

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persebaran orang Cina di berbagai penjuru dunia telah berlangsung selama ratusan tahun. Mulai abad ke-9 seterusnya, para pedagang Cina telah sering mengunjungi Jawa dan Sumatera. Diperkirakan sekitar abad ke-15 orang Cina telah menjalin hubungan dengan raja-raja lokal di Nusantara (Tan, 1981:31). Sumber Belanda menyebutkan ketika Belanda mendarat di Jawa pada tahun 1596, mereka menemukan penduduk tersebar dan bekerja di berbagai tempat propinsi itu (Wong, 1987:51). Melihat keberadaan mereka di nusantara yang begitu panjang, maka orang Cina tidak lagi dianggap asing oleh penduduk nusantara.

Oleh karena itu, orang Cina di Indonesia sesungguhnya merupakan kelompok minoritas (+2%) dari penduduk Indonesia, tetapi merupakan kelompok penting yang dominan dalam lapangan ekonomi dan perdagangan, karena itu merupakan kelompok minoritas yang sangat prioritas (Pelly 1987).

Para pendatang dari Cina di nusantara secara tradisional hanyalah aktivitas individual yang tidak terorganisir dari pihak pedagang yang datang dari pantai Cina Selatan (Wong, 1987:51). Bahkan para pendatang yang datang kemudian bukanlah pedagang tetapi petani, nelayan, buruh tambang dan pekerja kasar lainnya (Tan, 2003). Keberadaan orang Cina di nusantara semakin terasa cukup penting karena para pedagang Cina memainkan peranan mereka sebagai

pedagang perantara. Ong Eng Die (Tan,1981:31) mengatakan bahwa pedagang Cina memerankan karakter perdagangan yang cukup penting sebagai pedagang perantara dengan menghubungkan perusahaan-perusahaan impor dan ekspor Eropa di satu pihak dan konsumen serta produsen pribumi di pihak lain. Dengan demikian, pedagang Cina memiliki peranan yang cukup penting di dalam distribusi barang. Ada atau tidaknya suatu barang tergantung kepada ada atau tidaknya barang di tangan pedagang perantara.¹ Keberadaan orang Cina atau komunitas Cina di dunia selalu memberikan peranan yang cukup penting pada setiap negara di mana orang Cina itu sendiri berada. Mereka tersebar di berbagai belahan penjuru dunia bukan saja berada di kawasan Asia khususnya Asia Tenggara, Amerika sampai Afrika-selalu memberikan ruang khusus para pakar di berbagai bidang baik di dalam bidang politik, sosial budaya maupun ekonomi. Orang Cina merupakan kelompok minoritas tetapi selalu menampilkan status sosial yang cukup diperhitungkan terutama di dalam ekonomi (Wong,1987:13-22)

Walaupun keberadaan mereka sebagai pedagang perantara sangat diperhitungkan di nusantara, mereka menghadapi begitu banyak hambatan baik ketika nusantara di bawah pemerintahan Hindia Belanda maupun setelah Indonesia merdeka. Ketika nusantara di bawah pemerintahan Hindia Belanda, orang Cina diwajibkan tinggal di kantong-kantong wilayah tertentu yang terpisah dengan penduduk pribumi lain. Di samping itu, mereka juga dikenakan peraturan surat jalan ketika bepergian. Mereka juga dikenakan peraturan undang-undang

¹ Karakteristik perekonomian orang Cina dapat juga dilihat pada kalangan orang Cina di semenanjung Malaysia. Orang Cina di semenanjung Malaysia juga menjalankan peranan sebagai pedagang perantara yang menjual produk pertanian ke kota-kota dan ke desa-desa di Malaysia. Pedagang Cina membentuk suatu kaitan yang sangat penting dalam mata rantai antara ekonomi pedesaan dan ekonomi perkotaan perkotaan dan negara, lihat S Husein Ali (1988)

orang bukan pribumi untuk memiliki tanah. Dengan adanya peraturan yang diberlakukan berarti menghambat orang Cina untuk memiliki tanah pertanian.

