

**FAMILISM DAN GUANXI  
PADA CHINESE WORK VALUE  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM  
(STUDI PADA ETNIS CINA DI MADIUN)**

Oleh: Ririn Tri Puspita Ningrum\*

**Abstract:** *This work is motivated by factors of business success and trade ethnic Chinese businessmen in Indonesia. The phenomenon of ethnic Chinese success is inseparable values and principles rooted in what is called Chinese Work Value, in particular the principle of familism and guanxi. Viewed objectively, these two principles are very big role on the business strategy of ethnic Chinese. Through empirical study with a phenomenological approach, the results of this work were once answered two focus of the study, among other things: first, that the principle familism and guanxi in Chinese Work Value rests on a foundation of thinking of Chinese about the business world highly value the reality and rational demonstrated through attitude kinship, relationship-oriented, respect for social order for the purposes of their business success. Secondly, there is the side where the principle familism and guanxi in Chinese Work Value in accordance with Islamic business ethics as it is equally forward the principles of the best in the business, among others: thrift, think ahead, a high work ethic, to act quickly and proactively, meticulous, thorough, promoting honesty, good service, not easily give up and network expansion. However, there is a point that can not be reconciled with the Islamic business ethics when faced with the strategy of expanding networking (building networks and relationships) that one part of the principle of familism. Ethnic Chinese prefer the family or fellow ethnic Chinese to achieve equitable prosperity. In Islam, the expansion of networking and relationships more mengedapatkan principles of equality and brotherhood principles framed in the concept ta'awun and brotherhood that does not discriminate between families, groups and classes of other socio-economic.*

**Keywords:** *Familism, Guanxi, Chinese Work Value, Etika Bisnis Islam.*

---

\* Dosen Tetap Jurusan Syari'ah STAINU Madiun.

## PENDAHULUAN

Indonesia sebagai Negara yang berdiri diatas kemajemukan memiliki beribu budaya dan suku bangsa, salah satunya adalah etnis Cina. Jika diruntut dari sejarahnya, Cina bukanlah etnis baru di Indonesia. Etnis Cina merupakan bagian dari kemajemukan Indonesia yang membentuk khazanah peradaban bangsa yang sama-sama memiliki hak untuk diakui, dilindungi dan dijaga martabatnya. Populasinya sebagian besar tumbuh di kota besar dan menguasai bisnis dan perdagangan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat sebagian besar sektor bisnis dan perdagangan di berbagai kota dikuasai oleh etnis Cina.

Keberhasilan pengusaha etnis Cina baik Muslim atau Non Muslim di Indonesia bahkan di dunia memang tidak terbantahkan. Jika dilihat eskalasi tingkat keberhasilan bisnis dan perdagangannya tergolong spektakuler.<sup>1</sup> Hal ini yang menjadi keunikan dari etnis Cina. Meskipun menjadi minoritas warga keturunan, namun kiprahnya dalam dunia bisnis dan perdagangan mengungguli mayoritas warga pribumi.

Fenomena keberhasilan etnis Cina dalam dunia bisnis dan perdagangan tersebut berpijak pada prinsip dan nilai yang disebut dengan istilah *Chinese Work Value*. *Chinese Work Value* setidaknya mencakup lima hal antara lain: (1) *power and autocracy* (kekuasaan dan otokrasi), (2) *familism* (kekeluargaan), (3) *guanxi* (jaringan kelas), (4) *face and prestige* (harga diri dan wibawa), (5) *flexibility and endurance* (fleksibel dan bertahan hidup). Melihat secara jernih kelima hal yang terdapat dalam *Chinese Work Value* dalam praktek bisnis etnis Cina, akan menunjukkan betapa nilai tersebut mampu berperan secara signifikan dalam strategi bisnis dan faktanya hal ini menunjukkan hasil yang luar biasa.

Sangatlah unik jika *Chinese Work Value* tersebut dapat menjadi fokus kajian kekinian. Pada karya ini, dari kelima prinsip yang ada pada *Chinese Work Value* penulis hanya membahas dua prinsip yakni *familism* dan *guanxi*. Hal ini karena menurut hemat penulis prinsip *familism* dan *guanxi* tersebut sangat menonjol dan unik sehingga maenjadi ciri khas dari eksistensi komunitas Cina saat ini. Dari segi teoritik, kajian ini diharapkan mampu menanbah khasanah keilmuan terkait etika bisnis berbagai etnis melihat tema ini begitu banyak diminati oleh berbagai kalangan. Di sisi lain, karya ini diharapkan menjadi bagian dari bahan kajian lanjutan dalam upaya pengembangan ekonomi Islam di Indonesia agar tidak terkesan kaku dan tidak melulu sebagai sistem yurisprudensi yang berbasis hitam dan putih.

