاسِئًا وَهُوَ حَسِيرٌ ٤

(Al-Mulk :3&4) 3). Yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang 4). Kemudian pandanglah sekali lagi niscaya penglihatanmu akan kembali kepadamu dengan tidak menemukan sesuatu cacat dan penglihatanmu itupun dalam keadaan payah.

c) Kehendak bebas

Salah satu kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial termasuk sosial ekonomi adalah konsep mengenai manusia bebas/merdeka. Maksudnya, hanya Tuhanlah yang mutlak bebas, tetapi dalam batas-batas skema penciptaan Nya manusia juga secara relatif bebas. Berlawanan dengan apa yang disebar-luaskan oleh kalangan non Muslim, menurut Islam, manusia tidak diikat dengan takdir dalam artian harfiah. Setelah diberi kecakapan untuk memilih, ia memiliki kemerdekaan untuk menjadi seperti Tuhan dengan mewujudkan sifat teomorfisnya guna memanfaatkan kehendak bebasnya. Tentu kebebasan yang dipandu oleh kebenaran mutlak *kalam Allah* dan *Sunatullah*.

d) Pertanggung-jawaban

Yang secara logis berhubungan dengan kehendak bebas adalah aksioma pertanggungjawaban. Allah menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan manusia dengan membuatnya bertanggungjawab atas semua yang ia lakukan:

مَّن يَشْفَعْ شَفَٰعَةً حَسَنَةً يَكُن لَّهُۥ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَن يَشْفَعْ شَفَٰعَةً سَيِّئَةً يَكُن لَّهُۥ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ ٱللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ٨٥

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

(An-Nisa:85). Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik. niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa'at yang buruk. niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu

Selanjutnya, pemujaan kepada individualisme yang tidak terkendalikan dan tidak beretika, juga tidak diperkenankan oleh Islam. Kebebasan harus diimbangi dengan pertanggungjawaban jika ketentuan-ketentuan kesetimbangan Allah dipenuhi. Manusia setelah menentukan daya pilih antara yang baik dan buruk, harus menjalani konsekuensi logisnya.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ٣٨

(al-Muddatsi:38) . Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.

Menurut Toto Tasmara makna bekerja bagi seorang muslim adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh, dengan mengerahkan seluruh aset, pikir, dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba Allah yang harus menundukkan dunia dan menempatkan dirinya sebgai bagian dari masyarakat yang terbaik atau dengan kata lain dapat jika dikatakan bahwa hanya dengan bekerja manusia itu memanusiakan dirinya.[21]

Lebih lanjut dikatakan bahwa yang membedakan antara Islam dan kafir adalah dengan semangat kerja dalam Islam ialah kaitannya dengan niat serta cara meraih tujuannya. Bagi seorang muslim, bekerja merupakan kewajiban yang hakiki dallam rangka menggapai ridha Allah SWT, sehingga kesadaran bekerja disebut dengan jihad fi sabilillah. Adapun orang-orang kafir bersungguh-sunguh untuk kesenangan duniawi semata-mata, bahwa bersungguh-sungguh untuk memuskan hawa nafsu. [22].

2. Teori Pelayanan Pedagang Dalam Islam

Pelayanan memiliki arti yang sangat luas dalam hal pekerjaan dan cara cepat bekerja dari pada juru layan yang semuanya ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pedagang atau pelayan yang terdidik dengan baik dan mengerti akan pekerjaannya tentunya tidak akan berhenti setelah usahanya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau plenggan berhasil, akan tetapi dia berusaha terus tetap agar dia dapat melayani dan mendahului sebelum konsumen atau pelanggannya menyampaikan keinginannya. Di samping ramah tamah dari pedagang juga tidak kalah pentingnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau pedagang.[23]

Untuk mencapai tingkat pelayanan yang tinggut setiap pedagang harus memiliki ketrampilan tertentu, diantaranya penampilan yang baik dan menarik, sopan, ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam melayani, tidak merasa tinggi hati karena dibutuhkan, menguasai pekerjaan dengan baik, mampu berkomunikasi dengan baik.[24]

Menurut Zeithaml[25] dari hasil penelitian pada 12 fokus grup di Amerika, menghasilkan adanya 10 dimensi kualitas pelayanan dan selanjutnya disederhakan menjadi 5 dimensi:

a. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara cepat.

---

[21] Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami,* (Jakarta: Gema Insani,2002),hlm.25

[22] *Ibid*, hlm.37

[23] Wirdayani Wahab, *"Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri erbankan Stariah Di Kota PekanBaru"*, Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam. Vol 2, Nomor 1, (Januari-Juni 2017), Sekolah Tinggi Ekonomi Mahaputra Riau, hlm.16

[24] *Ibid*

[25] Zeithaml, Valare, &Birner, *Services Marketing*, (New York: McGrawHill, 1996), dalam Wirdayani, Jurnal Kajian,...., hlm 16.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

b. Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu konsumen atau pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan seharga.
c. Empati (*Emphaty*) adalaha memiliki rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing konsumen atau pelanggan.
d. Kepastian (*Assurance*) adalah pengetahuan dan keramahan pedagang untuk memberi kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan,
e. Keberwujudan (*Tangible*) adalah penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil, dan perlengakapan-perlengakapan komunikasi.

Samparan (dalam L.P Sinambela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyuguhi (orang) dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan,menerima dan menggunakan.[26]

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan,agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.[27]

Menurut Istijanto Oei bahwa pelayanan dalam bisnis memiliki arti yang sama dengan pentingnya barang yang dijual. Bagaimanapun baiknya kualitas barang, kalau layanannya buruk maka nilai barang akan turun atau bahkan menjadi negatif. Bahkan, kalau tidak ada barang yang dijual tanpa pelayanan. Pelayanan memang hanya bersifat pendukung namun penting di mata pembeli.[28]

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu indikator yang digunakan pada variabel pelayananan yaitu: a) Keandalan (*Reliability*) yaitu meliputi : bersikap sabar terhadap pelanggan, melayani pelanggan dengan cepat dan tanggap, b) Ketanggapan (*Responsiveness*) yang meliputi tidak membebankan ongkos pengiriman terhadap pelanggan:, c) Empati (*Emphaty*) yang meliputi: sopan santun, memberikan senyuman, bersikap lemah lembut, ramah. d) Kepastian (*Assurance*) yang meliputi: dapat menjaga kepercayaan pelanggan, pemberian bonus pada hari-hari tertentu kepada pelanggan, e) Keberwujudan (*Tangible*) meliputi: senantiasa mengantarkan barang pesanan pelanggan.

3. Nilai-Nilai Berdagang Dalam Islam[29]

Yang dimaksud dengan prinsip umum atau tiang pancang etika bisnis dalam tulisan ini ialah hal-hal atau tepatnya karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis; dan karakter ini suka atau tidak suka dan mau atau tidak mau harus dimiliki oleh setiap pebisnis apalagi pebisnis Muslim/Muslimat yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis. Di antara tiang pancang etika bisnis yang dimaksud ialah:

a. Iktikad Baik

Iktikad artinya kepercayaan: keyakinan yang teguh (kuat). Bisa juga diartikan dengan kemauan dan maksud. Dengan demikian maka yang dimaksud dengan iktikad baik dalam tulisan ini yaitu kemauan, maksud atau tepatnya keyakinan yang baik untuk melakukan bisnis dan

[26] Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007),hlm.5

[27] Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum,* (Jakarta: Bumi Aksara,2006), hlm 27.

[28] Istijanto Oei, Rahasia Sukses Toko Tionghoa, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, Utama, 2009) hlm..81

[29] Muhammad Amin Suma, *Ekonomi dan Keuangan*,...hlm 309.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

memenuhi hal-hal yang bertalian dengan berbisnis. Kemauan, maksud atau keyakinan adalah perbuatan kata hati. Dalam ajaran Islam, ada satu ajaran yang dikenal dengan niat, yang menjadi pangkal tolak pekerjaan hati. Dalam lapangan ibadah, atau bahkan juga muamalah, niat merupakan salah satu hal yang dianggap penting dalam menentukan baik buruk atau tidaknya sesuatu dalam konteks ini bisnis atau dagang.

Meskipun peranan niat dalam bidang muamalah tidak selamanya terkait atau dikait-kaitkan dengan sah-tidaknya suatu akad (transaksi), namun niat dipastikan turut menentukan atau sekurang-kurangnya turut mempengaruhi transaksi pada khususnya dan hubungan dunia usaha pada umumnya. Sebab, bagaimanapun tingkah laku manusia itu mustahil bisa terlepaskan apalgai dilepaskan dari perbuatan hati yang daripadanya terekspresikan niat atau iktikad baik. Kata-kata iktikad baik menunjukkan kemungkinan iktikad buruk bagi orang/pihak tertentu dalam melakukan hubungan bisnis.

Berlainan dengan iktikad baik yang harus dibangun dan dipupuk keberadannya; iktikad buruk dalam hal hal bisnis dan lain-lain mutlak harus diwaspadai dan diperangi. Sebab, tidak sama dengan iktikad baik yang akan memuluskan dan melanggengkan dunia pasar dan dunia usaha, iktikad buruk justru dipastikan akan merusak pasar dan dunia usaha. Namun demikian, iktikad baik saja belum tentu cukup tanpa dibarengi dengan aksi nyata di lapangan yang harus dikawal dengan kejujuran dan kesetiaan yang menjadi prinsip umum lainnya dalam etika berbisnis. Inilah yang dalam tradisi fikih Islam lazim dikenal dengan padunya niat pengamalan (*muqtarinan bif'lihi*)[30]

b. Kejujuran

Setiap akad (transaksi) dalam bisnis pasti dibangun oleh dua pihak atau malah lebih. Akad itu sendiri terlahir atas persetujuan-persetujuan yang disepakati para pihak, baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis. Akad yang telah disepakati itu, dalam pelaksanaannya di lapangan tidak jarang mengundang permasalahan yang boleh jadi tidak diduga pada waktu-waktu sebelumnya. Permasalahan akan menjadi ruwet ketika salah satu apalagi para pihak yang terlibat berbisnis tidak lagi memiliki iktikad baik untuk menyelesaikannya dengan penuh kejujuran dan kepatuhan serta bertanggung jawab. Sebaliknya, masalah atau permasalahan akan bisa diselesaikan dengan relatif mudah manakala di dalam diri para pihak terdapat iktikad baik yang di dasarkan pada prinsip kejujuran dan kepatuhan berakad.

Jujur adalah lurus hati; tidak berbohong (misalnya dengan berkata apa adanya); tidak curang; tulus; ikhlas. Kejujuran adalah sifat (keadaan) jujur; ketulusan hati; kelurusan (hati).

c. Kesetiaan/Kepatuhan

Setia artinya berpegang teguh (pada janji, pendirian, dan sebagainya); patuh; taat. Kesetiaan maksudnya keteguhan hati, ketaatan (dalam persahabatan, perhambaan, dan sebagainya); kepatuhan. Patuh artinya penurutm dengar-dengaran, taat; suka menurut (perintah dan sebagainya); berdisiplin, sedangkan kepatuhan artinya sifat patuh; keadaan patuh; atau ketaatan,

Kesetiaan dan kepatuhan ini menjadi samgat penting dalam dunia bisnis. Lebih-lebih dunia bisnis Islami. Kesetiaan lebih dipentingkan dari pada di dunia barat sekarang ini. Kesetiaan itu mencakup hubungan amtara suatu perusahaan dengan para pelanggannya dan perusahaan lain, serta hubungan antara majikan dengan karyawannya dan dalam hal ini berlaku secara timbal balik.

Iktikad baik, kejujuran dan kepatuhan adalah tiga hal yang amat penting dalam soal pelaksanaan persetujuan setiap akad, apalagi akad bisnis. Kejujuran dan kepatuhan yang telah diuraikan dia atas merupakan dua hal yang sesungguhnya mendapatkan perhatian serius baik dari wahyu ilahi maupun undang-undang.

---

[30] Muhammad Amin Suma, *Ekonomi dan Keuangan*,...hlm.310.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Sama dengan ketentuan yang terdapat dalam Burgerlijk Wetboek, di dalam al-Qur`an juga dijumpai perintah supaya menjunjung tinggi kejujuran dan mematuhi akad (transaksi) yang telah disepakati.

d. Tanggung-jawab

Dari beberapa prinsip umum atau tiang panca etika ekonomi bisnis Islami di atas (iktikad baik, kejujuran, kepatuhan/kesetiaan dan tanggungjawab), dapatlah disimpulkan bahwa dengan modal etika bisnis Islami sebagaimana disebutkan di atas, sekurang-kurangnya dalam keadaan tertemtu, seseorang atau sekelompok orang bisa atau boleh melakukan bisnis tanpa didahului akad.

e. Teori Adaptasi

Menurut Gerungan, adaptasi adalah suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan. penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, jadi dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan pribadi.[31]

Interaksi sosial yang merupakan dasar dari semua proses sosial inipun menjadi dasar dari terbentuknya adaptasi sosial. Syarat-syarat interaksi sosial seperti tindakan sosial, kontak sosial, dan komunikasi sosial masuk ke dalam indikator adaptasi seseorang. Selain itu, bentuk-bentuk interaksi sosial seperti kerjasama, persaingan, konflik, serta asimilasi pun masuk ke dalam indikator pencapaian adaptasi sosial seseorang.

Adaptasi antar budaya merupakan suatu proses panjang penyesuaian diri untuk memperoleh "kenyamanan berada dalam suatu lingkungan yang baru. Dalam "Incultural Communication Theories", Gudykunst memaparkan bahwa teori adaptasi budaya termasuk ke dalam teori akomodasi dan adaptasi. Salah satu teori yang dikemukakan dalam paparan itu adalah teori adaptasi antarbudaya dari Elligsworth.

Ellingsworth[32]mengemukakan, perilaku adaptasi dalam interkultural diadik terkait antara lain dengan unsur adaptasi dalam gaya komunikasi. Gaya adslah tingkah laku arau perilaku komunikasi. Menurut Gudykunst dan Kim,[33] adaptasi dapat terjadi dalam dimensi kognitif. Dalam dimensi kognitif, terjadi penyesuaian bahasa verbal dan nonverbal. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa adaptasi dapat terjadi dalam dimensi perseptual, kognitif, dan perilaku.

Teori yang berfokus pada akomodasi dan adaptasi lainnya dikemukakan Gile. Teorinya disebut teori akomodasi komunikasi atau *Communication ccomodation Theory*(CAT). Teori ini bertolak dari teori akomodasi percakapan. Menurut teori ini, pembicara menggunakan strategi linguistik untuk mencapai persetujuan atau untuk menunjukkan perbedaan dalam interaksinya dengan orang lain. Strategi komunikator yang utama adalah berdasarkan pada motivasi divergensi dan konvergensi. Perpindahan linguistik ini untuk meningkatkan dan mengurangi jarak komunikasi. Sikap setuu dinyatakan dengan konvergensi. Sementara itu divergensi dilakukan sebagai pernyataan menolak.[34]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[31] Gerungan,W.A , *Psikologi Sosial*, (Bandung: PT.Uresco, 1991),hlm.55

[32] Ellingsworth (1998) dalam Ninik Sri Rejeki, 2007, *Perbedaan Budaya Dan Adaptasi Antar Budaya Dalam Relasi Kemitraan Inti-Plasma*, jurnal Studi Ilmu Komunkasi, FISIP, Volume 4,Nomor 2, Desember 2007,Yogyakarta:Universitas Atma Jaya, hlm 149.

[33] Guddykunst(1997) dalam Ninik Sri Rejeki, *Perbedaan Budaya*.....hlm.149

[34] GudyKunst,(2002) dalam Ninik Sri Rejeki, *Perbedaan Budaya*,.....hlm. 165

f. Teori Relasi Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab

a. Teori Relasi Antara Etnis Jawa dan Tionghoa

Puji Riyanti[35] menyatakan bahwa relasi sosial antara pedagang etnis Cina (Tionghoa) dan pedagang etnis Jawa yaitu masih telihat adanya jarak sosial yang lebih banyak dipengaruhi oleh etnisitas. Tetapi relasi sosial yang terbangun tidak membedakan adanya perbedaan etnis. Dalam kehidupan bermasyarakat, etnis Cina dan etnis Jawa hidup berdampingan dengan baik, keduanya Saling diuntungkan secara ekonomis. Namun *stereotip* enis diantara keduanya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial kedua etnis dalam kehidupan sehari-hari.

Baik pedagang dari etnis Cina (Tionghoa) maupun pedagang etnis Jawa dalam melayani pembeli tidak melihat perbedaan etnis, semua pembeli dilayani sama, perbedaan layanan hanya pada pembeli yang sudah berlangganan saja, itupun biasanya pada harga. Dalam masalah administrasipun antara pedagang etnis Cina (Tionghoa) maupun etnis Jawa tidak ada pebedaan. Kewajiban seluruh pedagang sama, apabila tidak sama maka akan mendapatkan sanksi seseuai peratuan yang ada.