Hambatan lain yang dihadapi orang Cina di Indonesia ialah ketika Indonesia merdeka dengan dikeluarkannya PP No 10 tahun 1959-60 tentang tidak diperbolehkannya orang Cina berusaha di tingkat bawah kabupaten (Tan,1981:xiv; Effendi,2000:15) Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut sebahagian orang Cina melepaskan pekerjaan mereka di pedesaan yaitu pertanian. Hal lain yang tidak dapat dihindari adalah implikasi dari peraturan tersebut yaitu terkonsentrasinya orang Cina di daerah-daerah tertentu di perkotaan. Dengan dikeluarkannya peraturan PP No.10 tahun 1959-60 secara tidak langsung memaksa orang Cina untuk berusaha yang sesuai dengan situasi perkotaan yaitu perdagangan.

Selain pedagang Cina, di kalangan masyarakat pribumi sendiri beberapa etnik memiliki peranan yang cukup penting di dalam menggerakkan ekonomi seperti Minangkabau, Bugis dan Pidie. Bahkan etnik-etnik tersebut memiliki mobilitas yang tinggi dalam berdagang. Beberapa ahli menganalisis beberapa faktor yang mendukung tingginya mobilitas penduduk di atas antara lain faktor budaya, agama dan situasi yang memaksa mereka untuk berdagang.² Oleh karena itu, tradisi berdagang sebenarnya telah ada dalam etnik-etnik pribumi. Dominasi pedagang Cina yang kita kenal selama ini sebagai pedagang ulung melebihi pedagang etnik pribumi lainnya harus dipandang secara proporsional. Kecunggulan

² Ini dapat dilihat pada orang Cina yang ada di Sumatera Utara yang banyak terlibat dalam perdagangan karena selesainya kontrak kerja dengan perusahaan perkebunan, lihat M. Rajab Lubis (1995)

pedagang Cina harus dipandang sebagai keunggulan lokalitas.³ Keunggulan berdagang di satu tempat tidak menentukan keunggulan di tempat lain. Ini dapat dilihat di Kota Langsa yang menjadi objek penelitian ini, etnik Pidie yang merupakan sub etnik Aceh dianggap dapat mengungguli dominasi pengusaha Cina. Kemampuan etnik Pidie dalam berdagang di mulai tradisi merantau. Mengenai budaya merantau pada masyarakat Pidie, Mohammad Hoesein (1970:158) mengatakan:

Dahulu pemuda-pemuda Aceh untuk membelanjai keluarganya da sebaiknya meninggalkan kampung halamannya dan merantau jauh. Di rantau pemuda ini biasanya berkebun dan berniaga, mereka hidup berhemat dan menyimpan. Sewaktu-waktu ia mengirim sesuatu untuk keluarganya yang dititipkan pada kawan-kawan sekampung yang kembali ke kampungnya. Banyak di antara pemuda-pemuda yang merantau menjadi kaya atau menjabat yang lumayan bahkan ada yang diangkat oleh berwajib sebagai ulee baleng atau kejuruan.

Di samping memiliki tradisi merantau orang Pidie adalah pengusaha yang ulet dan pekerja keras yang berbeda dengan pengusaha Aceh lainnya. Penilaian terhadap pengusaha Pidie dapat dilihat dari penelitian Sulaiman (1988:43) yang mengatakan:

Sebutan pengusaha Pidie yang ada mungkin berbeda yaitu ada dua sub etnik yang relatif berbeda yaitu sub etnik Aceh Besar (Aceh Rayeuk) dan sub etnik Aceh Pidie..... Dari wawancara diketahui 50% pengusaha pribumi di Kota Madya Banda Aceh adalah pengusaha yang berasal dari Aceh Pidie.