<sup>1</sup> Wibowo. *Harga yang Harus Dibayar: Sketsa Pergulatan Etnis Cina di Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama dan Pusat Studi Cina, 2000), xv

Selanjutnya, kajian ini ditujukan bukan semata membela prinsip dan nilai yang menjadi kebiasaan etnis Cina, tetapi bagaimana prinsip dan nilai tersebut tetap bertumpu pada nilai-nilai universalitas Islam. Lebih jauh, langkah ini ditujukan untuk mensiasati terjadinya komunikasi, titik temu dan kontinuitas prinsip atau nilai bisnis yang ada pada etnis Cina dalam konteks yang terus berubah meskipun harus menghadapi seleksi, ada yang dibuang dan ada yang dingkat, sesuai dengan nilai-nilai universalitas Islam terutama pada aspek ekonomi dan bisnis Islam agar mampu diterima dan diaplikasikan oleh berbagai kalangan.

Untuk memenuhi ekspektasi yang telah dipaparkan di atas, maka hal-hal yang menjadi fokus kajian dalam karya ini adalah bagaimana prinsip *familism* dan *guanxi* sebagaimana menjadi bagian dari *Chinese Work Value* serta bagaimana etika bisnis Islam memandang kedua prinsip tersebut secara obyektif.

## PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Etnis Cina di Madiun

Secara kuantitatif, etnis Cina merupakan minoritas di tengah kemajemukan etnis yang ada di Indonesia. Tahun 1961, Copel mengemukakan taksirannya bahwa ada sekitar 2,45 juta jiwa etnis Cina atau sekitar 2,5 persen dari total penduduk Indonesia.<sup>2</sup> Sementara itu, Wibowo menaksir jumlah etnis Cina di Indonesia sekitar 3 persen.<sup>3</sup> Lebih tinggi dari kedua taksiran tersebut, Taher, menyebut angka 4-5 persen.<sup>4</sup>

Dari segi tempat tinggal etnis Cina, ada beberapa pola sebaran antar berbagai pulau di Indonesia. Khusus untuk wilayah Jawa dan Madura, presentase terbesar (78,4 persen) bertempat tinggal di perkotaan, sedangkan sisanya (21,6 persen) bertempat tinggal di pedesaan.<sup>5</sup> Ini menunjukkan bahwa sebagian besar etnis Cina di Jawa dan Madura melakukan kegiatan ekonomi pada sektor perdagangan dan industri perkotaan.

Menurut Leo Suryadinata, masyarakat Cina di Indonesia dapat dibedakan menjadi masyarakat Cina *totok* dan *peranakan (babah)*. Masyarakat Cina *totok* adalah masyarakat Cina perantau yang tinggal di Indonesia. Masyarakat Cina ini memiliki falsafah hidup, adat istiadat dan kepercayaan yang masih asli, bahkan bahasa yang digunakan dalam

<sup>2</sup> C.A Coppel, *Indonesia Chinesein Crisis* (Oxford: Oxford University Press, 1983), 1.

<sup>3</sup> Wibowo, *Harga yang Harus Dibayar*, xv.

<sup>4</sup> Tarmidzi Taher, *Masyarakat Cina, Ketahanan Nasional dan Integrasi Bangsa di Indonesia* (Jakarta: PPIM, 1997), 205.

<sup>5</sup> Coppel, *Indonesia Chinesein Crisis*, 7.

berinteraksi dengan sesama mereka menggunakan bahasa Cina. Jadi kelompok ini berada di Indonesia hanya untuk mencari penghidupan saja. Diluar komunitas bisnisnya, mereka hanya bergaul dengan sesama Cina. Dalam tradisi pernikahan, putera-peteri mereka harus menikah dengan sesama Cina dan diutamakan yang Cina *totok* pula.<sup>6</sup>

Masyarakat Cina *peranakan* merupakan masyarakat Cina keturunan dari Cina perantau yang lahir di Indonesia. Adat istiadat, kepercayaan dan cara hidup dari masyarakat Cina *peranakan* ini kemungkinan masih mendapatkan sedikit pengaruh dari para leluhur mereka dari Cina. Namun pada umumnya mereka sudah banyak mengikuti kebiasaan-kebiasaan di Indonesia atau adat istiadat setempat. Dari segi agama, Cina *totok* maupun *peranakan* sesungguhnya juga bermacam-macam, ada yang beragama Nasrani, Islam, Khong Hu Cu, Taoisme dan juga ada yang tidak beragama sekali. Selain itu, mereka mempunyai etos kerja yang tinggi. Etos kerja yang tinggi itu tersebut sebagian timbul karena adanya kepercayaan terhadap *Feng Shui*, tetapi juga ada yang karena pertimbangan-pertimbangan rasional.

Sementara itu salah satu budaya Cina yang paling berpengaruh adalah *Konfusianisme*. Orang Cina dimanapun termasuk di Indonesia dan terutama yang masih tergolong Cina *totok* tetap menggunakan ajaran *kongfusianisme* ini dalam kehidupannya. Ajaran ini pula yang mengakar kuat pada budaya masyarakat Cina. Terdapat dua pandangan mengenai keberadaan *kongfusianisme* ini, yakni sebagai agama dan hanya sebagai moral.