Adat sopan santun Jawa yang menuntut penggunaan bahasa yang tepat, tergantung dari tipe interaksi tertentu, memaksa orang untuk terlebih dahulu menentukan setepat mungkin kedudukan orang yang di ajak bebicara. Sebagai etnis pendatang, etnis Cina (Tionghoa) sudah mampu fasih berbahasa daerah yaitu Jawa Ngoko atau biasa disebut bahasa Ngapak sebagai bahasa pergaulan sehari-hari, walaupun terkadang juga menggunakan bahasa Indonesia akan tetapi para pedagang sebagian besar menggunakan bahasa daerah ketika melayani pembeli.

Dalam menjalin kerjasama antara pedagang Cina (Tionghoa) dan pedagang Jawa ada suatu perbedaan, akan tetapi perbedaan tersebut tidak sampai menimbulkan suatu konflik yang serius. Sebagian besar pedagang Cina (Tionghoa) bersedia bekerjasama dengan semua pedagang baik sesama pedagang etnis Cina (Tionghoa) maupun pedagang etnis Jawa, akan tetapi berbeda dengan etnis Jawa yang lebih suka bekerjasama dengan pedagang yang satu etnis, yaitu etnis Jawa, dengan alasan, apabila satu etnis jadi dalam bekerjasama jadi lebih mudah, hubungan kekeluargaan atau juga karena dari pedagang Cina (Tionghoa) yang sulit untuk di ajak bekerjasama.

b. Teori Relasi Antara Etnis Arab Dengan Jawa

Tri Joko Sri H.[36] Menyatakan bahwa proses integrasi semakin mengarah pada bentuk akulturasi maupun bentuk munculnya budaya baru. Dalam arti, dua atau tiga masyarakat dengan latar belakang budaya yang terlibat dalam proses integrasi masing-masing tidak berada dalam keadaan dominan dan sub-ordinat, melainkan akan muncul budaya baru yang dapat diterima oleh semua etnis yang terlibat dalam proses integrasi.

Pada dasarnya etnis Arab mempunyai rasa toleransi yang tinggi dan berusaha untuk melakukan sesuatu yang tidak menyinggung perasaan orang lain, sehingga mereka dapat bergaul dengan orang dari berbagai etnis. Namun dalam situasi yang kurang mendukung, pergaulan itu bisa juga menjadi terbatas. Misalnya, saat mereka merasa tersinggung atau direndahkan harga dirinya.

Kesamaan pemukiman sebagai lingkungan tampat tinggal merupakan salah satu faktor yang memungkinkan terjadinya integrasi. Informan menuturkan, di kampung Arab atnis Arab lebih cenderung bergaul dengan etnis Jawa di banding etnis Lain. Salah satu faktor penyebab kecenderungan tersebut adalah adanya kesejajaan tingkat pendidikan dan wawasan antara etnis

---

[35] Tri Joko Sri H, *"Integrasi Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya"*, Biokultur, Vol.II/No.1/Januari-Juni 2013.

[36] Tri Joko Sri H, *"Integrasi Arab,...*hlm.13-26

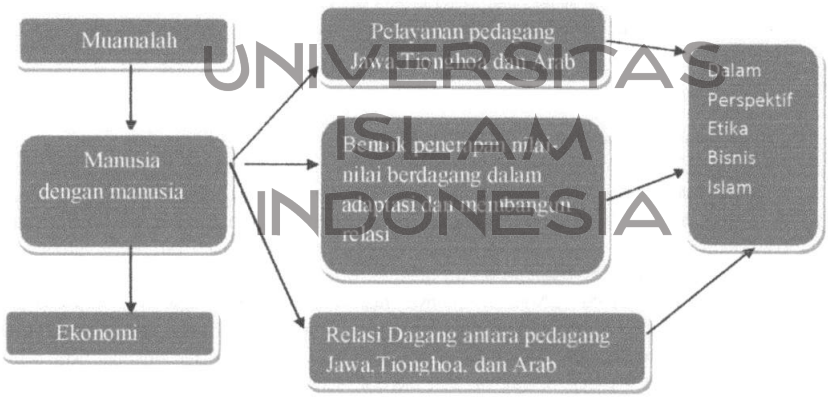
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Arab dengan Jawa. Dengan etnis lain, meskipun tidak ada konflik dan masalah yang serius, namun agak sulit menjalin hubungan yang akrab, terlebih dengan etnis Tionghoa.

Kecenderungan etnis Arab bekerja di sektor perdagangan ini dapat dikaitkan dengan latar belakang sejarah. Sebagaimana diketahui bahwa kedatangan orang Arab ke Indonesia pada awalnya untuk berdagang, dan jiwa pedagang ada pada etnis Arab hingga sekarang. Sehingga walaupun kini mereka hanya merupakan keturunan dari beberapa generasi sebelumnya, serta lahir dan menetap di Indonesia, nampaknya jiwa dagang mereka belum luntur. Bahkan ada pendapat di kalangan etnis Arab bahwa mereka merasa "tabu" untuk bekerja di bawah pimpinan orang lain, apalagi yang bukan Arab, kecuali jika keadaan sudah tidak memungkinkan bagi mereka untuk berwiraswasta barulah mereka mau bekerja di bawah perintah oranglain.

C. Kerangka berfikir

Kerangka berfikir di bawah ini akan menggambarkan syariah yang dibagi menjadi dua yaitu ibadah dan muamalah. Kemudian penelitian ini lebig menekankan pada kehidupan muamalah yaitu aktivitas yang berhubungan antara manusia dengan manusia yang lain, khususnya di bidang ekonomi yang menjelaskan etos pedagang komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika Bisnis Islam. Etos dagang terdiri dari para pedagang. Dalam ekonomi Islam, pedagang memiliki keterikatan dengan etika bisnis Islam dalam memperoleh keuntungan yang halal dan berkah. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana pelayanan dan bentuk penerapan nilai-nilai pedagang komunitas Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam prespektif Etika Bisnis Islam apakah sudah diaplikasikan ke dalam kegiatan berdagang oleh ketiga Etnis tersebut atau belum, sehingga penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut. Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada bagan di bawah ini :



Gambar 1.1
Kerangka Berfikir

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian Dan Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Dimana *Spadley* mengungkapkan bahwa pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena, budaya sosial dan masalah manusia. Alasan penggunaan metode penelitian kualitatif deskiptif karena penelitian ini tidak bertujuan untuk melakukan uji hipotesis dengan metode statistik atau ekonometri, karena bukan untuk mencari hubungan atau pengaruh signifikansi melainkan lebih fokus untuk menguraikan analisa mengenai relasi dagang antara etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab diKota Pekalongan, dan untuk meneliti terkait pelayanan dan penerapana nilai-nilai yang diterapkan oleh etnis Jawa,Tionghoa, dan arab dalam berdagang.

B. Tempat Atau Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitiannya yaitu di Kota Pekalongan. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Kota Pekalongan yaitu 1) karena Kota Pekalongan adalah kota dimana berkumpulnya pedagang dengan berbagai komunitas etnis, yaitu komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab. 2) Belum pernah dilaksanakan penelitian yang khusus membahas tentang etos dagang antar ketiga etnis tersebut .

C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda,atau[un lembaga (organisasi). Subjek penelitian adalah pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Di dalam subjek penelitian inilah terdapat objek penelitian.[1] 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.

D. Teknik Penentuan Informan

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *random sampling* , yakni teknik pengambilan sampel yang memungkinkan semua anggota populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel .[2] Peneliti membuat daftar nama populasi kemudian peneliti mengambil secara acak.

E. Teknik pengumpulan data.

Data primer pada penitian ini diperoleh langsung dari responden atu sumber data. Untuk memperoleh datanya yaitu dengan cara penyebaran kuisioner dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan tentang masalah yang diteliti dan akan dijawab oleh responden

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket langsung dan tertutup. Sebelum menyusun angket, terlebih dahulu dibuat konsep alat ukur yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi angket. Kisi angket kemudian dijabarkan kedalam variabel dan indikator, selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pertanyaan atau sebagai instrumen penelitian.

Pertanyaan yang diajukan harus sesuai dengan aspek yang tertuang dalam kisi-kisi yang telah disusun. Untuk menentukan nilai jawaban angket dari masing-masing pertanyaan yang diajukan dengan modifikasi skala likert. Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingktan

---

[1] Saifudin Azwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998),hlm.35

[2] Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan aplikasinya,* (Jakarta: Ghalia Indonesia,2002), hlm.61.

jawaban mengenai kesetujuan terhadap statment/ pertanyaan yang dikemukakan melalui opsi yang tersedia.[3] Untuk *scoring* di atas jawaban setiap item instrumen dalam bentuk skala likert menggunakan skala yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala likert

1	Tidak pernah	Nilai 1
2	Kadang-kadang	Nilai 2
3	Sering	Nilai 3
4	Sangat sering	Nilai 4

Sumber: Sutrisno Hadi,1999

2. Observasi

Observasi adalah metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.[4] Dalam hal ini peneliti ingin mengamati perilaku pelayanan para pedagang komunitas Jawa,Tionghoa dan Arab di Kota Pekalongan.

3. Angket

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk tulisan kepada responden, untuk memperoleh data.

4. Wawancara

Wawancara adalah merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melalukan interview secara langsung.[5] Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewer*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Bentuk wawancara bebas tapi terpimpin, dalam artian mengikuti pedoman seperlunya. Pedoman tersebut hanya berbentuk butir-butir masalah dan sub masalah yang diteliti. Selanjutnya dikembangkan sendiri oleh peneliti. Wawancara sistematik adalah wawancara yang dilkaukan dengan terlebih pewawancara mempersiapkan pedoman (*Guide*) tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden.[6]

5. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data melalui arsip-arsip tertulis terutama yang menggunakan teori, hukun, dalil ataupun berbagai data subtantif yang berasal dari berbagai sumber baik yang berasal dari Dinas atau departemen tertentu, dapat pula beruta data yang tersedia pada biro statistik ataupun dokumen lembaga pemerintahan atau swasta, foto serta berbagai sumber yang lain.[7]

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 bermaksna antara individu dengan individu, individu dengan

---

[3] Sutrisno Hadi. 1993. *Metodology Research*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM. Hlm. 20

[4] Endang Poewerti, *Dimensi-Dimensi Riset Ilmiah,* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 1998),hlm.129

[5] *Ibid*,hlm.131.

[6] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Kencana, 2006),hlm.127.

[7] *Ibid*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kelompok, interaksi internal dalam diri sendiri seperti hasil-hasil karya baik ilmiah maupun non ilmiah, berbagai bentuk catatatn harian lainnya.[8] Dalam penelitian ini sebagai bukti otentik berupa foto.

F. Keabsahan Data

Sumber data penelitian ini berupa keterangan-keterangan yang diperlukan. Adapun metode-metode yang digunakan adaah sebagai berikut:

1. Sumber data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau sumber pertama (objek penelitian).[9] Sumber data uatama dicatat melalui catatan secara tertulis ataupun melalui tipe, pengambilan foto, atau film. Sumber data primer yang peneliti gunakan adalah berupa kata-kata yang diperoleh dari sumber informan mengenai perilaku pelayanan dan penerapan nilai-nilai pada pedagang dalam adaptasi dan membangun relasi.

   Dengan kata lain, data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber pertama berupa hasil wawancara dengan informan yang dimaksud disini diantaranya:

   a. Para pedagang Etnis Jawa, Tionghoa dan Arab di Kota Pekalongan.
   b. Para konsumen/pelanggan etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan.

2. Sumber data sekunder

   Data sekunder adalah data data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder [10]diperoleh melalui studi kepustakaan. Sumber data sekunder berupa sumber tertulis, foto dokumen, dan data-data, serta laopran yang terkait permasalahan perilaku pelayanan, penerapan nilai-nilai para pedagang dalam beradaptasi dan membangu relasi, serta etos pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam di Kota Pekalongan.

   Sedangkan data yang berkaitan dengan sata sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen, buku-buku, yang berkaitan dengan perilaku pelayanan, penerapan nilai-nilai para pedagang dalam beradaptasi dan membangu relasi, serta etos pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam di Kota Pekalongan.

G. Teknik analisis data

Menurut sugiyono,[11] untuk menganalisa data dalam penelitian ini digunakan dengan data-data yang diperoeh dari lapangan dirangkum sehingga membentuk peta konsep yang jelas.Selanjutnya dilakukan interpretasi dan analisa.Deskriptif kualitatif dengan teknik analisa interaktif. Data itu mungkin telah muncul beberapa macam cara (Observasi, Wawancara, Intisari dokumen)[12].

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

---

[8] Nyoman Kutrha Ratna, *Relevansi Teori-Teori Postruktualisme dalam memahami karya sastra, Aspek-aspek Kebudayaan pada Umumnya*, hln.234.

[9] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Erlangga, 2009), edisi kedua,hlm.61.

[10] Lexy Melelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Resadakarya, 2001), hlm.24.

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*, (Bandung: ALFABETA Press, 2012), hlm 244.

[12] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian*. Hlm 48.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

melalui beberapa tahapan yakni klasifikasi data, mereduksi dan memberi intepretasi pada data yang telah diseleksi dengan menggunakan teori dan konsep tersebut.[13]

Pengeloahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan.

a. *Editing*

Editing Adalah kegiatan yang dilakukan setelah peneliti selesai menghimpun data dilapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan, tumpeng tindih, berlebiha bahkan terlupakan.Oleh karena itu, keadaan tersebut harus diperbaiki melalui *editing* ini.Proses *editing* dimulai dengan memberi identitas pada instrument penelitian yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrument pengumpulan data, kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.[14]

b. *Pengkodean*

Setelah tahap *editing* selesai dilakukan, kegiatan selanjutnya adalah mengklarifikasi data-data tersebut melalui tahapan *koding*.Maksudnya bahwa data yang telah di edit tersebut kemudian diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat di analisis.[15]

Selanjutnya melakukan proses analisis, ini merupakan upaya mencari tata hubungan atau keterkaitan secara sistematik antara catatan hasil lapangan, wawancara, dan bahan lain untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang etos kerja masyarakat perbatasan, dan peranan negara dalam permasalahan perbatasan.

Sedangkan alur analisis mengikuti model analisis interaktif sebagaimana diajukan oleh mike dan Huberman, yaitu proses analisis dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data, dengan demikian dilakukan sejak dilapangan.[16]

Untuk 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.

a) *Reduksi Data,* diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan penelitian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan trasnformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
b) *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.
c) *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 verfikasi digunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[13] Ulber Silalahi, *Metode Penelitian...*, hlm 30-41.

[14] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm 165.

[15] *Ibid*, hlm 166.

[16] Mathew B.Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis,* hlm 73-134.

BAB IV
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Pekalongan



Gambar 4.1
Peta Kota Pekalongan
Sumber : www.pekalongankota.go.id

Kota Pekalonga adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah yang membentang antara 6 50'42" s.d. 6 55'44" Lintas 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 tertuang pada Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 1988 tentang Perubahasn Batas Wilayah Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang, yang terdiri dari:

- Sebelah Utara : Laut Jawa
- Sebelah Timur : Kabupaten Batang
- Sebelah Selatan : Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang
- Sebelah Barat : Kabupaten Pekalongan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Seacara keseluruhan luas Kota Pekalongan adakah 45,25 Km_2 yang terdiri dari beberapa wilayah Kecamatan dengan Presentase luas sebagai berikut:

Tabel 4.1

Luas Wilayah Kota Pekalongan Menurut Kecamatan

Kacamatan	Luas Kecamatan (KM_2)	Presentasi Terhadap Luas (%)
Pekalongan Barat	10,05	22,21
Pekalongan Timr	9,52	21,04
Pekalongan Selatan	10,8	23,578
Pekalongan Utara	14,88	32,8
Kota Pekalongan	**45,25**	**100,00**

Sumber : BPS Kota Pekalongan 2016

Sedang dalam jumlah kelurahannya, Kota Pekalongan terbagi menjadi 46 Kelurahan. Yang semuanya tersebar dalam 4 Kecamatan Pekalongan Barat, Pekalongan Timur, Pekalongan Selatan, dan Pekalongan Utara.