Sahur (1988:32) mengatakan tradisi merantau merupakan suatu tradisi yang ada di dalam masyarakat Pidie baik bagi belum menikah maupun sudah

³ Yang Penceliti maksudkan dengan keunggulan lokalitas adalah suatu keunggulan di satu tempat dan tidak di tempat lain.

menikah. Siegel (dalam Naim, 1984:283) mengatakan bahwa motivasi merantau mereka bukan hanya kebutuhan ekonomi, tetapi ada sangkut pautnya dengan kedudukan laki-laki dalam rumah tangga. Kedudukan laki-laki seperti laki-laki yang mencari nafkah keluarga. Dan seorang ibu/istri tidak menyukai suami/anak laki-laki apabila hanya berdiam di rumah.

Adapun pekerjaan yang dilakukan orang Pidie di rantau adalah dengan melakukan pekerjaan yang sesuai dengan situasi perkotaan seperti penjual nasi, toko material (bahan bangunan), toko kelontong dan lain sebagainya. Dengan adanya tradisi merantau tersebut maka menciptakan suatu solidaritas bagi sesama perantau Pidie. Dengan terjalinnya solidaritas atas sesama perantau Pidie, maka terciptalah jaringan kerja antar sesama perantau Pidie. Jaringan kerja ini dapat dilihat jenis usaha yang akan di buka di rantau dengan terlebih dahulu di diskusikan dengan orang yang telah merantau terlebih dahulu. Untuk membuka usaha baru, orang Pidie selalu bekerja terlebih dahulu (magang) dengan sesama pengusaha Pidie yang telah terlebih dahulu membuka usaha di rantau.

Dengan melakukan magang terlebih dahulu dengan pengusaha yang telah sukses selain untuk berlatih dalam mengelola dagang, juga sebagai bentuk jaringan yang diperlukan apabila salah satu pengusaha Pidie mengalami kesulitan dalam melakukan usaha dagang.

Melekatnya tradisi merantau dan semangat keberhasilan di rantau pada orang Pidie, peneliti melihat ada dua tujuan yang mereka harapkan dari keberhasilan merantau yaitu ; (1) untuk mendapatkan prestise pribadi, (2) untuk mendapatkan prestise sosial. Untuk mendapatkan prestise pribadi, seorang

pengusaha Pidie yang berhasil di rantau akan meningkat statusnya di dalam masyarakat. Dalam mendapatkan status sosial ini, pengusaha Pidie yang berhasil di rantau memberikan bantuan-bantuan ke kampung halaman sebagai tanda keberhasilan di rantau. Dalam beberapa kesempatan peneliti melihat nama-nama penyumbang yang memberikan sumbangan mereka untuk kepentingan keagamaan dan fasilitas sosial. Di samping itu, masyarakat yang menerima sumbangan akan mencantumkan nama para penyumbang sebagai *penghormatan* kepada para penyumbang (donatur). Adapun keberhasilan merantau untuk mendapatkan prestise sosial adalah diakuinya orang yang berhasil di rantau sebagai orang yang berhasil. Bagi orang Pidie kesuksesan di rantau berarti prestise di tengah-tengah masyarakat. Mengenai hal ini, Sahur (1988:32) mengatakan:

Para perantau bila kembali ke kampung halaman banyak ditemukan berbincang-bincang di bale-bale dekat meunasah. Ditempat ini secara tidak langsung dipamerkan hasil perantauan mereka serta pengalaman-pengalaman yang diperoleh selama di rantau. Di tempat itu mereka mengeluarkan uang untuk membeli makanan bagi orang yang duduk di bale, sehingga di tempat ini nampaknya terjadi persaingan tak langsung antara perantau sendiri keadaan masing-masing di perantauannya.

Sebagaimana pengusaha Pidie, magang juga berlaku bagi kalangan pengusaha Cina. Anak diberi latihan untuk dapat meneruskan usaha orang tua mereka atau membuka usaha sendiri. Di samping itu anak diberi latihan untuk membuka jaringan dengan pengusaha lain terutama dengan sesama pengusaha Cina. Mereka selalu mengadakan hubungan-hubungan yang *intens* agar tidak terjadi persaingan dengan sesama dengan pengusaha Cina. Demikian juga dengan kelanjutan pengelolaan sebuah usaha, anak sedini mungkin dilibatkan dalam setiap transaksi perdagangan.