Masyarakat Cina di Madiun memiliki gambaran yang sama dengan masyarakat Cina di Indonesia. Di Madiun, masyarakat Cina dibedakan menjadi dua yakni masyarakat Cina *totok* dan *peranakan (babah)*. *Totok* adalah pendatang baru dari Cina yang datang ke Indonesia untuk merantau. Masyarakat Cina di Madiun dibedakan menjadi dua macam, yaitu *totok* periode pertama dan *totok* periode kedua. *Totok* periode pertama datang ke Indonesia pada zaman sebelum datangnya Belanda ke Indonesia. Mereka datang ke Indonesia untuk merantau sebagai pedagang dan pekerja perkebunan. *Totok* periode kedua datang sekitar tahun 1900. Mereka datang ke Indonesia juga untuk merantau, berdagang dan bahkan menjadi buruh di perkebunan dan buruh dagang. Mereka pada umumnya datang ke Madiun dalam keadaan miskin, tetapi karena kerja keras dan selalu berusaha dengan tanpa menyerah, akhirnya masyarakat Cina *totok* periode kedua ini bisa berhasil di bidang ekonomi.

Sedangkan masyarakat Cina *babah (peranakan)* adalah empat atau lima

<sup>6</sup> Leo Suryadinata, *The Chinese in Indonesia* (Singapura: Chopmen Enterprises. 1978), 123.

generasi kebawah dari Cina *totok* periode pertama. Masyarakat Cina *babah* ini sekarang sudah mapan di Madiun karena mereka sudah lama tinggal di Madiun secara turun temurun. Kegiatan bisnis dan ekonominya pun juga sudah mapan, hal ini terlihat dari banyaknya di antara mereka yang memiliki perusahaan dan toko besar. Jadi masyarakat Cina *babah* ini merupakan keturunan dari Cina *totok* periode pertama. Masyarakat Cina *babah* ini adalah pemeluk agama Kristen dan Katolik yang kuat, karena sudah tertata sejak zaman Belanda.

Masyarakat Cina *totok* periode kedua baru menurunkan tiga atau empat generasi sekarang. Masyarakat Cina masuk ke Nusantara karena alasan berdagang maupun pengungsian akibat pemberontakan yang terjadi di Tiongkok. Awalnya mereka miskin tetapi karena kerja keras, mereka berhasil dalam bidang ekonomi. Agama mereka kebanyakan Khong Hu Chu dan tidak mengalami masa penjajahan Belanda.<sup>7</sup>

Dengan kesamaan karakteristik, kedua masyarakat Cina baik *totok* maupun *peranakan* ini sebagian masih dijumpai di Madiun. Meskipun jumlahnya keseluruhan tidaklah banyak dibandingkan masyarakat Jawa, tetapi keberadaan masyarakat Cina ini dalam bidang ekonomi mampu mendominasi beberapa sektor perdagangan dan jasa. Hal tersebut dilatar belakangi oleh naluri bisnis yang tinggi dari masyarakat Cina, disamping etos kerja dan jaringan yang luas. Karakteristik etnis Cina yang demikian, hampir selalu dimiliki oleh etnis Cina di daerah lain.

Oleh karena itu, masyarakat Cina khususnya di Madiun dari waktu ke waktu jumlahnya terus meningkat. Hal ini dibarengi dengan pengembangan bisnis yang juga terus mengalami banyak kemajuan. Namun demikian, masyarakat Jawa atau yang lainnya bukan berarti tidak memiliki peluang dalam sektor perdagangan. Berdasarkan data di lapangan, beberapa sektor bisnis dan perdagangan juga dimiliki oleh masyarakat Jawa yang memiliki naluri dagang dan modal yang besar. Sehingga dalam perkembangannya, sektor perdagangan semakin menunjukkan persaingan yang kuat antar sesama penduduk di Madiun.

### **Prinsip Familism dan Guanxi sebagai Chinese Work Value pada Etnis Cina di Madiun**

Hofstede mengemukakan bahwa *work value* merupakan penilaian dan orientasi individu terhadap pekerjaan, hubungan pribadi, dan anggota perusahaan yang berdampak pada loyalitas individu pada perusahaan atau

<sup>7</sup> Kong Yuanzhi, *Silang Budaya Tiongkok Indonesia* (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 1999), 24.

organisasi.<sup>8</sup> Dengan kata lain *work value* yaitu sikap atau orientasi seseorang terhadap suatu pekerjaan.