Tabel 4.2

Pembagian Kelurahan di Kota Pekalongan

Kecamatan	Kelurahan
Pekalongan Barat	Medono, Podosugih, Sapuro Kebulen, Bendan Kergon, PasirKratonKramat, Tirto,Pringrejo
Pekalongan Timur	Noyontaansari, Kauman, Poncol, Klego,Gamer,Setono,Kalobaros
Pekalongan Selatan	Banyurip, Buaran Kreadenan,Jenggot,Kuripan Kertoharjo,Kuripan Yosorejo, Sokoduwet
Pekalongan Utara	Krapyak, Kandang Panjang, Panjang Wetan, Pedukuhan Kraton, Degayu, Bandengan, Panjang Baru

Sumber: BPS Kota Pekalongan 2016

2. Sejarah Kota Pekalongan[1]

Kota Pekalongan merupakan salah satu kota yang berada di pesisir pantai utara Provinsi Jawa Tengah. Kota Pekalongan berbatasan dengan laut Jawa di utara, Kabupaten Pekalongan di sebelah selatan dan barat dan Kabupaten Batang di Timur. Kota Pekalongana terdiri atas 4 kecamatan, yaitu Pekalonngan Utara, Pekalongan Barat, Pekalongan Selatan dan Pekalongan Timur. Kota Pekalongan berada pada jalur pantai Utara Jawa yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya. Kota Pekalongan memiliki jarak tempuh 384 km di timur Jakarta dan 101 km sebelah barat Semarang. Kota Pekalongan dijuluki sebagai kota batik. Ha ini tidak terlepas dari sejarah tentang keberadaan batik di Kota Pekalongan. Bahwa sejak puluhan dan ratusan tahun lampau hingga sekarang, sebagian besar proses produksi batik Pekalongan dikerjakan baik secara manual ataupun memakai mesin sederhana di rumah-rumah. Akibatnya batik Pekalongan menyatu erat dengan kehidupan masyarakat Pekalongan. Batik telah menjadi nafas kehidupan masyarakat di Kota Pekalongan dan terbukti tetap

[1] https://pekalongankota.go.id/selayang-pandang/sejarah-singkat di akses pada tanggal 15 Aagustus 2017, pukul 9:00 WIB

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

eksis sampai sekarang. Dan tidak begitu mudah hilang dari perkembangan jaman. Hal ini tentu menunjukkan keuletan dna keluwesan masyarakatnya untuk mengadopsi pemikiran-pemikiran baru.

Meskipun tidak ada catatan resmi kapan batik mulai dikenal di Pekalongan, namun menurut perkiraan batik sudah ada di Kota Pekalongan sekitar tahun 1800. Bahkan menurut data yang tercatat di Deperindag, motif batik ada yang dibuat 1802, seperti motif pohon kecil beruapa bahan baju.
Perkembangan yang signifikan diperkirakan terjadi setelah perang Diponegoro atau perang Jawa tahun 1825-1830. Terjadinya peperangan ini mendesak keluarga kraton Mataram serta para pengikutnya banyak yang meninggalkan daerah kerajaan terbesar ke Timur dan Barat. Di daerah-daerah baru itu mereka kemudian mengembangkan batik. Ke arah Timur berkembang dan mempengaruhi batik yang ada di Mojokerto, Tulungagung, hingga menyebar ke Gresik, Surabaya, dan Madura. Sedangkan ke Barat berkembang di Banyumas, Kebumen, Tegal, Cirebon, dan Pekalongan. Dengan adanya migrasi ini, maka batik Pekalongan yang telah berkembang sebelumnya semakin berkembang, terutama di sekitar daerah pantai sehingga Pekalongan Kota, Buaran, Pekalongan, dan Wonopringgo.
Perjumpaan masyarakat Pekalongan dengan berbagai etnis seperti Tionghoa, Arab, Jawa, dll pada zaman lampau telah mewarnai dinamika pada motif dan tata warna seni batik. Sehingga tumbuh beberapa jenis batik hasil pengaruh budaya dari berbagai etnis yang kemudian sebagai motif khas dan menjadi identitas batik Pekalongan.

Kota Pekalongan memiliki pelabuhan perikanan terbesar di Pulau Jawa. Pelabuhan ini sering menjadi transit dan area pelelangan hasil tangkapan laut oleh para nelayan dari berbagai daerah. Selain itu Kota Pekalongan banyak terdapat perusahaan pengolahan hasil laut, seperti ikan asin, ikan asap, tepung ikan, terasi, sarden, dan kerupuk ikan baik perusahaan besar maupun industri rumah tangga.

Kota Pekalongan terkenal dengan nuansa religiusnya, karena mayoritas penduduknya memuluk agama Islam. Ada beberapa adat tradisi di Pekalongan yang tidak akan dijumpai di daerah lainnya, misalnya: syawalan, sedekah bumi, dan sebagainya. Syawalan adalah perayaan tujuh hari setelah Idul Fitri dan disemarakkan dengan pemotongan lopis raksasa dan kemudian dibagikan kepada para pengunjung.

Nama Pekalongan sampai saat ini belum jelas asal-usulnya, belum ada prasasti atau dokumen lainnya yang bisa dipertanggungjawabkan yang ada hanya berupa cerita rakyat atau legenda. Dokumen tertua yang menyebut nama Pekalongan adalah keputusan Pemerintah Hindia Belanda (Gouvernements Besluit) Nomor 40 Tahun 1931: nama Pekalongan diambil dari "Halong" (dapat banyak) dan di bawah simbol kota tertulis 'Pek-Alongan'.

Kemudian berdasarkan keputusan DPRD Kota Besar Pekalongan tanggal 29 Januari 1957 dan tambahan lembaran daerah Swatantra tingkat I Jawa Tengah tanggal 15 Desember 1958, serta persetujuan Pepekupeda Teritorium 4 dengan SK nomor KTPS-PPD/0351/II/1958: nama Pekalongan berasal dari kata 'A-Pek-Halong-An' yang berarti pengangsalan (pendapatan).

3. Keadaan Sosial dan Ekonomi Kota Pekalongan[2]

a. Keadaan sosial

Secara keadaan sosial di Kota Pekalongan tergolong multi etnis dan agama. Kota Pekalongan juga dikenal sebagai kota religius dengan tingkat regligiusitas yang cukup tinggi. Indikator ini cukup bisa dirasakan dari beberapa kegiatan keagamaan yang ada di Kota Pekalongan. Selain itu, terdapat juga 44 buah pondok pesantren yang ada di Kota Pekalongan ini dengan jumlah santri yang cukup banyak yaitu 4.706 santri.

Keberagaman yang ada di Kota Pekalongan bisa dirasakan dengan beberapa rumah keagamaan yang cukup berdekatan. Di sana terdapat agama yang hidup berdampingan dan bertoleransi tinggi. Di antaranya penganut agama Islam, Kristen, Katolik, Budah, Hindu, Kong Hu Cu. Selain itu keberagaman lainnya yang bisa dirasakan di Kota Pekalongan ini adalah

[2] https://pekalongankota.bps.go.id/index.php/publikasi diaksese pada tanggal 15 Agustsus Pukul 9:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

keberagaman etnis yang ada. Diantarnya Jawa, Arab, Tionghoa, Banjara, Melayu yang ada di Kota Pekalongan.

b. Keadaan Ekonomi[3]

Letaknya yang cukup strategis membuat Kota Pekalongan menjadi kota yang pertumbuhan ekonominya cukup pesat dibandingkan kota-kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Letaknya diantara Jakarta dan Surabaya yang strategis dan berada pada jalur pantura. Menjadikan Kota Pekalongan, maju dalam perekonomiannya terutama di bidang tekstil, industri, perikanan, dan properti. Pada bidang perikanan sendiri, Kota Pekalongan mempunyai pelabuhan perikanan terbesar di Pulau Jawa. Di mana pada pelabuhan ini sering menjadi transisi tujuan dan area untuk melakukan pelelangan hasil penangkapan laut lanngsung dari para nelayan bahkan dari berbagai daerah. Sehingga produsen dan perusahaan para pengolah hasil laut seperti ikan asin, terasi, sarden dan berbagai kerupuk ikan, mendirikan perusahaannya di Kota Pekalongan.

Selain itu dengan keadaan dan lokasi yang strategis, banyak para pengembang property mulai mengembangkan beberapa usaha perumahan dan hotel di Kota Pekalongan. Sentra-sentra batik sendiri banayk tersedia di Kota Pekalongan. Baik itu usaha rumahan ataupun skala besar seperti industri tekstil yang sudah ada. Pergeseran perekonimian itu juga terjadi diantaranya sekarang sudah mulai bannyak cafe dan restoran yang tersebar di Kota Pekalongan.

4. Keadaan Komunitas Pedagang Di Kota Pekalongan.

Di Kota Pekalongan para pelaku usaha terdiri dari beragam etnis, salah satunya etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab. Deliat ekonomi paling terasa di daerah klego dan Poncol terkenal akan dominasi para pedagang etnis Arab. Daerah Jl.Hayam Wuruk didominasi oleh para pedagang Etnis Tionghoa, dan para pedagang etnis Jawa tersebar di beberapa wilayah Kota Pekalongan. Dari pagi hingga malam hari, para pedagang etnis Tionghoa dan Arab menjual beragam kebutuhan, mulai dari bahan sembako, bahan kue, pakaian, elektronik, dll. Sedangkan pedagang etnis Jawa mulai berjualan dari siang hari hingga malam hari.

B. Hasil dan Analisis Penelitian

Adapun data yang diolah dalam penelitian ini adalah data tentang etos dagang etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam. Selanjutnya etos dagang yang dimaksud adalah berupa pelayanan etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang, perilaku etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang, bentuk nilai-nilai yang diterapkan pedagang etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang serta relasi dagang antara etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang. Setelah itu dilakukan

1. Pelayanan Pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

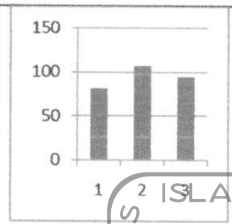
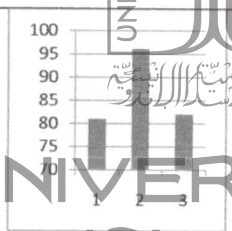
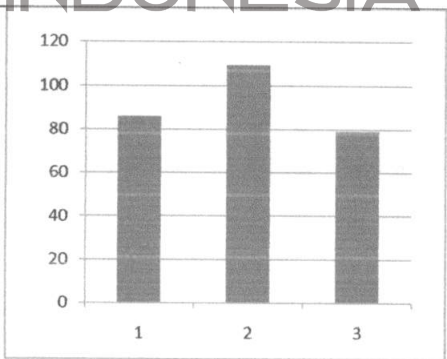
Setelah penulis memeriksa angket untuk mengetahui gambaran etos dagang etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam perspektif etika bisnis Islam, maka penulis mepaparkan hasil jawaban tersebut dalamm bentuk tabel. Berdasarkan beberapa teori menurut Samparan, Moenir, Istijanto, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu indikator yang digunakan pada variabel pelayananan yaitu: a) Keandalan (*Reliability*) yaitu meliputi : bersikap sabar serta cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan, b) Ketanggapan (*Responsiveness*) yang meiliputi tidak membebankan ongkos pengiriman terhadap pelanggan:, c) Empati (*Emphaty*) yang meliputi: sopan santun, memberikan senyuman, bersikap lemah lembut, ramah. d) Kepastian (*Assurance*) yang meliputi: dapat menjaga kepercayaan pelanggan, pemberian bonus pada hari-hari tertentu kepada

[3] https://pekalongankota.bps.go.id/index.php/publikasi diaksese pada tanggal 15 Agustsus Pukul 9:00 WIB.

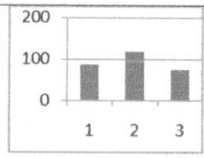
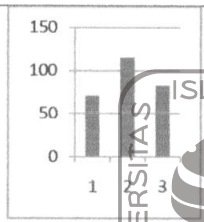
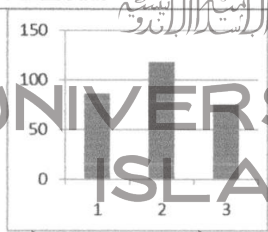
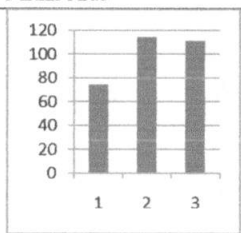
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pelanggan, e) Keberwujudan (*Tangible*) meliputi: senantiasa mengantarkan barang pesanan pelanggan.. Berikut analisis penulis diantaranya:

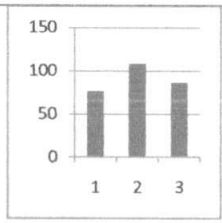
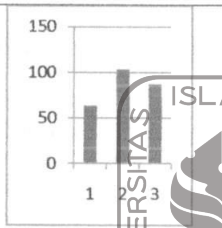
Tebel (Grafik) 4.3
Pelayanan Pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

1	*Keandalan (Realibility)*: Sabar serta cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
2	Ketanggapan (*Responsiveness*) : Tidak membebankan ongkos pengiriman terhadap pelanggan	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
3	Empati (*Emphaty*) : Santun	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		3 Etnis Arab
	(*Emphaty*) Senyum	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
	(*Emphaty*) Lemah Lembut	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
	(*Emphaty*) : Ramah	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
4	*Kepastian (Assurance)* : Menjaga Kepercayaan Pelanggan	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	*(Assurance)*Bonus Di Hari tertentu	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
5	Keberwujudan (*Tangible*): Mengantarkan Barang Pessanan	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab

Sumber: Data Hasil Penelitian angket 2017

Grafik di atas memberikan gambaran bagaimana pelayanan pedagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam. Pada butir pertanyaan dimensi ke 1 yaitu dimensi Keandalan (Realibility) mengenai "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 prosentasenya 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[4] pengusaha toko bahan kue SEN-SEN pertama di Kota Pekalongan, yang mana usahanya sudah berjalan kurang lebih 20 tahun. Ia menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus sabar kepada semua pelanggan agar pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu ada Wahjono Sukojo[5] etnis Tionghoa yang menjadi pedagang toko sembako SERBA ADA selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan, ia salah satu pedagang etnis Tionghoa yang terlama di Kota Pekalongan, 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 prilaku pedagang etnis Arab, dalam prakteknya dalam pelayanan perdagangan etnis Arab walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi pedagang etnsi Arab dikenal tidak sabaran dalam melayani pelanggan, apabila ada

[4] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

[5] Wawancara dengan Wahjono Sukojo Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28 Agustus 2017 pukul 9:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pelanggan yang cerewet bertanya mengenai barang yang dijual, tetapi akhirnya tidak membeli, maka pedagang akan marah. 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[6] Owner Batik Qonita dan Owner Waroeng Orange. Meskipun beretnis Arab, ia sangat sabar terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis mauapun berbeda etnis. Memberikan pelayanan dengan sabar merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, terbukti bahwa ia mampu mempertahankan usahanya yang sudah berdiri kurang lebih 25 tahun. Hal ini membuktikan bahwa sabar terhadap pelanggan dapat membuat pelanggan merasa senang dan ingin berlangganan.

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 berprilaku sabar, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam,yaitu berupa sabar dalam pelayanannya.

Salah satu pedagang pasar tiban etnis Jawa[7] yang sudah berjualan selama kurang lebih 20 tahun yaitu berjualan Sandal dan sepatu di pasar tiba Kota Pekalongan, ia selalu sabar terhadap para pembelinya, terbukti bahwa banyak yang melihat-lihat barang dagangannya, mengacak-acak karena ingin memilih sandal atau sepatu yang diinginkan, tetapi pada akhirnya tidak membeli, jika penjual tidak sabar menghadapi pelanggan yang seperti itu, maka para pelanggan akan pergi dan memilih pedagang lain. Ini membuktikan bahwa pentingnya menerapkan etika bisnis Islam, yaitu miliki sikap sabar dalam berdagang. Tetapi di dalam lapangan, peneliti juga menemukan beberapa pedagang dari etnis Jawa yang tidak sabar dalam melayani pelanggan, hal tersebut dikarenakan toko keadaan ramai, sedangkan para pelanggan meminta untuk dilayani secepatnya, karena terbatasnya sumber daya manusia hal tersebut membuat pedagang marah karena pelanggan tidak mau mengantri dan bersabar.

Pada butir pertanyaan dimensi Pelayanan ke 2 yaitu Ketanggapan *Responsiveness* mengenai pelayanan " pembebasan ongkos pengiriman" dan pertanyaan dimensi ke 5 yaitu keberwujudan (*Tangible*) mengenai " Senantiasa mengantarkan barang pesanan pelanggan" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Tionghoa lebih unggul Prosentasenya 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 prakteknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam.

Sebagaimana wawancara dengan salah satu pedagang dari etnis Tionghoa[8] yang menjadi pedagang selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan, yang menjadikan pedagang etnis Tionghoa yang tertua dan terlama di Kota Pekalongan, dengan memberikan pelayanan mengantarkan barang pesanan pembebasan ongkos pengiriman khusus daerah Kota Pekalongan untuk kepuasan pelanggan.

Selanjutnya pedagang etnis Arab dan etnis Jawa, mereka membebankan ongkos pengiriman apabila ada pelanggan yang menginginkan orderan untuk dikirim ke alamat tujuan pembeli, tergantung pada jarak yang ditempuh. Demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Jawa dan Arab

---

[6] Wawancara dengan Muhammad Umar Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

[7] Wawancara dengan Siti Zaenab Pedagang etnis Jawa Kota Pekalongan, tanggal 20Agustus 2017 pukul 19:00 WIB.

[8] Wawancara dengan Wahjono Sukojo Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28 Agustus 2017 pukul 9:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

membebankan ongkos pengiriman, tetap terdapat beberapa etnis Jawa dan Arab yang tidak membebankan ongkos pengiriman terhadap pelanggan yang mencerminkan etika bisnis Islam.

Di dalam lapangan, peneliti menemukan beberapa pedagang dari etnis Jawa dan Arab yang tidak membebankan ongkos pengiriman kepada pelanggan, dimana mereka mau mengantarkan barang pesanan sebagai bagian dari pelayanan.[9] penjual parfum arab dan baju muslim online, dimana ia membebaskan ongkos pengiriman untuk wilayah Batang dan Pekalongan Kota. Pedagang pasar Tiban Mualim[10] yang menjual celana jins dan jaket jins selain membuka lapak di pasar tiban, ia juga menjual barangnya melalui online, dan ia tidak membebankan 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.