Dengan adanya kontinuitas usaha pengusaha Cina dapat mempertahankan usaha yang mereka lakukan. Mempertahankan usaha bukanlah usaha yang mudah dilakukan dengan pesaing pengusaha Pidie yang begitu agresif dalam berdagang. Salah satu strategi yang mereka lakukan untuk dapat mengimbangi pengusaha Pidie adalah dengan mempergunakan karyawan yang direkrut dari etnik Aceh. Dengan mempekerjakan etnik Aceh sebagai karyawan, pengusaha Cina berusaha menarik pembeli/pelanggan dari etnik Aceh.

Berbeda dengan yang dilakukan para pengusaha Pidie, pengusaha Pidie mereka berusaha mempertahankan kontinuitas usaha dengan melakukan latihan dagang kepada anak mereka dan merekrut "orang sekampung" sebagai karyawan. Adapun tujuan perekrutan orang sekampung sebagai karyawan selain karena ada rasa saling percaya (*trust*), juga sebagai sarana latihan bagi karyawan untuk menjadi pengusaha baru. Bagi orang Pidie, karyawan bukanlah sebagai pekerja yang mendapat gaji yang tetap tetapi penggajian mereka berdasarkan presentase barang yang terjual. Dengan adanya sistem penggajian seperti itu karyawan dapat dianggap sebagai pemilik. Dengan demikian, karyawan lebih agresif menjual barang dagangan. Pendapatan akan diterima berdasarkan omzet barang yang terjual. Secara tidak langsung, karyawan merupakan pemilik barang dagangan yang akan di jual. Dengan adanya sistem penggajian seperti itu karyawan semakin agresif dalam menjual barang. Hal lain yang dilihat di dalam penelitian ini adalah kaitan antara nilai-nilai agama dan kultural sebagai inspirasi dalam berusaha. Pengusaha Pidie menjadikan agama Islam sebagai pengikat jaringan dengan sesama pengusaha Pidie. Agama merupakan salah satu pengikat dan penguat

solidaritas sesama pengusaha Pidie. Sedangkan nilai-nilai kultural yang mereka jadikan inspirasi adalah budaya orang Pidie yang memiliki tradisi merantau setelah menikah dan menjadi orang yang berhasil di rantau.

Bagi kalangan pengusaha Cina nilai-nilai agama dan budaya juga memiliki peranan yang cukup penting di dalam memotivasi mereka dalam menjalankan bisnis. Banyak ahli mengamati terhadap pengusaha Cina dipengaruhi oleh kebudayaan konfusianisme. Ajaran konfusianisme yang dikembangkan Meng Tzu sangat berpengaruh kepada pengusaha Cina. Mengenai ajaran Meng Tzu ini, Sudirja (1994:34) mengatakan:

Konfusius menganjurkan orang untuk terus-menerus belajar tanpa merasa bosan. Dalam hubungannya dengan *jen*, misalnya terkenal semboyan lakukan kepada orang lain apa yang kamu lakukan untuk dirimu sendiri, (*chung*, setia pada diri sendiri, sadar) dan jangan lakukan kepada orang lain apa yang tidak ingin lakukan pada dirimu sendiri (*shu*, moral timbal balik).

Dalam sistem pengelolaan usaha, pengusaha Cina sangat dipengaruhi oleh keluarga. Bisnis dikelola oleh keluarga, dikembangkan oleh keluarga oleh seluruh keluarga dan diwariskan kepada generasi selanjutnya. Mengenai hal ini, Redding (1994:54) mengatakan:

Cara yang ditempuh orang untuk eksis dalam jaringan keluarga dan dengan menganggap bahwa masyarakat bukan terdiri dari individu (yang tidak mempunyai legitimasi) namun terdiri dari keluarga yang membentuk kehidupan. Jadi pengertian keluarga berakar dari anggotanya yang mengatur kekayaan, reputasi, tradisi internal, kepercayaan leluhur dan bahkan generasi masa datang.