Huang, Eveleth & Huo menjelaskan *Chinese work value* dipengaruhi oleh ajaran konfusianisme terdiri dari *collectivism* (memprioritaskan tujuan kelompok atas kepentingan pribadi), *endurance* (kesabaran dan ketekunan), *hard work* (penghematan dan kemantapan), dan *guanxi* (berorientasi pada relasi, menghormati tatanan sosial dan tidak mempermalukan orang lain) akan membantu untuk menciptakan individu yang berdedikasi, memiliki motivasi, bertanggung jawab, dengan rasa komitmen dan loyalitas yang tinggi kepada institusi atau organisasi kerja sehingga meningkatkan kesejahteraan pegawai dan kepuasan kerja.<sup>9</sup>

Budaya leluhur tersebut terlihat pada warga Cina yang masih memegang nilai-nilai dan pemikiran konfusianisme yang percaya bahwa kunci dari keberhasilan adalah bekerja keras dan berani berusaha melalui sikap dan keyakinan. Konfusianisme berpusat di sekitar 5 topik utama, yakni *ren* (*humanity/ kemanusiaan*), *xiao* (*filial piety/ bakti*), *zhi* (*wisdom/ kebijaksanaan*), *yi* (*righteousness/ kebenaran*) dan *li* (*propriety/ sopan santun*), sedangkan ajaran-ajaran yang lain seperti *loyalty* (kesetiaan) merupakan turunan dari kelima ajaran pokok ini.<sup>10</sup>

Bjerke menjelaskan karakteristik budaya Cina di ruang lingkup perusahaan atau bisnis dalam 5 pembahasan, yaitu kekuasaan dan otokrasi (*power and autocracy*), kekeluargaan (*familism*), jaringan relasi (*guanxi*), harga diri dan wibawa (*face and prestige*), fleksibel dan bertahan hidup (*flexibility and endurance*).<sup>11</sup> Selain itu orang-orang Cina mempunyai prinsip-prinsip tertentu dalam berbisnis diantaranya yaitu agresif mengenai kualitas barang, untung, dan rugi, bekerja dengan cepat, berani mengambil resiko, tahan banting, tidak menyerah pada nasib, dan mempunyai semangat berjuang.

Pernyataan tersebut selaras dengan data yang telah diperoleh dari informan. Bagi etnis Cina khususnya di Madiun, penguasaan *skill* dan

<sup>8</sup> G Hofstede, *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values* (Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc, 1980).

<sup>9</sup> H.J Huang, D.M Eveleth & Y.P. Huo, *Chinese Work-Related Value System: Developing a "GCF-LEACH" Framework for Comparative Studies among Chinese societies*. Makalah ini dipresentasikan pada *The Inaugural Conference of the Asia Academy of Management*, Hong Kong, China, 1998.

<sup>10</sup> F. Rozie, Negeri Sejahtera Ala Konfusianisme Melalui *Self Cultivation*, *Jurnal Kalam*, 20012, 27 (1). Diterima dari: <http://ejournal.iainradenintan.ac.id/index.php/kalam/article/view/48>, diakses pada 1 Pebruari 2016 pada pukul 20.00 WIB.

<sup>11</sup> B.V. Bjerke, *A Typified, Culture-Based, Interpretation of Management of SMEs in Southeast Asia* (*Asia Pasific Journal of Management* 17, 2000), 103-132.

kepandaian dalam berbisnis saja bukan penentu utama kesuksesan dalam berdagang. Hal tersebut tidak akan memberikan hasil yang maksimal jika tidak didukung sikap agresif, proaktif, berani, tahan banting, semangat tinggi, dan rela berjuang untuk merebut segala peluang yang ada. Hal ini juga dipengaruhi oleh budaya orang-orang Cina yang mengutamakan kecepatan dalam bertindak.

Mereka selalu menetapkan tujuan atau target untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Dunia perdagangan penuh dengan persaingan keras dengan berbagai macam cara. Oleh karena itu pedagang Cina harus mempersiapkan dirinya dengan strategi perdagangan untuk menghadapi serangan dalam bentuk apapun dan kemungkinan yang akan datang. Seni berdagang orang Cina memerlukan kecermatan dan ketelitian, tidak cukup jika hanya dipelajari dari teori saja.

Sebagaimana diungkapkan oleh Huang, Eveleth & Huo tentang *Chinese work value* khususnya pada prinsip *guanxi* dijelaskan bahwa bentuk prinsip ini antara lain berorientasi pada relasi, menghormati tatanan sosial dan tidak mempermalukan orang lain. Dalam menggeluti dunia perdagangan atau bisnis, bentuk pelaksanaan prinsip *guanxi* pada etnis Cina di Madiun dipandang sebagai hal harus dipraktikkan langsung bukan hanya memaparkan visi dan misi saja. Bentuk prinsip *guanxi* ini antara lain Pelaku bisnis etnis Cina dituntut senantiasa fleksibel yakni dengan mengizinkan pelanggan membuat pilihan sendiri seperti memberi pelayanan baik, diskon maupun kredit. Pedagang harus memiliki daya tahan, mental dan jiwa yang kuat. Seni berdagang orang Tioghoa adalah mengutamakan adalah prinsip "win-win" (*mutual benefit/ saling menguntungkan*). Dengan cara ini, mereka beranggapan akan terus mempererat dan menambah relasi baik dengan pelanggan atau antar sesama pebisnis. Bagi pedagang atau pebisnis Cina persaingan dibenarkan dan diakui menurut nilai, yaitu pedagang dilarang mengganggu dan menjelek-jelekkkan kegiatan perdagangan orang lain.