Pada butir pertanyaan ke 1 dari dimensi Pelayanan ke 3 yaitu dimensi Empati *Emphaty* mengenai pelayanan "santun" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan santun etnis Tionghoa lebih unggul prosentasenya 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 [11] yang merupakan pengusaha toko bahan kue pertama di Kota Pekalongan, ya ng mana usahanya sudah berjalan kurang lebih 20 tahun., menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus sopan agar pelanggan merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu ada Wahjono Sukojo[12] etnis Tionghoa yang menjadi pedagang toko sembako SERBA ADA selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan, ia 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 terhadap pelanggan yaitu dengan bersikap santun.

Berbanding terbalik dengan prilaku pedagang etnis Arab, dalam prakteknya 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 Pak Muhammad Umar[13] Owner Batik Tobal dan Owner Oemang Restaurant. Meskipun beretnis Arab, ia sangat santun terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis mauapun berbeda etnis. Memberikan pelayanan dengan santun merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, terbukti bahwa beliau mampu mempertahankan usahanya yang sudah berdiri kurang lebih 25 tahun. Hal ini membuktikan bahwa santun terhadap pelanggan dapat membuat pelanggan merasa senang dan ingin berlangganan.

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

---

[9] Wawancara dengan Ibrahim pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 17:00 WIB.

[10] Wawancara dengan Mualim pedagang Etnis Jawa Kota Pekalongan, pada tanggal 20 Agustus 2017 pukul 19:00 WIB.

[11] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

[12] Wawancara dengan Wahjono Sukojo Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28 Agustus 2017 pukul 9:00 WIB.

[13] Wawancara dengan Muhammad Umar Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dan berada di atas Etnis Arab. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa komunitas Jawa, tidak secara keseluruhan berprilaku santun dan tidak juga berprilaku sombong, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam,yaitu berupa santun dalam pelayanannya.

Selanjutnya masih pada dimensi no 3 yaitu *Empathy* pertanyaan ke 2 mengenai pelayanan "senyum" dan "ramah" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan senyum etnis Tionghoa lebih unggul prosentasenya 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 Sui Sen[14] pengusaha toko bahan kue SEN-SEN pertama di Kota Pekalongan, yang mana usahanya sudah berjalan kurang lebih 20 tahun. 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 ada Wahjono Sukojo[15] etnis Tionghoa yang menjadi pedagang toko sembako SERBA ADA selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan, ia 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 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 berprilaku 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 prilaku pedagang etnis Arab, dalam prakteknya 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 Pak Muhammad Umar[16] Owner Batik Tobal dan Owner Oemang Restaurant. Meskipun beretnis Arab, ia sangat ramah dan selalu senyum terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis mauapun berbeda etnis. Memberikan pelayanan dengan memberikan senyuman merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, terbukti bahwa beliau mampu mempertahankan usahanya yang sudah berdiri kurang lebih 25 tahun. Hal ini membuktikan bahwa dengan tersenyum dan ramah terhadap pelanggan dapat membuat pelanggan merasa senang dan ingin berlangganan.

Pada dimensi no 3 yaitu *Empathy* Pada butir pertanyaan ke 3 mengenai pelayanan "Lemah Lembut" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan lemah lembut etnis Tionghoa lebih unggul prosentasenya daripada etnis Jawa dan Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Tionghoa telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami,

---

[14] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

[15] Wawancara dengan Wahjono Sukojo Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28 Agustus 2017 pukul 9:00 WIB.

[16] Wawancara dengan Muhammad Umar Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

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 Sui Sen[17] pengusaha toko bahan kue SEN-SEN pertama di Kota Pekalongan, yang mana usahanya sudah berjalan kurang lebih 20 tahun. Ia menjelaskan bahwa untuk menarik pelanggan salah satunya harus lemah lembut agar pelanggan merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan. Selain itu ada Wahjono Sukojo[18] etnis Tionghoa yang menjadi pedagang toko sembako SERBA ADA selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan, ia 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 prilaku pedagang etnis Arab, dalam prakteknya 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 prilaku yang mencerminkan etika bisnis Islam yaitu bersikap lemah lembut kepada setiap pelanggan. Salah satu pedagang etnis Arab yang terkenal bersikap lemah lembut dalam melayani pelanggan yaitu Pak Muhammad Umar[19] Owner Batik Tobal dan Owner Oemang Restaurant. Meskipun beretnis Arab, ia sangat ramah dan selalu lemah lembut terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis mauapun berbeda etnis. Memberikan pelayanan dengan lemah lembut merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, terbukti bahwa beliau mampu mempertahankan usahanya yang sudah berdiri kurang lebih 25 tahun. Hal ini membuktikan bahwa dengan bersikap lemah lembut terhadap pelanggan dapat membuat pelanggan merasa senang dan ingin berlangganan.

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 berprilaku 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 Ke 4 yaitu dimensi kepastian (*Assurance*) dimana pertanyaanya mengenai pelayanan "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 prakteknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam.

Sebagaimana wawancara dengan salah satu etnis Tionghoa Ny.Liem Sui Sen[20] pengusaha toko bahan kue SEN-SEN pertama di Kota Pekalongan, yang mana usahanya sudah berjalan kurang lebih 20 tahun. Ia menjelaskan bahwa menjaga kepercayaan pelanggan menjadi syarat utama agar pelanggan puas dengan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[17] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

[18] Wawancara dengan Wahjono Sukojo Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28 Agustus 2017 pukul 9:00 WIB.

[19] Wawancara dengan Muhammad Umar Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

[20] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

pelayanan yang diberikan. Selain itu ada Wahjono Sukojo[21] etnis Tionghoa yang menjadi pedagang toko sembako SERBA ADA selama kurang lebih 30 tahun di Kota Pekalongan, ia salah satu pedagang etnis Tionghoa yang terlama di Kota Pekalongan, dengan menjaga kepercayaan pelanggan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

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 menyakini bahwa dengan berprilaku dengan tidak menzalimi orang (tidak berbohong) maka rejeki 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 dagangnya.

Berbanding terbalik dengan prilaku pedagang etnis Tionghoa dan Arab, etnis Jawa prakteknya dalam pelayanan perdagangan walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi sering membuat pelanggan kecewa dengan ketidak jujuran 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 dalam 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 dirumah barang tidak sesuai dengan harapan. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang etnis Jawa tidak bisa berkata jujur dan tidak menerapkan etika bisnis Islam.

Pertanyaan ke 2 pada dimensi Kepastian (*Assurance*) mengenai pelayanan "Pemberian Bonus" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa dalam melayani pelanggan dengan sabar etnis Tionghoa lebih unggul prosentasenya 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[22] 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 berbelaja pada tarif tertentu.

Adapun pedagang etnis Jawa dan Arab, dalam prakteknya 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 secara prinsip etnis Jawa dan Arab beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi pedagang etnsi arab dan Jawa tidak semua pedagangnya memberikan bonus dikenal tidak sabaran dalam melayani pelanggan, apabila ada pelanggan yang cerewet bertanya mengenai barang yang dijual, tetapi akhirnya tidak membeli, maka pedagang akan marah.

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

[21] Wawancara dengan Wahjono Sukojo Etnis Tionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 28 Agustus 2017 pukul 9:00 WIB.

[22] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

satu pedagang etnis Arab yang terkenal sabar dalam melayani pelanggan yaitu Qonita[23] Owner Batik Qonita dan Owner Waroeng Orange. Meskipun beretnis Arab, ia sangat sabar terhadap pelanggan, dan tidak ada perbedaan dalam pelayanan, baik sesama etnis mauapun berbeda etnis. Memberikan pelayanan dengan sabar merupakan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan, terbukti bahwa ia mampu mempertahankan usahanya yang sudah berdiri kurang lebih 25 tahun. Hal ini membuktikan bahwa sabar terhadap pelanggan dapat membuat pelanggan merasa senang dan ingin berlangganan.

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 berprilaku sabar, dengan kata lain, komunitas Jawa sedikit banyaknya telah menerapkan atau mempraktekkan etika bisnis Islam,yaitu berupa sabar dalam pelayanannya.

2. Penerapan Nilai-Nilai Berdagang Pada Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan dalam Beradaptasi dan Membangun Relasi.

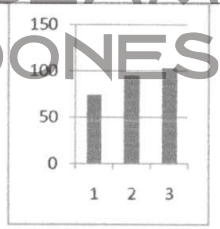
Berdasarkan beberapa teori menurut Muhammad Amin Suma,yang menjadi indikator nilai-nilai berdagang yaitu:1) Iktikad Baik, 2) Kejujuran, 3), kesetiaan/ kepatuhan 4) tanggung jawab, yang kemudian penulis membagi indikator tersebut menjadi 5 pertanyaan untuk responden, yaitu 1) menyediakan barang dagangan dengan kualitas yang baik, 2) tidak menjual barang di bawah harga pasar, 3) menjual barang dengan harga yang sama pada semua pembeli, 4) tidak memainkan alat timbangan, 5) Menjual stok barang yang didapat dari agen/ tidak menimbun barang.

Gerungan, memberikan landasan mengenai teori adaptasi yaitu suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan. penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, jadi dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan pribadi.[24]Interaksi sosial yang merupakan dasar dari semua proses sosial inipun menjadi dasar dari terbentuknya adaptasi sosial. Syarat-syarat interaksi sosial seperti tindakan sosial, kontak sosial, dan komunikasi sosial masuk ke dalam indikator adaptasi seseorang. Selain itu, bentuk-bentuk interaksi sosial seperti kerjasama, persaingan, konflik, serta asimilasi pun masuk ke dalam indikator pencapaian adaptasi sosial seseorang. Berikut analisis penulis diantaranya:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

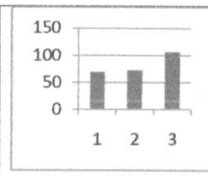
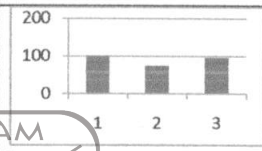
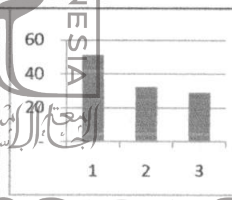
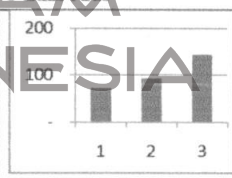
Tabel (Grafik) 4.4

Penerapan Nilai-Nilai Berdagang Pada Komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan dalam Beradaptasi dan Membangun Relasi.

1	Menyediakan Barang Dagangan Dengan Kualitas Baik	 keterangann: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab

[23] Wawancara dengan Muhammad Umar Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

[24] Gerungan,W.A , *Psikologi Sosial*, (Bandung: PT.Uresco, 1991),hlm.55

2	Tidak Menjual Harga Barang Di Bawah Harga Pasar	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
3	Menjual Barang Dengan Harga Yang Sama Pada Semua Pembeli	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
4	Memainkan Alat Timbangan	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab
5	Menjual Stok Barang Yang Dibeli Dari Agen	 keterangan: 1.Etnis Jawa 2 Etnis Tionghoa 3 Etnis Arab

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Grafik di atas memberikan gambaran bagaimana penerpan nilai-nilai berdagang pada pedagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan membangun relasi. Pada butir pertanyaan no 1 mengenai Nilai-Nilai "Menyediakn barang dagangan dengan kualitas baik" antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Arab lebih unggul prosentasenya dalahm hal penyediaan barang dengan kualitas baik, urutan berikutnya yaitupedagang etnis Tionghoa dan urutan terakhir adalah pedagang etnis Jawa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Arab telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, meskipun etnis Arab terkenal akan sikap sombong, namun dalam hal menjaga kualitas barang etnis arab tidak diragukan lagi. Sebagaimana

wawancara dengan salah satu etnis arab Pak Muhammad Umar[25] Owner Batik Tobal dan Owner Oemang Restaurant. Meskipun beretnis Arab, ia sangat menjaga kualitas barang yang di dagangkannya. Karena etnis arab meyakini bahwa sayarat untuk melacarkan rejeki itu menerapkan sikap jujur, dan mejaga kepercayaan pelanggan. Salah sau bentuk dari menjaga kepercayaan pelanggan yaitu menyediakan kualitas barang yang baik, tidak cacat. Hal ini membuktikan bahwa dengan menyediakan barang dengan kualitas yang baik, maka pelanggan akan merasa puas, dan kembali untuk membeli produknya. Dengan menyedaiakan barang yang berkualiats juga meruapakan cara beradaptasi antara pedagang etnis arab dengan para pembeli, dimana apabila pelanggan merasa puas akan barang dagangannya,maka otomatis pelanggan akan berdatangan dengan sendirinya.

Ditemukan di dalam lapangan, bahwa pembeli di etnis arab akan menjalin relasi yang baik kepada penjualnya, dan merubah stigma masyarakat yang menilai bahwa pedagang etnis arab itu sombong, namun di dalam prakteknya apabila sudah menjalin komunikasi yang baik, maka para pedagang etnis akan menjadi orang yang sangat baik dan ramah. Inilah kelemahan dari etnis arab, dimana mereka akan beradaptasi dan menjalin relasi yang baik dengan para pelanggan yang sudah dikenalnya.

Berbanding terbalik dengan prilaku pedagang etnis Jawa, dalam prakteknya dalam pelayanan perdagangan etnis Jawa walau secara prinsip beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, akan tetapi masih banyak ditemukan kecurangan-kecurangan dalam berdagang. Di lapangan peneliti menemukan beberapa pedagang yang menjual barang dagangnya dengan kualitas sedang tetapi memasang harga yang setara dengan kualitas barang yang bagus. Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Jawa menyediakan barang kualitas buruk/sedang.

Berbeda halnya dengan etnis Arab, yang bisa beradaptasi dan menjalin relasi antara pedagang dan pembeli dengan baik apabila saling mengenal, pedagang etnis Jawa lebih mudah beradaptasi dan mudah dalam menjalin relasi dengan para pelanggannya. Hal ini dikarenakan para pelanggan mayoritas berasal dari masyarakat pribumi itu sendiri, yaitu dari etnis Jawa. Meskipun apabila terjadi kasus salah memebeli barang/ kecewa, pelanggan hanya merasa kecewa, namun relasi antar pedagang dan pelanggan tetap bagus.

Sedangkan para pedagang etnis Tionghoa berada diantara etnis Arab dan etnis Jawa dalam hal penyediaan barang yang berkualitas. Mereka akan menyediakan dua jenis barang yang berbeda, yaitu barang dengan kualitas baik dan kualitas sedang, dimana mereka akan membedakan harga sesuai dengan kualitas barang yang dipilih pelanggannya. Sebagaimana wawancara dengan Liem Sui Sen,[26] sebelum pelanggan membayar barang yang hendak dibeli, ia akan terus terang menawarkan barang degan kualitas, dan harga yang berbeda. Hal inilah yang memudahkan pedagang etnis Tionghoa mudah beradaptasi dengan para pelanggan yang mayoritasnya beretnis Jawa sehingga dapat menjalin relasi yang baik antara pedagang dan pelanggan.

Grafik di atas memberikan gambaran bagaimana penerpan nilai-nilai berdagang pada pedagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan membangun relasi. Pada butir pertanyaan no 2 mengenai "Tidak menjual harga barang dibawah harga pasar", antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Arab lebih unggul prosentasenya dalam hal tidak menjual harga barang dibawah harga pasar. Urutan berikutnya yaitu pedagang etnis Tionghoa dan urutan terakhir adalah pedagang etnis Jawa.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Arab telah menerapkan perilaku etika bisnis secara Islami, selain menjaga kualitas barang etnis arab juga terkenal akan harga barang yang lebih mahal dari pada pedagang etnis Jawa dan etnis Tionghoa, karena barang yang mereka jual semuanyanya berkualitas sehingga mereka tidak menjual harga barang di bawah harga pasar. Para pedagang etnis Arab juga meyakini

---

[25] Wawancara dengan Muhammad Umar Pedagang etnis Arab Kota Pekalongan, tanggal 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

[26] Wawancara dengan Ny.Liem Sui Sen pedagang EtnisTionghoa Kota Pekalongan, pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG INDONESIA

bahwa dengan menjual harga barang di bawah harga pasar hal itu dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar pedagang sesama etnis maupun berbeda ettnis.

Di dalam ajaran Islam juga tidak membolehkan menurunkan harga barang di bawah harga pasar, karena hal tersebut bisa menjatuhkan harga pasar, oleh karena itu etnis Arab menghindari menjual harga barang di bawah harga pasar. Dengan tidak menjatuhkan harga pasar, maka antara pedagang dengan pelanggan atau bahkan antara pedagang satu denganpedagang lainnya akan beradaptasi dengan baik dan menimbulkan relasi yang baik pula .Di dalam lapangan tidak ditemukan adanya pedagang etnis Arab yang menjual barang di bawah harga pasar.