Di samping itu juga, kemajuan-kemajuan usaha yang dimiliki pengusaha Cina dipengaruhi oleh nilai uang yang ada pada kalangan pengusaha Cina. Ketiga

karakteristik itu adalah: (1) mencari kekayaan, (2) kelebihan kekayaan sebagai kompensasi terhadap pungutan penguasa, (3) legitimasi keuangan yang cermat dan penting yang berkaitan dengan tetangga dan bukan pada sanak terdekat (Redding, 1994:70). Osgood (dalam Redding, 1994:70) mengatakan "mereka mudah terkesan.... sehingga tidak ada perhatian orang dewasa selain masalah uang dan pembicaraan sewaktu makan tidak terlepas dari bisnis yang menghasilkan uang".

Uang selalu menjadi persoalan dalam berbagai kesempatan. Dalam setiap transaksi bisnis hubungan sosial mendapat prioritas yang penting karena dapat mempermudah kemajuan bisnis. Sepanjang penelitian ini dilakukan peneliti melihat hubungan baik yang dilakukan dengan pengusaha Cina dengan rekan bisnisnya hanya berlangsung ketika transaksi bisnis berlangsung. Hubungan sosial akan berakhir apabila hubungan bisnis tidak dilakukan lagi. Dalam hal ini hubungan sosial terkait dengan hubungan bisnis.

Melihat dari keberadaan pengusaha Pidie dan Cina di kota Langsa memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan kedua etnik tersebut adalah keduanya berorientasi prestise (akumulasi modal) sedangkan perbedaan yang sangat mencolok adalah pengusaha Pidie tidak memandang kesuksesan adalah terkumpulnya uang tanpa diiringi tindakan dalam bentuk lain. Para pengusaha Pidie yang sukses selalu mengeluarkan hartanya dalam bentuk zakat dan sumbangan-sumbangan lain untuk kegiatan keagamaan. Sedangkan, pengusaha Cina selalu menginvestasikan kelebihan keuntungan ke dalam bentuk materiil yang tampak seperti mobil, rumah atau digunakan untuk memperluas usaha.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan di latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Jaringan kerja berdasarkan etnik memperkokoh usaha yang dijalankan.
2. Kerjasama yang baik antara pengusaha yang memiliki etnik yang sama menciptakan solidaritas antar sesama pengusaha.
3. Kompetisi antar pengusaha dilakukan dengan strategi-strategi usaha untuk menarik pembeli/pelanggan.
4. Adanya kecenderungan nilai-nilai agama dan sosio kultural menjadi faktor pendorong semangat berusaha.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah jaringan kerja berdasarkan etnik di lakukan untuk memperkokoh usaha dagang.
2. Bagaimanakah bentuk-bentuk kerjasama di lakukan untuk menciptakan solidaritas antar sesama pengusaha.
3. Bagaimanakah bentuk kompetisi antar pengusaha yang berbeda etnik.
4. Apakah nilai-nilai agama dan sosio kultural mendorong semangat berusaha.

1.4 Tujuan Penelitian.

Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu tujuan teoritis dan tujuan praktis. Tujuan teoritis penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peranan jaringan kerja berdasarkan etnisitas dan daerah asal yang sama.
2. Untuk mengetahui peranan asosiasi atau perkumpulan dalam memperkuat usaha dagang.
3. Untuk mengetahui peranan sosio budaya dan agama dalam mempertahankan usaha dagang.
4. Untuk mengetahui adanya "saling percaya" (*trust*) dalam usaha dagang.

Adapun tujuan praktis penelitian ini adalah:

1. Untuk meningkatkan peranan pengusaha dalam menggerakkan perekonomian masyarakat.
2. Sebagai rekomendasi bagi pemerintah untuk meningkatkan perekonomian rakyat melalui pembinaan pengusaha kecil dan menengah (UKM).
3. Sebagai rekomendasi bagi pemerintah untuk menjaga keseimbangan ekonomi masyarakat melalui usaha yang digerakkan oleh masyarakat.