"...Dalam bisnis kita juga harus mengetahui pesaing-pesaing kita. Ibarat perang pesaing-pesaing kita seperti musuh-musuh kita. Jadi, kalau kita bisa mengenali musuh kita, misalnya musuh dagang, maka kita harus bisa mempelajari mana kelebihan dan mana kelemahannya, jika sudah demikian maka kita yang akan menjadi pemenangnya. Jadi tidak asal-asalan dalam hal jual beli dan berbisnis. Semua menggunakan strategi. Selain itu, strategi juga harus dipertimbangkan bagaimana menghadapi kompetitor dan bagaimana keadaan pelanggan dan kemauan. Pelanggan juga memiliki karakter yang berbeda-beda, sehingga semua harus dihadapi dengan strategi agar barang yang kita jual laku. Oow, mungkin musuh kita potongan

harga, maka kita harus punya cara contohnya ngasih bonus barang, jadi omsetnya bisa meningkat. Kita juga harus berpikir, bagaimana caranya agar pelanggan itu senang, kalau beli kesini tidak ke yang lainnya. Jadi strategi itu harus dipelajari bagaimana sifatnya pembeli dan bagaimana juga sifatnya kompetitor, agar omset juga ikut meningkatkan....”<sup>12</sup>

Prinsip *guanxi* yang diterapkan oleh etnis Cina adalah mereka melakukan berbagai strategi untuk bisa di terima dalam pergaulan yang bisa membantu perkembangan bisnisnya mereka melakukan dua hal penting yaitu: (1) mereka menjadikan dirinya sebagai pribadi yang kompeten melalui proses belajar yang keras dan terus menerus, (2) mereka menjadikan dirinya pribadi yang supel, memiliki empati, dan disukai serta pandai membawa diri. Dengan demikian mereka siap di persatukan lewat jaringan bisnisnya dalam satu tujuan yaitu sukses bersama. Kesamaan tujuan hidup itu tidak lain berbicara tentang bisnis keluarga mereka agar bertahan dan terus berkembang.

Prinsip *Guanxi* sebenarnya berkaitan erat dengan prinsip *familism* pada *Chinese Work Value*. Prinsip *familism* pada etnis Cina dapat dilihat salah satunya dari ciri khas para pengusaha Cina (terlebih Peranakan Cina) di perantauan ini pada umumnya masih memiliki ikatan emosional yang kuat, dimana mereka merasa tidak memiliki tanah air. Namun demikian mereka akan tetap bergerak di antara keluarga mereka sendiri. Sejak dahulu hingga sekarang, bisnis etnis Cina di kelola oleh anggota keluarga inti secara eksklusif.

Keturunan Cina khususnya peranakan memilih keluarga-keluarga besar yang berkewajiban menolong keluarga. Sesama etnis Cina di mana pun berada harus saling menjaga dan membantu. Berdasarkan kesamaan etnis itulah mereka dapat memetik banyak keuntungan jika bisnis mereka kelola di lingkup keluarga atau sesama etnis, antara lain: (1) memaksimalkan dan memudahkan informasi bisnis atau pekerjaan, (2) tukar menukar berita atau komoditi dagangan, dan (3) memberi atau mendapatkan dukungan psikologis maupun dukungan moral. Sistem jaringan seperti ini dipilih oleh etnis Cina karena adanya kesamaan kesamaan tujuan bisnis. Inilah salah satu bentuk prinsip *familism* yang dipegang erat oleh pebisnis etnis Cina.

“...Sebenarnya memang dalam bisnis kami lebih memprioritaskan keluarga. Misalkan orang tua punya usaha dan punya anak tiga, semua diberikan posisi untuk mengembangkannya lagi. Memang *networking* dari keluarga itu ada positif dan negatifnya. Negatifnya, sering juga

<sup>12</sup> Wawancara dengan Informan 1 pada hari Jum’at, 11 Desember 2015 pukul 15.00-16.30 WIB di TITD Hwie Ing Kiong Madiun.

terjadi pertengkaran dalam keluarga. Positifnya, lebih guyub rukun, karena pekerjaan bisa dikerjakan bersama-sama. Biaya juga lebih ditekan. Dan pengaruhnya kalau jaringan tidak dikembangkan di keluarga, memang lebih repot juga. Karena kalau tidak menggunakan keluarga yang kita perlu mengeluarkan gaji untuk orang lain dan biaya lainnya. Meski demikian, dalam membangun *networking*, pekerjaan tidak hanya mengutamakan keluarga. Kepada siapapun yang penting dia jujur, sungguh-sungguh tanpa memandang lain etnis atau kelompok tertentu....”<sup>13</sup>