Berbanding terbalik dengan prilaku pedagang etnis Jawa dan etnis Tionghoa, cara mereka beradaptasi dan membangun relasi antara pedangang dengan pelanggan, atau antara pedagang satu dengan pedagang lainnya yaitu dengan menurunkan barang harga di bawah harga pasar, karena menurut pedagang etnis Jawa dan etnis Tionghoa, para pelanggan lebih memilih untuk berbelanja di toko yang harganya lebih murah atau harga grosiran.

Walaupun secara prinsip etnis Jawa mayoritas beragama Islam yang seyogyanya menerapkan etika bisnis yang Islami, yaitu tidak boleh menurunkan harga barang di bawah harga pasar, namun akan tetapi masih banyak ditemukan para pedagang yang menurunkan harga barang untuk menarik pelanggan. Sedangkan sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa pedagang yang terkenal menjual harga grosiran dan terkenal murah yaitu para pedagang etnis Tionghoa, mereka memilih *profit* sedikit namun mempunyai banyak pelanggan, dari pada mendapat *profit* banyak tetapi pelanggan sedikit.

Grafik di atas memberikan gambaran bagaimana penerapan nilai-nilai berdagang pada pedagang komunitas etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan dalam beradaptasi dan membangun relasi. Pada butir pertanyaan no 3 mengenai "Menjual barang dengan harga yang sama pada semua pembeli", antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Jawa dan Arab lebih unggul prosentasenya dalam hal menjual barang dengan harga yang sama kepada semua pembeli. Etnis Jawa dan Arab telah menerapkan nilai keadilan dalam berdagang. Sesuai dengan ajaran Islam. Cara inilah yang mereka yakini untuk dapat beradaptasi dan menjalin relasi yang baik kepada pelanggan atau sesama pedagang meskipun berbeda etnis. Menyamakan pelayanan terhadap pelanggan satu dengan pelanggan lainnya, akan membuat perasaan pelanggan tidak merasakan adanya diskriminasi.

Berbeda halnya dengan pedagang etnis Tionghoa, cara mereka beradaptasi dan membangun relasi dengan pelanggan yaitu dengan memberikan diskon atau bonus pada hari tertentu. Oleh karena itu, apabila pembeli sudah menjadi pelanggannya dan sering berbelanja dengan jumlah yang banyak, maka pedagang etnis Tionghoa akan sering memberikan diskon potongan harga, berbeda dengan pembeli yang intensitas belinya jarang, maka pembeli tidak akan mendapatkan potongan harga/bonus di hari-hari besar seperti hari Idul Fitri.

Sebagaimana wawancara dengan Laila Ihda pelanggan tetap di salah satu toko etnis Tionghoa dan Febriani pelanggan tidak tetap di toko yang sama dengan Laila Ihda, mereka berbelanja dengan nominal yang kurang lebih hampir sama, namun karena Laila Ihda [27]sudah dikenal oleh pedagangnya karena rutin berbelanja di toko miliknya, maka iapun memberikan diskon. Berbeda halnya dengan Febriani[28], karena ia jarang berbelanja di toko tersebut,maka ia pun tidak mendapatkan diskonan harga..

Pada butir pertanyaan no 4 mengenai "memainkan alat timbangan", antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis Tionghoa dan Arab lebih unggul prosentasenya dari pada pedagang etnis Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa Etnis Tionghoa dan Arab telah menerapkan nilai keadilan dalam berdagang. Sesuai dengan ajaran Islam, meskipun etnis Tionghoa mayoritas beragama Non Muslim, namun praktek dalam berdagang etnis ini telah mencerminkan nilai-nilai yang di ajarkan oleh Islam. Cara inilah yang etnis Arab dan Tionghoa yakini untuk dapat beradaptasi dan menjalin relasi yang

[27] Wawancara dengan Laila Ihad, Konsumen etnis Tionghoa, pada tanggal 20 Agustus 2017 pukul 15:00 WIB.

[28] Wawancara dengan Febriani, Konsumen etnis Tionghoa, pada tanggal 20 Agustus 2017 pukul 15:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN AJI MUHAMMAD IDRIS SAMARINDA ISLAM NEGERI INDONESIA

baik kepada pelanggan atau sesama pedagang meskipun berbeda etnis. Tidak memainkan alat timbangan menunjukkan etos pedagang yang jujur dalam berdagang,.

Di dalam Islam mengurangi timbangan juga diharamkan, seperti dalam firman Allah Swt ,

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكْتَالُوا۟ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ٣ أَلَا يَظُنُّ أُو۟لَٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبْعُوثُونَ ٤ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ٥

"Kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar." (QS. al-Muthaffifin: 1-5)

Mengurangi timbangan termasuk salah satu faktor yang merusak kondisi sehat ekonomi dalam sebuah masyarakat dan menciptakan kekhawatiran setiap orang, sehingga tidak ada Pelanggan yang dapat mempercayai transaksi yang dilakukannya benar atau tidak. Dan akan timbul prasangka buruk dari para pelanggannya. Atas dasar ini, al-Quran mendasari sistem ekonomi masyarakat Islam di atas prinsip keadilan dan kejujuran kemudian menyebutkan secara umum, "*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*" (QS. al-Isra: 35)

Sebaliknya, kepada para pedagang baik dari etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab yang tidak mengindahkan prinsip ini dan tidak memperhatikan masalah keadilan dan kejujuran dalam jual-belinya, Allah Swt dalam surat al-Muthaffifin memperingatkan mereka dengan keras. Disebutkan bahwa ada orang yang ketika membeli sesuatu, ia menginginkan diberikan semuanya, tapi ketika hendak menjual sesuatu kepada orang lain, ia mengurangi takarannya. Ungkapan yang dipakai untuk orang-orang seperti ini adalah Wail yang berarti celaka! Kata ini lebih banyak dipakai untuk mengancam dan mencela orang-orang Kafir dan para pendusta.

Hal ini menunjukkan sedemikian buruknya perbuatan mengurangi takaran di sisi Allah. Berbekal sikap jujur dan adilnilah etnis Tionghoa dan Arab dapat mempertahankan usahanya dalam berdagang, dan berimbas mudahnya beradaptasi dengan para pelanggan ataupun sesama pedagang serta dapat membangun relasi yang baik pula.

Berbanding terbalik dengan etnis Tionghoa, etnis Jawa yang mayoritas beragama Islam masih banyak ditemukan di lapangan mengindahkan perintah Allah SWT, sering memainkan alat timbangan demi keuntungan yang diinginkan. Meskipun para pelanggan tidak mengetahui kecurangan yang telah dilakukan pedagang, namun secara etika bisnis perbuatan tersebut sama sekali tidak dibenarkan di dalam Islam. Meskipun banyak ditemukan pedagang yang tidak jujur dalam berdagang, namun karena kedekatan budaya yaitu masyarakat kota Pekalongan mayoritas ber etnis Jawa, maka dalam prakteknya tidak ada masalah dalam hubungan beradaptasi dan menjalin relasi antara para pelanggan atau sesama pedagang.

Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Jawa memainkan alat timbangan dan berlaku tidak jujur dan adil. Yanti[29] menjelaskan bahwa ia pernah menjadi korban pedagang etis Jawa yang memainkan timbangan, dimana barang yang ia beli beratmya tidak sesuai timbangan yang seharusnya. Sedangkan Fatmah[30] menjelaskan bahwa ia pernah berbelanja dengan etnis Jawa yang pedagangnya sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran dan keadilan.

Pada butir pertanyaan no 5 mengenai "menjual semua stok dari agen", antara komunitas Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan terlihat bahwa etnis lebih unggul prosentasenya dari pada pedagang etnis Jawa dan Tionghoa. Hal ini menunjukkan bahwa Etnis Arab telah menerapkan nilai dalam berdagang. Sesuai dengan ajaran Islam.

Distribusi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak luput dari kegiatan distribusi Ekonomi Islam menawarkan sistem penditribusian ekonomi yang mengedepankan nilai kebebasan dalam bertindak dan berbuat dengan dilandasi oleh ajaran agama serta nilai keadilan dalam kepemilikan yang disandarkan pada dua sendi, yaitu

[29] Wawancara dengan konsumen etnis Jawa, Yanti pada tanggal 20 Agustus 2017 pukul 19:00 WIB.

[30] Wawancara dengan konsumen etnis Jawa, Fatmah pada tanggal 25 Agustus 2017 pukul 16:00 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kebebasan dan keadilan. Keadilan dalam hal ini yaitu bertujuan untuk mempersempit jurang pemisah antara individu maupun golongan satu sama lain, dengan membatasi keserakahan orang-orang kaya di satu sisi dan meningkatkan taraf hidup orang-orang fakir miskin di sisi lain. [31]

Kegiatan menimbun barang merupakan kegiatan yang dapat menjadikan manusia serakah, karena seseorang yang melakukan penimbunan barang akan merasa bahwa apa yang telah dimilikinya selalu kurang. Oleh sebab itu Islam melarang seseorang untuk menimbun barang kekayaannya. Para pedagang Etnis arab percaya dengan berbekal jujur, adil, tidak mendzalimi orang, tidak menimbun barang, maka mereka akan dimudahkan dalam segala hal, termasuk rejeki dalam berdagang.[32] Dengan penerapan prinsip inilah yang memudahkan etnis Arab untuk beradaptasi dan membangun relasi yang baik dengan masyarakat pribumi yang mayoritasnya beretnis Jawa.

Adapun dengan pedagang etnis Jawa yang mayoritasnya juga beragama Islam masih banyak ditemukan di lapangan mengindahkan perintah Allah SWT, yaitu sering menimbun barang, dengan alasan dapat membantu orang yang membutuhkan di saat barang sudah langka. Secara etika bisnis perbuatan tersebut sama sekali tidak dibenarkan di dalam Islam. Meskipun banyak ditemukan pedagang yang melakukan timbunan barang dalam berdagang, namun karena keadaan mendesak semua orang membutuhkan maka harga mahal pun tidak masalah untuk dibeli. Karena kedekatan budaya juga yang membuat hubungan adaptasi dan jalinan relasi antara para pelanggan atau sesama pedagang tetap baik. Walau demikian tidak dapat digeneralisirkan bahwa seluruh komunitas Jawa menimbun barang.

Sebagaimana kita ketahui bahwa mayoritas usaha etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan adalah berdagang, sedangkan perdagangan yang banyak dilakukan adalah dengan membuka toko. Bahkan di banyak belahan dunia, khususnya etnis Tionghoa banyak negara yang memiliki "China Town" sebuah sebutan untuk daerah perkotaan yang banyak dihuni oleh etnis Cina atau Tionghoa. Seperti di Singapura, Malaysia, Australia, New Zealand, Amerika Serikat dan lain-lain dengan mudah bisa ditemukan China Town. Masing-masing negara atau kota memiliki sebutan sendiri.[33]

Dari uraian di atas, diketahui bahwa kehidupan orang Jawa,Tionghoa, dan Arab, mereka lebih menitik beratkan pada membuka toko atau hidup dengan toko. Menggantungkan hidup dari hasil berdagang dari toko menjadi ciri khas kehidupan mereka, terutama etnis Tionghoa, dan Arab, dimana alasan mendasar mereka adalah karena untuk bertahan hidup. Generasi awal Etnis Tionghoa tidak memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi, kebanyakan hanyalah lulusan SMP/SMA. Banyak pula yang menikah muda, akibatnya mereka tidak memenuhi syarat untuk bekerja sebagai pegawai atau orang kantoran. Di satu sisi, tuntutan hidup harus dipenuhi dan terus berjalan. Mau tak mau harus bertahan hidup, mereka mengandalkan apapun yang mereka miliki atau mereka bisa lakukan. Konsep hidup seperti ini juga hampir sama dengan pedagang etnis Arab, dimana mereka mengutamakan untuk menjadi pedagang untuk bertahan hidup daripada berpendidikan tinggi. Karena menurut mereka banyak orang berpendidikan tinggi tetapi berujung menjadi pengangguran, sehingga lebih baik berpendidikan rendah tetapi bisa menjadi pengusaha, membuka usaha sendiri meskipun kecil.

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai0nilai syariah. Meskipun tetap dalam suasana bersaing. Artinya konsep pada suatu bisnis dalam Islam yang dibumbui nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan,kejujuran, dan persaingan sehat merupakan nilai-nilai universal bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim.

Dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan melainkan juga keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari sebuah usaha, yaitu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan

---

[31] Jusmaliani,dkk., *Kebijakan Ekonomi dalam Islam*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), hlm 99-100

[32] Muhammad Umar, pedagang etnis Arab Owner Batik Tobal dan Waroeng Oemang di Kota Pekalongan pada tanggan 1 September 2017 pukul 16:00 WIB.

[33] Istijanto, hlm. 78

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

diridhoi Allah SWT. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam menerapkan prinsip-prinsip moral sebgai berikut:

1. Jujur dalam menakar dan menimbang
2. Menjualn barang yang halal
3. Menjual barang yang baik mutunya
4. Tidak menyembunyikan cacat barang
5. Tidak melakukan sumpah palsu
6. Longgar dan murah hati
7. Tidak menyaingi penjual lain
8. Tidak melakukan riba
9. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.[34]

Dalam Islam juga tidak dibolehkan untuk melakukan tindakan kekerasan dalam berdagang. Hal ini sesuai dengan indikator yang dikembangkan dalam penelitian ini, yaitu pelayanan, dimana dalam pelayanan pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab mengutamakan adanya pelayanan yang baik hal ini dapat diketahui dari hasil angket yang dianalisa, dimana tingkat pelayanan menjadi yang diuatamkan dalam etika berdagang, etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab benar-benar menjunjung tinggi pelayanan terhadap pelanggan.

3. Relasi dagang antara komunitas Jawa, Tionghoa, Arab di Kota Pekalongan.

Para pedagang dari etnis Jawa, Tionghoa, dan arab dalam melayani pembeli tidak melihat perbedaan etnis, semua pembeli dilayani sama, perbedaan layanan hanya pada pembeli yang sudah menjadi pelanggan saja, dan mengenai harga pun tidak ada perbedaan.

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang digunakan untuk saling berinteraksi. Bahasa jawa sendiri memiliki berbagai bentuk dialek/gaya bahasa. Dalam konsep orang jawa gaya bahasa memiliki tingkatan mengingat kedudukan, umur, tingkat keakraban. Tiga gaya bahasa yang paling mendasar yaitu gaya tidak resmi, setengah resmi, dan gaya resmi (*ngoko, madya, krama*).[35].

Di Kota Pekalongan, Para komunitas pedagang Jawa,Tionghoa, dan Arab ada suatu perbedaan dalam hal relasi dagangnya, namun tidak sampai menimbulkan konflik yang serius. Sebagian besar pedagang etnis Tionghoa salah satunya Ny. Liem Sui Sen[36], ia menjelaskan bahwa ia tidak merasa keberatan jika menjalin kerjasama dengan etnis yang berbeda, seperti etnis Jawa dan Arab, dengan syarat orang tersebut dapat bekerjasama dengan baik, dan dapat dipercaya, akan tetapi pedagang etnis Jawa dan Arab lebih memilih untuk bekerjasama dengan sesama etnis. Seperti pendapat Ibu Zaenab[37] salah satu pedagang pasar tiban dari etnis Jawa yang menjelaskan bahwa orang akan lebih mudah jika bekerjasama dengan sesama etnis, dan mereka beranggapan bahwa kerjasama dengan beda etnis akan mengalami kesulitan untuk di ajak kerjasama. Alasan ibu Zaenab Siti senada dengan bapak Umar [38]salah satu pengusaha batik dan cafe dari etnis Arab di Kota Pekalongan, yang mana ia menjelaskan bahwa lebih baik bekerja sama dengan sesama etnis atau bekerja sendiri dari pada kerjasama dengan beda etnis yang banyak perbedaan prinsip antara mereka.

Di kota pekalongan juga terdapat perkumpulan-perkumpulan para pedagang satu etnis. Seperti di daerah Jl.Hayam wuruk Kota Pekalongan terdapat kurang lebih 50 toko/kios yang di dominasi oleh para

---

[34] Mujahidin, *Ekonomi Islam*, hlm.135

[35] Koentjaraningrat, 1994:21-22

[36] Wawancara di lapangan dengan pedagang etnis Tionghoa, pemilik toko SEN-SEN Ny.Liem pada tanggal 18 Agustus 2017 pukul 13:00 WIB.

[37] Wawancara dengan Siti Zaenab Pedagang etnis Jawa Kota Pekalongan, tanggal 20Agustus 2017 pukul 19:00 WIB.

[38] Wawancara di lapangan dengan pengusaha batik dan cafe dari etnis Arab bapak Muhammad Umar, 1 September 2017.pukul 16.000 WIB

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pedagang Tionghoa. Mulai dari penjual elektronik, kelontong, bahan kue, sepatu/tas,pakaian,kue,dll. Sedangkan perkumpulan pedagang etnis Arab berada di jl.poncol, klego Pekalongan. Sebagian besar mereka menjual peralatan ibadah,parfum arab,kurma,butik pakaian,cafe,dll. Sedangkan perkumpulan para pedagang etnis Jawa membentuk komunitas resmi dan berhasil mendirikan koperasi yang sudah berbadan hukum dan cukup besar yaitu bernama KOPASTIP(Koperasi Pedagang Pasar Tiban), dimana ketua komunitas pedagang etnis Jawa ini bernama Bapak Mualim.