Dalam struktur keluarga, etnis Cina menganut sistem *patriarkal*, yakni garis yang ditarik dari garis turunan sang ayah. Anak laki-laki pertama (sulung) pada keluarga Cina mendapatkan perlakuan yang istimewa dan sangat mendominasi dalam tanggung jawab, harta dan bisnis keluarga. Informan menilai bahwa anak laki-laki memiliki peran yang sangat penting. Alasannya anak lelaki sulung dapat membantu menjaga adiknya yang masih kecil, meneruskan marga dan pekerjaan orang tua. Sehingga perlakuan istimewa yang diberikan kepada anak laki-laki sulung daripada anak-anak lainnya sebanding dengan tanggung jawab yang akan dipikul sebagai pengganti orang tuanya. Namun seiring perkembangan zaman, sekarang sudah ada yang bergeser. Sekarang terdapat juga keluarga yang memperlakukan semua anaknya sama. Namun demikian, kebanyakan mereka memang diwariskan usaha bisnis untuk dikelola bersama-sama dan bahkan ada yang mengelola dan mengembangkannya secara mandiri. Berikut kutipan hasil wawancara dengan informan:

“Terkait dengan peran anak laki-laki yang dominan itu memang masih ada. Memang anak-anak laki-laki lebih dominan daripada perempuan. Tetapi anak laki-laki juga punya tanggung jawab yang lebih kepada adik-adiknya. Misalkan dia sudah berkeluarga dan adiknya masih sekolah, maka dia harus bertanggung jawab penuh terhadap adik-adiknya. Memang ketika harta dibagi, anak laki-laki mendapatkan bagian yang lebih besar dari perempuan, tapi sekarang sudah tidak begitu. Kebanyakan anak ingin lebih mandiri. Kalau dulu jika dalam satu keluarga memiliki saudara berjumlah enam atau bahkan sepuluh, semuanya tinggalnya dalam satu rumah. Meskipun pekerjaan sendiri-sendiri, mereka tetap tinggal dalam satu rumah. Sekarang anak ketika sudah dewasa lebih senang tinggal sendiri-sendiri dengan punya rumah sendiri, lebih bebas dan bisa lebih mandiri....”<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Wawancara dengan Informan 2 pada hari Jum’at, 11 Desember 2015 pukul 15.00-16.30 WIB di TITD Hwie Ing Kiong Madiun.

<sup>14</sup> *Ibid.*

## MEMAHAMI KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM

Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang dibangun di atas sistem moral. Sistem moral tersebut mewarnai tingkah laku di segala aspek kegiatan ekonomi baik produksi, konsumsi dan distribusi. Sistem moral sebagai ciri khas sistem ekonomi Islam memiliki nilai-nilai dasar sebagaimana tertuang dalam al-Qur'an dan al-Hadits. Tidak hanya sekedar bersisi nilai-nilai dasar seperti kesatuan, keseimbangan, keadilan, kebebasan, dan pertanggung jawaban, nilai-nilai Islam tersebut memuat nilai-nilai instrumental dan norma-norma definitif serta operasional untuk diterapkan dalam pembentukan lembaga-lembaga ekonomi masyarakat.

Dalam perilaku bisnis Syari'ah, secara teknis, Islam tidak mengatur manusia dalam penggunaan alat demi pencapaiannya. Semuanya diserahkan kepada manusia untuk mengaturnya sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka berdasarkan keadaan zaman dan lingkungannya, kecuali yang berakibat pada hubungan kemanusiaan.<sup>15</sup> Namun demikian, bisnis yang dibangun hendaknya berdasarkan kaidah-kaidah al-Qur'an dan al-Hadits akan mengantarkan para pelakunya mencapai sukses dunia akhirat. Menurut Qardhawi, hal yang menonjol dalam sistem transaksi Islam adalah sejumlah prinsip dan nilai-nilai moral yang religius dan humanis yang merupakan unsur pokok pembentukan pasar Islami yang bersih, berkomitmen dengan norma-norma luhur, disiplin dengan peraturan Allah, mengharamkan apa yang diharamkan dan menghalalkan apa yang dihalalkan. Menurutnya, prinsip atau nilai tersebut dapat termanifestasikan dalam etika seperti larangan memperdagangkan barang haram; kejujuran, amanah dan nasehat; sikap adil dan pengharaman riba; kasih sayang dan pengharaman monopoli; toleransi, ukhuwah dan shadaqah, bisnis berorientasi pada akhirat.<sup>16</sup>

Lebih spesifiknya bahwa tujuan segala kegiatan ekonomi dan bisnis adalah meningkatkan kemaslahatan (*maslahah maximizer*), sehingga dalam mencari keuntungan dalam kegiatan bisnis tidak dilarang sepanjang berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam.<sup>17</sup>

Berbicara masalah etika bisnis, berarti juga berbicara tentang pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yang terkadang merujuk pada *management ethics* atau *organization ethics*. Menurut Husein Sahatah, etika bisnis adalah kolaborasi antara perilaku etis bisnis (*akhlaq al*

<sup>15</sup> Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin (Jakarta: Robbani Press, 1997), 136-137.