Meskipun terlihat adanya pembauran antar pedagang etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab, namun tidak bisa dipungkiri tetap tampak adanya komunitas beda etnis tersebut. Etnis Tionghoa dalam kegiatan sehari-harinya cenderung lebih suka bergaul dengan sesama etnisnya, begitupula dengan etnis dan Etnis Arab akan lebih merasa nyaman apabila bergaul dengan sesama etnis. Meskipun mereka saling mengenal satu sama lain, namun cukup hanya sekedar berteman dan tegur sapa saja.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Puji Riyanti[39] menyatakan bahwa relasi sosial antara pedagang etnis Cina (Tionghoa) dan pedagang etnis Jawa yaitu masih telihat adanya jarak sosial yang lebih banyak dipengaruhi oleh etnisitas. Tetapi relasi sosial yang terbangun tidak membedakan adanya perbedaan etnis. Pembeli dari etnis Jawa memiliki panggilan penghormatan terhadap etnis Tionghoa yaitu "cacik" atau "mamah". Namun panggilan itu hanya berlaku bagi etnis Tionghoa yang berdagang.

Meskipun etnis Tionghoa dan Etnis Arab sudah lama tinggal di Kota Pekalongan, akan tetapi hubungan sosial antar pedagang beda etnis dengan masyarakat tempat tinggalnya masih kurang. Namun dalam kehidupan sehari-hari sebagai tetangga sudah bisa dibilang baik, karena terbukti jarang terjadinya konflik.

Sebagai etnis pendatang, etnis Tionghoa dan Etnis Arab sedikit banyak sudah terpengaruh dengan budaya masyarakat etnis Jawa yang mempengaruhi bahasa dan kehidupan sosial mereka. Dalam hal bahasa, hampir sebagian besar dari pedagang etnis Tionghoa dan Etnis arab sudah tidak bisa berbahasa asli daerah mereka, bahkan mereka cenderung menggunakan bahasa daerah dalam interaksi dengan masyarakat sekitar. Hal tersebut terjadi karena seringnya komunikasi antar pedagang beda etnis khususnya etnis Jawa, karena mayoritas pembelinya itu dari etnis Jawa yang memakai bahasa jawa dalam kegiatan sehari-harinya, tidak jarang juga pembeli yang tidak bisa berbahasa Indonesia.

Ada kemiripan sifat antara etnis Tionghoa dengan etnis Arab, yaitu memiliki ciri-ciri suka bekerjakeras dan memiliki moto bahwa "waktu adalah uang", sehingga semangat mereka untuk terus maju dimanapun mereka berada masih tetap ada. Disinilah maka dapat dilihat persaingan dagang antara etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan yang berusaha mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dengan sama memberikan pelayanan dan harga yang bersaing.

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 pedangang 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

---

[39] Tri Joko Sri H, *"Integrasi Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya"*, Biokultur, Vol.II/No.1/Januari-Juni 2013.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 4.5
Persamaan dan Perbedaan Penerapan Etika Bisnis Islam Komunitas jawa, Tionghoa, dan Arab di Kota Pekalongan

NO	Perbedaan Komunitas Jawa, Tionghoa dan arab	Persamaan Komunitas Jawa, Tionghoa dan arab	Indikator
1	Berbeda halnya dengan pedagang komunitas Tionghoa dan Arab, pedagang komunitas Jawa kurang sabar, cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.	Dalam memberikan pelayanan pedagang komunitas Tionghoa dan Arab mempunyai kesamaan dalam memuaskan pelanggannya. Yaitu dalam hal sabar serta cepat dan tanggap. Hal ini dilihat dari grafik di atas, yang mana menunjukkan urutan etnis Tionghoa dan Arab lebih unggul dari pada pedagang komunitas Jawa, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pedagang komunitas Tionghoa dan Arab telah memberikan pelayanan yang baik dan itu merupakan salah satu penerapaan prinsip etika bisnis Islam yaitu longgar dan murah hati melayani para pelanggan dengan sabar, cepat dan tanggap.	**Pelayanan:** Keandalan (*Reliability*): sabar cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan. **Etika Bisnis Islam**: Longgar dan murah hati.
2	Berbeda halnya dengan pedagang komunitas Jawa dan Arab, pedagang komunitas Tionghoa tidak mengindahkan apabila ia melakukan strategi yang mana bisa menimbulkan persaingan antara pedagang satu dengan lainnya. Mereka berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satunya dengan membebaskan ongkos pengiriman kepada pelanggan.	Dalam memberikan Pelayanan pedagang komunitas Jawa dan Arab mempunyai kesamaan dalam memuaskan pelangganya. Yaitu dalam hal pembebanan ongos pengiriman terhadap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari grafik di atas, yang mana menunjukkan etnis Jawa dan Arab berada pada grafik yang sama. setelah pedagang komunitas Tionghoa, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pedagang komunitas Jawa dan Arab masih ada kelemahan dalam aktivitas berdagangnya, namun mereka sudah menerapkan etika bisnis Islam di dalam aktivitas bisnisnya, karena dnegan membebankan ongkos pengiriman kepada pelanggan merupakan salah satu bentuk indikator untuk menjalin relasi yang baik antara sesama pedagang, yaitu dengan tidak menyaingi penjual lain.	**Pelayanan: Ketanggapan** (*Responsivenees*) **Etika Bisnis Islam**: tidak menyaingi penjual lain.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3	Berbeda halnya dengan pedagang komunitas Jawa dan Arab, pedagang komunitas Tionghoa terkenal akan sikap ramahnya, dan santunnya terhadap pelaggan. Inilah strategi yang dilakukan pedagang komunitas Tionghoa, agar para pelanggannya merasa nyaman dan puas, sehingga akan menjadi langganannya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komunitas Tionghoa mayoritas non muslim, namun dalam prakteknya tidak jauh berbeda pada ajaran Islam, dan menerapkan etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnisnya.	Dalam memberikan pelayanan pedagang komunitas Jawa dan Arab mempunyai kesamaan dalam memuaskan pelanggannya. Yaitu dalam hal santun, senyum, lemah lembut, ramah,pemberian bonus pada hari tertentu Hal ini dilihat dari grafik di atas, yang mana menunjukkan urutan etnis Jawa dan Arab berada pada posisi yang sama yaitu dibawah pedagang komunitas Tionghoa, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pedagang komunitas Jawa dan Arab ada kelemahan dalam memberikan pelayanan dalam melayani para konsumen, tetapi tidak bisa digenelisir bahwa semua pedagang komunitas Jawa dan Arab mengecewakan pelanggan dengan sengaja.meskipun demikian, para pedagang komunitas Jawa dan Arab telah menerapkan etika bisnis Islam, yaitu bersikap longgar dan murah hati, menjual barang yang halal, mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya..	**Pelayanan:** Empati (*Emphaty*): santun, senyum, lemah lembut, ramah. **Etika Bisnis Isam**: longgar dan murah hati, menjual barang yang halal, mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.
4	Berbeda halnya dengan pedagang komunitas Tionghoa dan Arab, pedagang komunitas Jawa terbukti banyak yang melakukan kecurangan dalam bisnisnya, baik itu disengaja maupun tidak disengaja, seperti tindakan menurunkan kadar timbangan, menyembunyikan cacat barang agar barangnya tetap terjual, menjual barang tidak sesuai dengan kualitas barang. Meskipun tidak dapat digenalisir semua pedagang komunitas Jawa bersikap sengaja untuk mengecewakan	Dalam memberikan pelayanan pedagang komunitas Tionghoa dan Arab mempunyai kesamaan dalam memuaskan pelanggannya. Yaitu dalam hal menjaga kepercayaan pelanggan. Hal ini dilihat dari grafik di atas, yang mana menunjukkan urutan etnis Tionghoa dan Arab lebih unggul dari pada pedagang komunitas Jawa, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pedagang komunitas Tionghoa dan Arab telah memberikan pelayanan yang baik dan itu merupakan salah satu penerapaan prinsip etika bisnis Islam yaitu jujur dalam menakar dan menimbang, menjual barang yang baik mutunya, tidak menyembunyikan cacat barang,	**Pelayanan:** kepastian (*Assurance*) : menjaga kepercayaan pelanggan **Pelayanan:** keberwujudan (*tangible*): mengantarkan barang pesanan pelanggan **Etika Bisnis Islam**: jujur dalam menakar dan menimbang, menjual barang

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang komunitas jawa masih banyak yang tidak menerapkan etika bisnis Islam di dalam berdagang.	tidak melakukan sumpah palsu, tidak melakukan riba, mengantarkan barang pesanan pelanggan, serta memberian bonus di hari tertentu	yang baik mutunya, tidak menyembunyikan cacat barang, tidak melakukan sumpah palsu, tidak melakukan riba , serta memberian bonus di hari tertentu

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB V
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelayanan pada indikator santun, senyum, bertutur kata ramah, lemah lembut menunjukkan bahwa dalam indikator tersebut pedagang komunitas Jawa dan Tionghoa lebih unggul prosentase nilainya daripada pedagang etnis Arab. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pedagang etnis Jawa dan etnis Tionghoa telah menerapkan etika bisnis secara Islami karena sudah memberikan pelayanan kepada pelanggan yang akan membuat pelanggan merasa nyaman dan puas. Meskipun pedagang etnis Tionghoa beragama Non Muslim, namun dalam prakteknya tak jauh dari amaliah yang diajarkan dalam Islam. Berbanding terbalik dengan prilaku pedagang etnis Arab, dalam prakteknya pelayanan pedagang 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, sering senyum ,ramah, lemah lembut dan sabar terhadap pelanggan dalam berdagang.

   Sedangkan pada indikator Mampu Menjaga Kepercayaan Pelanggan, senantiasa mengantarkan pesanan pelanggan, tidak membebankan ongkos pengiriman, serta sering memberikan diskon atau bonus terhadap pelanggan di hari tertentu etnis Tionghoa dan etnis Arab lebih unggul nilainya dari pada etnis Jawa. Meskipun para pedagang etnis Arab terkenal akan sikap sombongnya dalam memberikan pelayanan, namun dalam hal menjaga kualitas barang tidak diragukan lagi, karena dengan menjaga kualitas barang, maka para pelanggan akan lebih memperacayai pedagang etnis Arab dari pada pedagang etnis Jawa meskipun pelanggan sendiri ber etnis Jawa, oleh karena itu pelanggan merasa puas dan ingin menjadi pelanggan.

   Dari penjelasan di atas, 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.
2. Nilai-nilai yang diterapkan oleh pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab dalam berdagang memiliki ciri khas terseendiri 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.
3. 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.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

Kesenjangan yang paling terasa dan terlihat yaitu antara pedangang 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.

B. SARAN

1. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian maka penulis mengharapkan beberapa hal sebagai berikut:
   a. Kepada para pedagang, agar dapat menjadikan perilaku baik etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab sebagai contoh dalam berdagang.
   b. Kepada pembaca,semoga dapat menambah wawasan tentang etika perdagangan

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, Fitri dan Prasetyo, Bayu Kuncoro., *Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Thionghoa Di Pasar Semawis Semarang* , Unnes ISSN 2252-7133.

Syarbashi, Ahmad Asy., 1999, *Yas'alunaka Tanya Jawab Lengkap Tentang Agama dan Kehidupan*, Jakarta : Lentera.

Azizaturahman, Nur Siti & Mawardi, Imron, 2014, *Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya* (Studi Kasus Pedagang Buah), Universitas Airlangga, JESTT,Vol.1. No. April.

Azwar, Saifudin ., 1998, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Baidowi, Aris., 2011, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, IHI, e-Journal.Stain Pekalongan, ISSN(P):1829-7382, Volume 9, No 2, Desember (2390250).

Bungin, Burhan., 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana.

Conseulo, G Sevilla., Jesus A Ochave,dkk., 1993, *Pengantar metode Penelitian*, Jakarta: UI Press, penerjemah Alauddin Tuwu.

Daryono, 2006, *Etos dagang Jawa Studi Terhadap Pemikiran Sri Mangkunegara IV*", Tesis, Semarang: IAIN.

Djakfar, Muhammad., 2010, *Etos Bisnis Etnis Madura Perantauan Di Kota Malang: Memahami Dialektika Agama Dengan Kearifan Lokal*, Malang : UIN Maulana Ibrahim Malang.

Fauza., Nuryana, Ida., " *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung bebek H. Slamet Di Kota Malang*", Modernisasi, Volume 10. No. 1(Februari 2014)

Hadi, Sutrisno., 1993, *Metodology Research*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

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

Hamzah, 1984, *Kode Etik Dagang Menurut Islam* (pola pembinaan hidup dalam berekonomi), Bandung: C.V DIPONEGORO.

Hasan, Iqbal., 2002, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan aplikasinya,* Jakarta: Ghalia Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Ersya, Muhammad., I.Faiza Siti, *2014, Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Di Tinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam.*

Idrus, Muhammad., *2009, Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Erlangga, edisi kedua.

Jusmaliani,dkk., 2005, Kebijakan Ekonomi dalam Islam,Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Meleong, Lexy., 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Bandung: Remaja Resadakarya.

Miles, B. Mathew., Huberman Michael A., *Qualitative Data Analysis.*

Mujahidin, Akhmad., 2008, *Ekonomi Islam,* Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

Muslim suku bugis di kabupaten Nunukan Kalimantan Utara., 2014, Millah ,No. 2. (2 Agustus 2014) , Vol.XIII.

Moenir, 2006, *Manajemen Pelayanan Umum,* Jakarta: Bumi Aksara.

Mohammad, Roni., Mustofa., 2014, *"Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo"* , Al-Mizan , Vol.10, No.1, (Juni 2014).

Muhamad., *2003,Manajemen Bank Syari'ah,* Yogyaarta:UPP-AMP YKPN.

Mulyanto, Dede., *2008,"Orang Kalang. Cina. Dan Budaya Pasar di Pedesaan Jawa"*, Masyarakat dan Budaya, Vol, No.2.

Nawatmi, Sri., 2010, " *Etika Bisnis Dalam Perpektif Islam*", Fokus Ekonomi (FE) Universitas Stikubank, Semarang, ISSN: 1412-3851, Vol.9, No,1 (April 2010).

Oei, Istijanto., 2009 Rahasia Sukses Toko Tionghoa, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.

Poewerti, Endang., 1998, *Dimensi-Dimensi Riset Ilmiah,* Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Ratna, Kutrha Nyoman., *Relevansi Teori-Teori Postruktualisme dalam memahami karya sastra, Aspek-aspek Kebudayaan pada Umumnya.*

Rejeki, Sri Ninik., 2007, *"Perbedaan Budaya Dan Adaptasi Antar Budaya Dalam Relasi Kemitraan Inti-Plasma"*, jurnal Studi Ilmu Komunkasi, FISIP, Volume 4,Nomor 2, Desember 2007,Yogyakarta:Universitas Atma Jaya.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Riyanti, Puji ., *"Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina Dan Etnis Jawa Di Pasar Tradisional"*, Komunitas ISSN 2086-5465,Vol. 5 (1) 2013:53-63

Saifullah, Muhammad., 2011, " *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*", IAIN: Semarang, Vol.19.No.1, Mei 2011.

Sampuno, Mijil Wahyu., 2016,*"Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Tehadap Kemajuan Bisnis Home Industri Pada Perusahaan Bandeng Montok UMMUQONI Pemalang. JATENG"*,UII: Yogyakarta, JIE Lariba, Vol.2(1) 2016.

Sinambela, Poltak Lijan., 2007, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara.

Skinner, dalam Yusanto., Wijayakusuma., 2002, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, dalam Muhamad.

Sri, Joko Tri H., 2013, *"Integrasi Arab dengan Jawa dan Madura di Kampung Ampel Surabaya"*. Biokultur, Vol.II/No.1/Januari-Juni 2013.

Sudijono, Anas., 2004, *Pengantar Statistik Pendidikan* , Jakarta: Raja Grafindo Persada .

Sugiyono, 2012., *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*, Bandung: ALFABETA Press.

Suma, Amin Muhammad., 2008., *Ekonomi Dan Keungan Islam*, Jakarta: Kholam Publising, Februari.

Suseno, Magnis Franz., 1992, *Berfilsafat dari Konteks*, Jakarta: Gramedia.

Susminingsih., 2012, *"Trust Building & Filosofi Kerja Pengusaha Batik Etnis Jawa, Arab, dan Cina di Kota Pekalongan"*, Jurnal STAIN Pekalongan, No 1, (Mei 2012), Vol.9.

Tasmara, Toto., 2002, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Jakarta: Gema Insani.

Tjadradirejo, Hana., 2002, *Budaya dan Strategi Berkarakteristik dalam mencapai Keunggulan Pemasaran*, Jakarta: Lebaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Universitas Airlangga., JESTT, Vol.1. No.3 Maret.