<sup>16</sup> *Ibid.*, 288.

<sup>17</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 240.

*islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith syariyah* (batasan syariah).<sup>18</sup> Dalam tataran etika Islam, manusia pada dasarnya menegakkan tiga hubungan simultan, yaitu dengan Tuhan, dirinya sendiri, dan masyarakat. Terdapat empat aksioma dalam filsafat etika dalam Islam (Hayder Naqvy, 1981) antara lain<sup>19</sup>: (1) Kesatuan (*unity/ tauhid*) yang mengindikasikan kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan yang menunjukkan dimensi vertikal dalam Islam, (2) Keseimbangan (*equilibrium/ al-'adl wa al-ihsan*) yang menunjukkan kesejajaran sosial sebagai cita-cita Islam, (3) Kehendak bebas (*free will/ ikhtiyar*) yang menekankan potensi manusia untuk berkembang sesuai dengan pilihan-pilihan yang ada, (4) Tanggung jawab (*Responsibility/ fardh*) yang menjadi penyeimbang bagi kebebasan dalam Islam. Lebih jelasnya terkait keempat aksioma tersebut, maka dapat dilihat dari penjelasan sebagai berikut:

Konsep kesatuan (*unity/ tauhid*) adalah konsep serba eksklusif dan sekaligus serba inklusif. Pada tingkat absolut ia merupakan pembeda antara al-Khaliq dengan makhluk dan memerlukan penyerahan tanpa syarat oleh semua makhluk kepada kehendakNya. Konsep ini menunjukkan dimensi vertikal yang memadukan di sepanjang garis vertikal baik dalam segi sosial, ekonomi, politik dan religious dari kehidupan manusia menjadi suatu kebulatan yang homogen, yang konsisten dari luar dan dalam, sekaligus terpadu dengan alam luas. Begitupun dengan hubungan horisontal antar manusia yang juga tidak lepas dari pengawasan Allah.

Aksioma keseimbangan (*equilibrium/ al-'adl wa al-ihsan*) menjelaskan prinsip keadilan dalam ekonomi, dimana manusia diberi kebebasan yang terbatas dalam lingkup kreativitas kehidupan dibidang politik, ekonomi, sosial dan hanya Allah yang paling *absolute* memiliki kekuasaan atas semua *resources*. Pada sifat yang mutlak, hal ini merupakan sifat tertinggi Allah, dimana yang mengingkarinya berarti pengingkaran pula terhadapNya. Sedangkan pada tingkatan relative, sifat keseimbangan ini juga harus menandai semua ciptaanNya yang mencerminkan sifat-sifatnya. Menurut M. Umer Chapra, dalam tataran moral yang mempengaruhi kesadaran batin individu, keseimbangan dapat dimaknakan sebagai kesadaran bahwa sumber-sumber daya adalah amanat dan memberikan kriteria yang diperlukan untuk mengalokasikan dan mendistribusikannya dengan efisien dan adil.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 71.

<sup>19</sup> Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, diterjemahkan dari *Islam, Economics and Society* oleh M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 37-50.

<sup>20</sup> M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge*, terj. Nurhadi Ihsan, *Islam dan Tantangan Ekonomi: Islamisasi Ekonomi Kontemporer* (Surabaya, Risalah Gusti, 1999), 375.

Kebebasan berkehendak (*free will/ ikhtiyar*) maksudnya adalah hanya Tuhanlah yang bebas mutlak, tetapi dalam batas-batas skema penciptaanNya, manusia juga secara relatif juga bebas. namun kebebasan yang diberikan adalah harus tetap dipandu dan dikontrol oleh kebenaran mutlak Al-qur'an dan Sunnatullah, bukan kebebasan untuk menjadi seperti Tuhan. Begitupun dalam ranah sosial (horizontal), manusia tidak dapat bebas mengikuti segala keinginannya. Menurut Nurcholis Madjid, manusia tidak dapat dipertaruhkan hanya kepada keinginan atau aspirasi pribadi karena tindakan berdimensi sosial tersebut menyangkut para anggota masyarakat yang menjadi lingkungannya.<sup>21</sup> Oleh karena itu sangat diperlukan adanya mekanisme yang efektif untuk mengatur adanya kebebasan tersebut agar tetap proporsional dan memberikan manfaat bersama.