Wahab, Wirdayani., 2017 "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri erbankan Stariah Di Kota PekanBaru", Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam. Vol 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, Sekolah Tinggi Ekonomi Mahaputra Riau.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

W, Gerungan A., 1991, *Psikologi Sosial*, Bandung: PT.Uresco.

Yulianti, Timorita Rahmani., Oktaviani, Mega., 2014, " *Pengaruh agama dan budaya terhadap etos kerja pebisnis Muslim Suku Bugis Di Kabupaten Nunukan Kalimantan Utara*", Millah ,No. 2. (2 Agustus 2014) , Vol.XIII.

Yusuf, Muhammad Shultoni., 2011,*"Etika Bisnis Komunitas Thionghoa Muslim Yogyakarta* (Kajian Atas Etos Kerja Konfusianisme Dalam Perspektif Islam)" , *Jurnal,* Religia, No.1, (April 2011) ,Vol.14

Zaini, Ahmad., 2015, *Meneladani Etos Kerja Rasulullah*, STAIN: Kudus, Bisnis, Vol.3, No.1, Juni.

Zaroni, Nur Akhmad., 2007,"*Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)",MAZAHIB: Vol.IV, No.2, Desember 2007

Zeithaml, Valare.,Birner., 1996, *Services Marketing*, New York: McGrawHill.

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 EtnisTionghoa 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 20Agustus 2017.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Website

https://pekalongankota.go.id/selayang-pandang/sejarah-singkat di akses pada tanggal 15 Agustus 2017, pukul 9:00 WIB

https://pekalongankota.bps.go.id/index.php/publikasi diaksese pada tanggal 15 Agustsus Pukul 9:00 WIB.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



Foto sama salah satu pedagang Pasar Tiban Etnis Jawa di Kota Pekalongan



Foto sama salah satu pedagang Pasar Tiban Etnis Jawa di Kota Pekalongan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Foto sama salah satu pedagang dari etnis Jawa, sekaligus ketua komunitas Pasar Tiban Kota Pekalongan, Bapak Mualim



Foto strustur pengurus organisasi pasar tiban Komunitas dagang Jawa di Kota Pekalongan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Foto sama salah satu pedagang Etnis Tionghoa,



Foto sama salah satu pedagang Etnis Tionghoa,



Foto sama salah satu pedagang Etnis Tionghoa.



Foto sama salah satu pedagang Etnis Jawa, pedagang pasar tiban di Kota Pekalongan



Foto sama salah satu pedagang Etnis Arab, Bapak Muhammad Umar, Owner Batik Tobaul dan Waroeng Oemang



Foto sama salah satu pedagang Etnis Tionghoa

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Foto sama salah satu pedagang Etnis Tionghoa

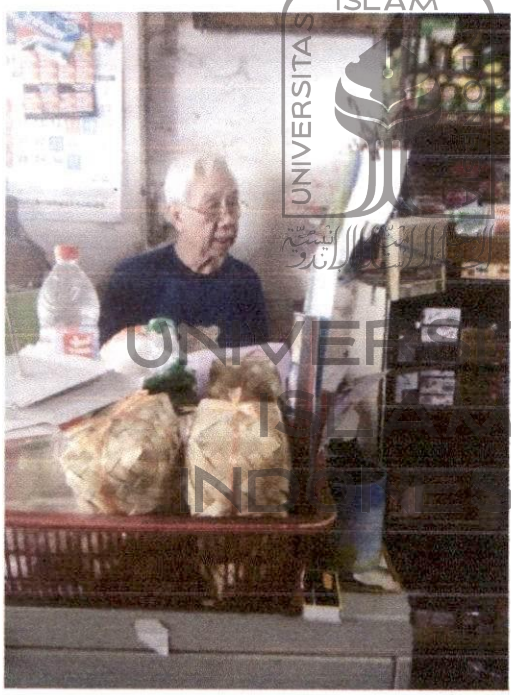


Foto sama salah satu pedagang Etnis Tionghoa, Wahjono Sukojo (pedagang sembako)

UNIVERSITAS ISLAM
UNIVERSITAS
INDONESIA

Lampiran 1

Interview Guide Mengenai Pelayanan Pedagang Komunitas Jawa, Tionghoa, Dan Arab Di Kota Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Petunjuk Wawancara:

1. Ucapan Terimakasih kepada informan atas kesediaannya untuk di wawancarai.
2. Perkenalkan diri dan jelaskan topik wawancara serta tujuan wawancara yang dilakukan.
3. Jelaskan bahwa informan bebas menyampaikan pendapat, pengalaman, harapan, atau saran yang berkaitan tentang topik wawancara.
4. Catat seluruh pembicaraan.
5. Mintalah waktu lain jika informan hanya memiliki waktu yang terbatas.

Daftar Umum

Narasumber:

Nama Informan:

Umur:

Agama:

Lama Usaha:

Tanggal wawancara:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pertanyaan Wawancara (Pelayanan) :

1. Apa alasan pedagang melayani pelanggan dengan santun/tidak santun?
2. Apa alasan pedagang melayani pelanggan dengan senyum dan ramah/tidak senyum dan tidak ramah?
3. Apa alasan pedagang melayani pelanggan dengan lemah lembut atau tidak lemah lembut?
4. Apa alasan pedagang tida dapat / dapat menjaga kepercayaan pelanggan?
5. Apa alasan pedagang sabar/tidak sabar menghadapi pelanggan?
6. Apa alsan pedagang tidak mau/ mau mengantarkan barang pesanan pelanggan?
7. Apa alasan pedagang membebaskan/membebankan ongkos pengiriman kepada pelanggan?
8. Apa alasan pedagang tidak memberikan bonus/ memberikan bonus pada hari tertentu?

Pertanyaan Wawancara (Penerapan Nilai-Nilai Berdagang dalam beradaptasi dan Membangun Relasi, Serta Etos Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam):

1. Apa alasan pedagang menyediakan barang dagangan dengan kualitas baik/sedang?
2. Apa alasan pelanggan menjual / tidak menjual harga barang dibawah harga pasar?

3. Apa alasan pelanggan menjual barang dengan harga yang sama/tidak sama pada setiap pelanggan?
4. Apa alasan saudara tidak/ pernah memainkan alat timbangan?
5. Apa alasan pedagang menjual semua stok/sebagian stok barang yang dibeli dari agen?
6. Bagaimana cara pedagang beradaptasi dengan para pelanggan sesama etnis ataupun berbeda etnis?
7. Bagaimana cara beradaptasi antara pedagang sesama etnis ataupun berbeda etnis?
8. Apa alasan pedagang bersedia/tidak bersedia membangun atau menjalin relasi dagang antar sesama ataupun berbeda etnis?
9. Bagaimana etos pedagang dalam persepektif etika bisnis Islam?

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA

Wawancara dengan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, Arab di Kota Pekalongan

Wawancara dengan pedagang etnis Arab

Nama : Muhammad Umar
Umur : 42 Tahun
Agama : Islam
Lama Usha : 20 Tahun (Berjualan Batik dan restoran)

No	Ayesha	Muhammad Umar
1	Apa Alasan Pedagang Melayani Pelanggan dengan senyum,Santun, Ramah, Lemah Lembut, terhadap pelanggan?	Untuk menarik pelanggan agar mau berbelanja di tempat kita yaitu dengan memberikan pelayanan yang membuat mereka puas, caranya dengan memberikan senyuman, bersikap ramah, sopan santun, menjaga sikap agar pelanggan tidak merasa kecewa sama pelayanan yang kita berikan.namun, sebagian dari pedagang etnis Arab orangnya judes dan jarang ramah terhadap pelanggan. Hal ini dikarenakan belum adanya adaptasi dan relasi yang baik antara pedagang dengan pelanggan. Karena etnis Arab akan sangat ramah dan dapat beradaptasi apabila dia sudah mengenal baik lawan bicaranya. Mungkin pada awalnya kurang ramah, tapi apabila intensitas bertemunya banyak, sama-sama mau menjadlin relasi komunikasi yang baik, maka kita bisa menjadi dekat, melebihi sama saudara kita sendiri. Pada dasarnya orang etnis arab itu termasuk tipe orang yang keras kepala, mereka jika mempunyai kemauan atau mengambil keputusan bisa dibilang saklek, mungkin karena alasan itulah banyak yang menganggap kita etnis Arab orangnya egois dan tidak mau bergaul dengan masyarakat setempat. Karena kita mengakui bahwa dalam untuk bersosialisasi dengan lingkungan sekitar yang mayoritasnya ber etnis Jawa. Apabila ada tawaran dengan etnis lain, untuk bekerjasama maka etnis arab akan sangat selektif memilih kawan yang akan diajak bekerjasama, apabila orang tersebut jujur, disiplin, etnis Arab tidak merasa keberatan, karena banyak orang etnis Jawa yang bekerja sama namun di tengah jalan berprilaku tidak jujur, plinplan, hal inilah yang membuat kita sebagai etnis Arab sangat selektif, tetapi kita semua dari etnis Arab tidak membatasi dengan siapa kita bergaul.
2	Apa alasan saudara sabar mengahadapi	Emang harus sabar dalam menghadapi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	tingkah laku pelanggan?	pelanggan, apabila tidak sabar nanti pelanggan akan pergi menjadi pedagang yang lebih sabar. Allah juga mencintai makhluknya yang bersikap sabar.
3	Apa alasan saudara menjaga kepercayaan pelanggan?	Menjaga kualitas barang, tidak memainkan timbangan, itu merupakan salah salatu strategi kita agar para pelanggan puas akan barang yang kita jual belikan. Saya meyakini, bahwa dengan tidak mendzalimi orang lain, maka Allah akan melancarkan rejeki kita, inilah yang merupakan kunci sukses saya dalam berdagang.
4	Apa alasan saudra mau mengantarkan barang orderan pelanggan?	Mengantarkan barang orderan pelanggan menjadi salah satu servis pelayanan yang kita berikan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan..
5	Apa alasan saudara tidak membebankan ongkos pengiriman?	Namun kita membatasi wilayah batang kota dan Pekalongan Kota yang tidak dibebankan ongkos pengiriman, namun apabila yang order alatnya jauh, maka kita akan membebankan ongkos pengiriman
6	Apa alasan saudara memberikan bonus atau diskon pada hari tertentu?	Pemberian bonus kepada pelanggan kita berikan apabila mendekati Hari Raya Idul fitri saja. Itu sebagai wujud terimakasih kita kepada pelanggan karena sudah menjadi pelanggan kita.

Wawancara dengan pedagang etnis Tionghoa

Nama : Wahjono Sukojo
Umur : 58 Tahun
Agama : Hindu
Lama Usha : 25Tahun (Berjualan Sembako)

No	Ayesha	Wahjono Sukojo
1	Apa Alasan Pedagang Melayani Pelanggan dengan senyum,Santun, Ramah, Lemah Lembut, terhadap pelanggan?	Memberikan senyuman, bersikap sopan, bertuturkata ramah, itu yang seharusnya kita sebagai pedagang lakukan saat melayani pelanggan, agar pelanggan merasa senang dan akan kembali lagi untuk membelanjakan hartanya ke toko kita.
2	Apa alasan saudara sabar mengahadapi tingkah laku pelanggan?	Sabar dalam menghadapi pelanggan juga merupakan strategi kita agar pelanggan tidak beralih ketoko lain.
3	Apa alasan saudara menjaga kepercayaan pelanggan? Memberikan jasa pengiriman barang free ongkir,?	Kita sebagai pedagang harus memperlakukan pelanggan dengan spesial,karena dengan memberikan pelayanan yang spesial, pelanggan akan datang dengan sendirinya. salah satu untuk memuaskan pelanggan yaitu dengan jasa pengiriman barang free ongkir, tidak membebankan ongkos pengiriman. Ini merupkan strategi kita juga untuk menjaga kepercayaan pelanggan.
4	Apa alasan saudara memberikan bonus atau	Saya sering memberikana potongan harga kepada

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	diskon pada hari tertentu?	pelanggan yang intensitas belanjanya sering, karena dengan memberikan potongan harga, pelanggan akan merasa senang dan terus berlanagganan.

Wawancara dengan pedagang etnis Jawa

Nama : Suprianto Mualim
Umur : 47 Tahun
Agama : Islam
Lama Usha : 10 Tahun (Clana Jins dan Jaket Jins)

No	Ayesha	Suprianto
1	Apa Alasan Pedagang Melayani Pelanggan dengan senyum,Santun, Ramah, Lemah Lembut, terhadap pelanggan?	Karena agar pembeli tertarik untuk membeli barang yang kita jual, jadi kita harus ramah terhadap pelanggan.
2	Apa alasan saudara sabar mengahadapi tingkah laku pelanggan?	Jika sudah berniat untuk menjadi seorang pedagang, maka kita harus melatih diri untuk bersikap sabar terhadap tingkah laku pelanggan, apabila tidak sabaran itu akan membuat gulung tikar atau tidak bertahan lama.
3	Apa alasan saudara menjaga kepercayaan pelanggan? Memberikan jasa pengiriman barang free ongkir,?	Selain buka lapak di Pasar Tiban saya juga menjual produk saya melalui online. Dan saya tidak menarik ongkos pengiriman barang di daerah Btang Kota dan Pekalongan Kota, ini salah satu pelayanan yang saya berikan kepada pelanggan.
4	Apa alasan saudara memberikan bonus atau diskon pada hari tertentu?	Saya tidak pernah memberikan bonus pada hari tertentu, namun terkadang saya memberikan potongan harga untuk pembeli yang sudah lama berlangganan.

Wawancara dengan pedagang etnis Arab

Nama : Ibrahim
Umur : 40 Tahun
Agama : Islam
Lama Usha : 15 Tahun (Berjualan Parfum Arab dan baju muslim)

No	Ayesha	Ibrahim
1	Apa Alasan Pedagang Melayani Pelanggan dengan senyum,Santun, Ramah, Lemah Lembut, terhadap pelanggan?	Jadi pedagang emang harus ramah, santun dan lemah lembut kepada pelanggan, tapi itu dilakukan apabila toko dalam keadaan sepi, jadi ada waktu untuk ramah dan berkomunikasi dengan pelanggan guna membangun relasi yang baik, tetapi apabila toko keadaan ramai, kita tidak bisa ramah terhadap semua pelanggan karena terbatasnya waktu dan kondisi tidak memungkinkan.
2	Apa alasan saudara sabar mengahadapi tingkah laku pelanggan?	Ya, namanya juga manusia apabila toko masih keadaan ramai dan semua pelanggan minta dilayani dengan cepat karena terbatasnya SDM membuat pedagang agak marah karena para

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		pelanggan tidak mau bersabar.
3	Apa alasan saudara menjaga kepercayaan pelanggan? Memberikan jasa pengiriman barang free ongkir,?	Saya menawarkan produk yang saya jual melalui media sosial yang ada, namun apabila ada yang memesan untuk daerah Pekalongan Kota tanpa ongkos pengkiriman, akan tetapi apabila pelanggan orang luar kota Pekalongan, seperti Batang/ Kabupaten Pekalongan maka bisa COD/ Janjian di tempat yang sudah disetujui, tanpa ongkos tambahan.
4	Apa alasan saudara memberikan bonus atau diskon pada hari tertentu?	Saya memberika diskon apabila ada pembeli yang berbelanja di saya untuk dijual kembali.

Wawancara dengan pedagang etnis Tionghoa

Nama : Ny.Liem Sui Sen
Umur : 39 Tahun
Agama : Hindu
Lama Usha : 20 Tahun (Berjualan Sembako)

No	Ayesha	Liem Sui Sen
1	Apa Alasan Pedagang Melayani Pelanggan dengan senyum,Santun, Ramah, Lemah Lembut, terhadap pelanggan?	Agar para pembeli datang berlangganan ke toko kita, kita harus dapat beradaptasi dengan mempunyai relasi yang baik dengan pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan maka kita harus ramah, jangan pelit senyum, sopan dan santu, serta sabar menghadapi pelanggan. Apabila pelanggan puas, pelanggan akan dengan datang sendirinya.
2	Apa alasan saudara menjaga kepercayaan pelanggan? Memberikan jasa pengiriman barang free ongkir,?	Agar pelanggan bertahan lama menjadi pelanggan kita, maka kita harus membuat pelanggan selalu percaya kepada kita, kita harus jujur, menyediakan barang yang berkualitas, dan tidak memainkan timbangan. Apabila ada pelanggan yang menginginkan barang yang dipesan untuk di antar kerumahnya, maka kami akan mengantarnya. Kami tidak membebani ongkos,karena ini meruapakan salah satu bentuk pelayanan dari kami.
3	Apa alasan saudara memberikan bonus atau diskon pada hari tertentu?	Kami sering memberikan potongan harga kepada pelanggan, karena hal tersebut dapat mempertahankan pelanggan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

KUESIONER

Hal : Permohonan Pengisian Kuesioner
Judul:

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

Responden Yang Terhormat,

Dalam rangka penyusunan Tesis yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Gelar Magister/Pascasarjana (S2) pada program Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta , mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan pada kuesioner berikut ini :

Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Etika Bisnis Islam Etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan Berdasarkan Pelayanan Etnis Jawa,Tionghoa, dan Arab Dalam Berdagang serta Berdasarkan Bentuk Nilai-Nilai Yang Diterapkan Dalam Berdagang.

Demikian permohonan pengisian kuesioner ini di buat , penulis mengucapkan terimakasih atas kesediaan dan kerjasamanya.

Penilaian ini menggunakan skala likert, dengan bobot skor berikut:

STS = **Sangat Tidak Setuju,** artinya sangat tidak memadai dan jauh dari keadaan ideal, setara dengan nilai 1.
TS = **Tidak Setuju,** artinya tidak memadai, setara dengan nilai 2.
R = **Ragu-Ragu,** artinya cukup memadai, setara dengan nilai 3.
S = **Setuju,** artinya memadai dan dekat dengan keadaan ideal, setara dengan nilai 4.
SS = **Sangat Setuju,** artinya sangat mendekati keadaan ideal/sesuatu yang seharusnya, setara dengan nilai 5.

DATA RESPONDEN

1. NO. Kuesioner : .....
2. Nama : .....
3. Usia : .....Tahun
4. Jenis Kelamin : L/P
5. Agama : .....
6. Pendidikan : .....

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	Arab Menjual Barang Dengan Harga Yang Sama Pada Semua Pembeli				
4	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Memainkan Alat Timbangan				
5	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menjual Semua Stok Barang Yang Dibeli Dari Agen				

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(santun)			
No	P1(Jawa)	P1(Tionghoa)	P1(Arab)
1	3	4	2
2	3	4	2
3	3	4	2
4	3	4	2
5	3	4	3
6	3	4	3
7	3	4	3
8	3	3	2
9	3	3	2
10	3	3	3
11	3	3	3
12	2	3	3
13	2	4	3
14	2	4	3
15	2	4	3
16	3	4	4
17	3	4	3
18	3	4	2
19	3	4	2
20	3	4	2
21	3	4	2
22	3	4	3
23	3	3	3
24	3	4	3
25	3	4	3
26	3	3	3
27	3	3	2
28	3	3	2
29	3	3	3
30	3	3	3
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	86	109	79
		Jumlah persen	
	287%	363%	263%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(senyum)			
No	P2(Jawa)	P2(Tionghoa)	p2(Arab)
1	3	4	2
2	3	4	2
3	3	4	2
4	3	4	2
5	3	4	3
6	3	4	2
7	3	4	2
8	3	3	2
9	3	3	2
10	3	3	3
11	3	3	3
12	4	3	3
13	4	4	3
14	4	4	3
15	4	4	3
16	4	4	4
17	4	4	3
18	4	4	2
19	4	4	2
20	4	4	2
21	4	4	2
22	4	4	2
23	3	3	2
24	4	4	3
25	4	4	3
26	4	4	3
27	3	4	2
28	4	4	2
29	4	4	3
30	4	4	3
		jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	107	114	75
		jumlah persen	
	357%	380%	250%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab DI Kota Pekalongan(lema h lembut)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	4	2
2	3	4	2
3	3	4	2
4	3	4	2
5	2	4	4
6	2	4	4
7	2	3	4
8	2	4	4
9	2	4	3
10	2	4	3
11	2	4	3
12	2	3	3
13	2	3	3
14	2	3	3
15	2	3	3
16	2	4	4
17	2	4	3
18	2	4	3
19	2	4	3
20	2	4	3
21	3	4	3
22	3	4	2
23	3	3	2
24	4	4	2
25	3	4	2
26	2	4	2
27	2	4	2
28	2	4	2
29	2	4	2
30	2	4	2
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	70	114	82
		Jumlah persen	
	233%	380%	273%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(Ramah)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	4	2
2	3	4	2
3	3	4	2
4	3	4	2
5	3	4	3
6	3	4	3
7	3	4	3
8	3	4	2
9	3	4	2
10	3	4	3
11	3	4	3
12	2	3	3
13	2	4	3
14	2	4	3
15	2	4	3
16	3	4	4
17	3	4	3
18	3	4	2
19	3	4	2
20	3	4	2
21	3	4	2
22	3	4	2
23	3	3	2
24	3	4	2
25	3	4	2
26	3	4	3
27	3	4	2
28	3	4	2
29	3	4	3
30	3	4	3
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	86	118	75
		jumlah persen	
	287%	393%	250%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(sabar)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	4	2
2	4	4	2
3	4	4	2
4	4	4	2
5	4	4	3
6	3	4	3
7	3	4	3
8	3	4	4
9	3	4	4
10	3	4	4
11	3	4	4
12	2	3	4
13	2	4	4
14	2	4	4
15	2	3	4
16	3	3	4
17	2	3	4
18	2	3	4
19	2	3	3
20	2	3	3
21	2	3	3
22	2	3	3
23	3	3	2
24	3	4	2
25	3	4	2
26	3	4	3
27	3	4	4
28	3	4	4
29	3	4	4
30	3	4	4
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	84	110	98
		Jumlah persen	
	280%	367%	327%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(menjaga kepercayaan pelanggan)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	4	4
2	4	4	4
3	3	4	4
4	3	4	4
5	3	4	4
6	3	4	4
7	3	4	4
8	3	4	4
9	3	4	4
10	3	4	4
11	3	4	4
12	2	3	4
13	2	4	4
14	2	4	4
15	3	3	4
16	3	4	4
17	2	4	4
18	2	4	4
19	2	4	4
20	2	4	3
21	2	4	3
22	2	4	3
23	3	4	3
24	2	4	4
25	2	4	4
26	2	4	4
27	2	4	4
28	2	4	4
29	3	4	4
30	3	4	4
		jumlah	
	jawa	Tionghoa	Arab
	77	118	116
		jumlah persen	
	257%	393%	387%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(mengantarkan barang pesanan)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	2	4	4
2	2	4	4
3	2	4	2
4	2	4	2
5	2	4	2
6	2	4	2
7	2	4	2
8	2	4	4
9	2	4	4
10	2	4	4
11	3	4	4
12	2	4	4
13	2	4	4
14	2	2	4
15	3	2	2
16	3	2	2
17	2	2	4
18	2	2	4
19	2	4	3
20	2	4	3
21	2	4	2
22	2	4	2
23	3	4	2
24	2	4	2
25	2	4	2
26	2	4	3
27	2	4	3
28	2	4	2
29	3	4	2
30	3	4	2
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	66	110	86
		Jumlah persen	
	220%	367%	287%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(Pembebasan ongkos pengiriman)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	4	4
2	3	4	4
3	3	4	3
4	3	4	3
5	3	4	3
6	3	4	2
7	3	3	3
8	3	3	3
9	3	3	2
10	3	4	2
11	3	4	2
12	3	3	2
13	3	4	2
14	3	4	2
15	3	4	2
16	3	4	2
17	2	4	4
18	2	4	4
19	2	4	3
20	2	4	3
21	2	4	3
22	2	2	3
23	3	2	3
24	3	2	3
25	3	2	3
26	3	2	3
27	3	2	3
28	3	2	3
29	3	2	3
30	3	4	3
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	84	100	85
		Jumlah persen	
	280%	333%	283%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pelayanan Pedagang Etnis Jawa, Tionghoa, dan Arab Di Kota Pekalongan(Pemberian bonus)			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	4	3
2	3	4	3
3	3	4	3
4	3	4	3
5	3	4	3
6	3	4	2
7	3	4	3
8	3	4	3
9	3	4	3
10	3	4	3
11	3	4	2
12	3	4	3
13	3	4	3
14	3	4	3
15	3	4	3
16	3	4	2
17	2	4	4
18	2	4	4
19	2	4	2
20	2	4	2
21	2	4	2
22	2	3	2
23	2	3	2
24	2	3	2
25	2	3	2
26	2	3	2
27	2	3	2
28	3	3	2
29	3	3	2
30	3	4	2
		Jumlah	
	Jawa	Tionghoa	Arab
	79	112	77
		Jumlah persen	
	263%	373%	257%

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR PERNYATAAN
Berilah Tanda (V) pada Kolom yang Tersedia

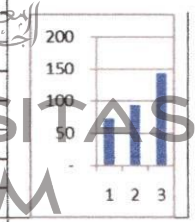
No	PERNYATAAN TANGGAPAN KONSUMEN/PEDAGANG TERHADAP PEDAGANG ETNIS PEDAGANG JAWA, TIONGHOA, DAN ARAB BERDASARKAN PELAYANAN DALAM BERDAGANG	STS	TS	R	S	SS
1	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan arab Melayani Pelanggan Dengan Santun					
2	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Melayani Pelanggan Dengan Senyum					
3	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Melayani Dengan Lemah Lembut					
4	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Bertutur Kata Ramah Terhadap Pelanggan					
5	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Sabar Terhadap Tingkah Laku Pelanggan					
6	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menjaga Kepercayaan Pelanggan					
7	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Senantiasa Mau Mengantarkan Barang Pesanan Yang Telah Dibeli Pelanggan					
8	Dalam Setiap Pengiriman Barang, Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab membebankan Ongkos Pengiriman					
9	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Memberikan Bonus Terhadap Pelanggan Pada Hari Tertentu					
	TANGGAPAN KONSUMEN/PEDAGANG TERHADAP PEDAGANG ETNIS ARAB BERDASARKAN BENTUK NILAI-NILAI YANG DITERAPKAN DALAM BERDAGANG					
1	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menyediakan Barang Dagangan Dengan Kualitas Barang Yang Baik					
2	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menjual Harga Barang Dibawah Harga Pasar					
3	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menjual Barang Dengan Harga Yang Sama Pada Semua Pembeli					
4	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Memainkan Alat Timbangan					
5	Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menjual Semua Stok Barang Yang Dibeli Dari Agen					

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

No	PERNYATAAN ETIKA DAGANG ETNIS PEDAGANG JAWA, TIONGHOA, DAN ARAB BERDASARKAN PELAYANAN DALAM BERDAGANG	SS	S	K	TP
1	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Melayani Pelanggan Dengan Santun				
2	Pedagang Arab Melayani Pelanggan Dengan Senyum				
3	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Melayani Dengan Lemah Lembut				
4	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Bertutur Kata Ramah Terhadap Pelanggan				
5	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Sabar Terhadap Tingkah Laku Pelanggan				
6	Pedagang Arab Menjaga Kepercayaan Pelanggan				
7	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Senantiasa Mau Mengantarkan Barang Pesanan Yang Telah Dibeli Pelanggan				
8	Dalam Setiap Pengiriman Barang, Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab membebankan Ongkos Pengiriman				
9	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Memberikan Bonus Terhadap Pelanggan Pada Hari Tertentu				
	ETIKA DAGANG ETNIS PEDAGANG JAWA, TIONGHOA, DAN ARAB BERDASARKAN BENTUK NILAI-NILAI YANG DITERAPKAN DALAM BERDAGANG				
1	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menyediakan Barang Dagangan Dengan Kualitas Barang Yang Baik				
2	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan Arab Menjual Harga Barang Dibawah Harga Pasar				
3	Pedagang Pedagang Jawa, Tionghoa, dan				

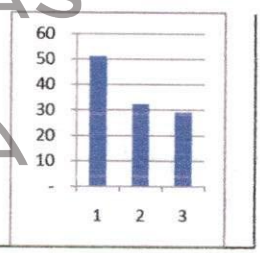
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Penerapan Nilai-Nilai Berdagang			
No	P5(Jawa)	P5(Tionghoa)	P5(Arab)
1	3	4	3
2	3	4	3
3	3	4	3
4	3	4	3
5	2	4	3
6	2	4	3
7	2	4	3
8	2	4	3
9	3	4	3
10	3	4	4
11	3	4	4
12	3	4	4
13	3	4	4
14	3	4	4
15	3	4	4
16	3	4	3
17	3	2	4
18	2	2	4
19	2	1	4
20	2	1	4
21	3	2	4
22	2	1	4
23	2	3	4
24	2	3	3
25	2	3	3
26	2	3	3
27	2	3	4
28	2	3	44
29	2	2	4
30	2	2	4
		jumlah	
	jawa	Tionghoa	Arab
	72	93	143
		jumlah persen	
	240%	310%	477%



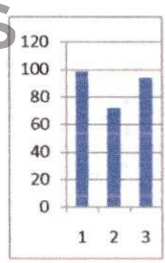
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

memainkan alat timbangan			
Penerapan Nilai-Nilai Berdagang			
No	P4(Jawa)	P4(Tionghoa)	P4(Arab)
1	2	1	1
2	2	1	1
3	2	1	1
4	2	1	1
5	2	1	1
6	2	1	1
7	1	1	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	1	1	1
11	1	1	1
12	1	1	1
13	1	1	1
14	2	1	1
15	2	1	1
16	2	1	1
17	2	2	1
18	2	2	1
19	2	1	1
20	2	1	1
21	2	2	1
22	2	1	1
23	2	1	1
24	2	1	1
25	2	1	1
26	2	1	1
27	2	1	1
28	2	1	1
29	2	1	1
30	2	1	1
		jumlah	
	jawa	Tionghoa	Arab
	51	32	29
		jumlah persen	
	170%	107%	97%



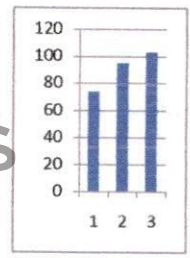
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Menjual Barang Dengan Harga Yang Sama Pada Semua Pembeli			
Penerapan Nilai-Nilai Berdagang			
No	P3(Jawa)	P3(Tionghoa)	P3(Arab)
1	3	2	4
2	3	2	4
3	3	2	4
4	3	2	4
5	3	2	4
6	3	2	4
7	3	2	4
8	3	2	4
9	3	2	4
10	3	3	4
11	3	3	4
12	4	3	4
13	4	3	2
14	4	3	3
15	4	3	3
16	4	2	3
17	3	4	2
18	3	3	2
19	3	3	3
20	3	3	3
21	2	3	3
22	4	3	3
23	4	3	2
24	4	2	3
25	4	2	3
26	4	2	2
27	4	2	3
28	4	2	3
29	4	2	3
30	4	2	3
		jumlah	
	jawa	Tionghoa	Arab
	99	72	94
		jumlah persen	
	330%	240%	313%



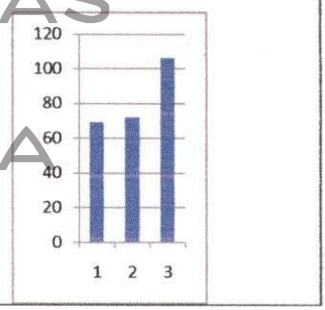
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Menyediakan Barang Dagangan Dengan Kualitas Baik			
Penerapan Nilai-Nilai Berdagang			
No	P1(Jawa)	P1(Tionghoa)	P1(Arab)
1	3	3	3
2	3	3	3
3	3	3	3
4	3	3	3
5	3	3	3
6	3	3	3
7	2	3	3
8	2	4	3
9	3	3	3
10	2	3	3
11	2	3	3
12	2	3	4
13	2	3	4
14	2	3	4
15	2	3	4
16	3	4	4
17	3	3	4
18	3	3	4
19	3	3	4
20	3	3	4
21	2	3	4
22	2	3	4
23	2	3	3
24	2	4	4
25	2	4	4
26	3	4	3
27	3	4	4
28	3	4	4
29	3	4	4
30	3	4	4
		jumlah	
	jawa	Tionghoa	Arab
	74	95	103
		jumlah persen	
	247%	317%	343%



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tidak Menjual Harga Barang Di Bawah Harga Pasar			
Penerapan Nilai-Nilai Berdagang			
No	P2(Jawa)	P2(Tionghoa)	P2(Arab)
1	3	4	4
2	3	4	4
3	3	4	4
4	2	2	4
5	2	2	3
6	2	2	3
7	2	2	3
8	2	2	3
9	2	2	3
10	2	3	4
11	2	3	4
12	2	3	4
13	2	3	4
14	3	3	4
15	3	2	4
16	3	2	4
17	3	2	4
18	2	2	4
19	2	2	4
20	3	2	4
21	2	2	3
22	2	2	3
23	2	2	3
24	2	3	3
25	2	3	3
26	2	3	4
27	3	2	4
28	3	2	4
29	3	2	4
30	3	2	4
		jumlah	
	jawa	Tionghoa	Arab
	69	72	106
		jumlah persen	
	230%	240%	353%



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

CURRICULUM VITAE



Nama	: Ayesha Nur Salma
Tempat, tanggal, lahir	: Pekalongan, 10 Agustus 1993
Alamat	: JL. Asri raya 1 Perum Pisma Griya Asri Blok B-7 Batang
Jenis kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Kewarganegaraan	: Indonesia
Nama Orangtua	: - Dr. Herie Purwanto, SH.MH
	- Sri murbihandini
Riwayat Pendidikan	:
- Tahun 1999/2005	: SD N Denasri Kulon 02 Batang
- Tahun 2005/2008	: SMP Ma'had Islam Pekalongan
- Tahun 2008/2011	: SMA N 3 Pekalongan
- Tahun 2011/2015	: S1 Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan
- Tahun 2015/2017	: S2 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pengalaman Organisasi :

1. Pengurus UKM Studi Gender Mahasiswa (SIGMA) periode 2012-2014
2. Pengurus Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Cabang Pekalongan periode 2012-2014