Aksioma tanggungjawab (*Responsibility/ fardh*) merupakan prinsip bagaimana manusia mampu bertanggung jawab atas semua yang ia lakukan. Hal ini merupakan batasan mengenai kebebasan yang diberikan kepada manusia. Aksioma tanggungjawab individu begitupun mendasar dalam ajaran Islam terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Prinsip tanggung jawab ini berarti setiap individu akan diadili secara personal di hari Kiamat. Tidak ada satu carapun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik (*amal shaleh*). Islam tidak mengenal dosa warisan, oleh karena itu tidak ada seorangpun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Implikasi dari nilai-nilai yang terkandung didalam filsafat etika yang dikemukakan Naqvi, ketika diintegrasikan kedalam perilaku bisnis melalui negosiasi, strategi dan taktik yang dijalankan para pihak yang terlibat, secara konsekuen mengarah kepada hasil akhir yang bersifat *win-win*. *Bargaining* lebih cenderung bersifat *soft/* hubungan baik dari pada bersifat *hard/* keuntungan sendiri. (Syafaruddin Alwi: 2012).<sup>22</sup>

Sedangkan karakter bisnis sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis dan karakter ini merupakan sebuah keharusan untuk dimiliki oleh pebisnis Muslim antara lain: *pertama*, Iktikad baik. Iktikad baik merupakan keyakinan yang baik untuk melakukan bisnis dan memenuhi hal-hal yang berkaitan dengan bisnis dengan berbuat sesuai kata hati. Dalam Islam, niat merupakan pangkal tolak pekerjaan hati. Dalam lapangan ibadah maupun mu'amalah, niat merupakan salah satu hal yang dianggap penting untuk

<sup>21</sup> Nurcholis Madjid, *Masyarakat Religius: Membumikan Nilai-nilai Islam dalam Kehidupan Masyarakat* (Jakarta; Paramadina, 2000), 52.

<sup>22</sup> Syafaruddin Alwi, Budaya dan Etika Bisnis Islami, *Makalah*, Disampaikan pada Disampaikan pada Seminar MUI DIY, tanggal 17 Juli 2012.

menentukan baik buruknya suatu perbuatan. Dalam dunia bisnis, niat dipastikan turut menentu dan mempengaruhi transaksi pada khususnya dan hubungan dunia usaha pada umumnya. Berlainan iktikad baik yang harus dibangun dan dipupuk, maka iktikad buruk dalam bisnis juga harus diwaspadai dan diperangi.<sup>23</sup>

*Kedua*, kejujuran. Kejujuran merupakan suatu landasan penting untuk melaksanakan sebuah kesepakatan dalam bisnis perbankan syariah. Hal ini dikarenakan setiap akad (transaksi) dalam bisnis pasti dibangun oleh dua pihak atau lebih. Akad tersebut terlahir atas persetujuan-persetujuan baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis. Akad yang telah disepakati tersebut tidak jarang memunculkan permasalahan yang tidak terduga dan hal inilah pentingnya sebuah kejujuran untuk menyelesaikannya dengan iktikad baik atau justru sebaliknya.<sup>24</sup>

*Ketiga*, kesetiaan/ kepatuhan. kesetiaan dan kepatuhan ini merupakan nilai yang saling bertalian dimana kesetiaan melahirkan kepatuhan dan sebaliknya kepatuhan sendiri melahirkan kesetiaan. Dalam dunia bisnis kesetiaan mencakup hubungan antara perusahaan dengan para pelanggan. Demikian dengan dunia perbankan syariah kesetiaan bisa tercermin dari hubungan antara perusahaan bank dengan para nasabahnya. Tetapi perlu digarisbawahi bahwa kesetiaan dan kepatuhan ini hanya berlaku jika hal-hal yang disepakati tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syaria'ah, misalnya perjanjian yang mengharamkan yang halal atau sebaliknya menghalalkan yang haram, maka etika Islam tidak membenarkan untuk melangsungkannya walaupun dengan dalih kejujuran dan kepatuhan. Islam hanya memberikan toleransi pemenuhan perjanjian (akad) selama tidak melanggar batas-batas yang telah ditetapkan oleh syari'at.<sup>25</sup>

*Keempat*, tanggung jawab. Tanggung jawab dalam bisnis sedikit banyak menyentuh bagaimana bangunan etika bisnis ini sungguh-sungguh dirasa adil dan merata. Sebagai contoh tentang bagaimana redistribusi kekayaan atau sumber-sumber dibagikan diantara berbagai kelas dan kelompok masyarakat. Doktrin tanggungjawab ini menunjukkan suatu prinsip yang dinamis dalam hubungan dengan perilaku manusia. (Syafaruddin Alwi: 2012)

*Kelima*, konsep *benevolence (ihsan)*. Konsep *benevolence (ihsan)* berarti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut.

<sup>23</sup> Muhammad Amin Suma, *Menggal Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam* (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), 309.

<sup>24</sup> *Ibid.*, 310.

<sup>25</sup> *Ibid.*, 313.

Dalam dunia bisnis aksioma *benevolence (ihsan)* antara lain kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan yang baik (*good service motives*), kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaa yang menjadi prioritas (*concionusness of Allah and of His prescribed priorities*).<sup>26</sup> Menurut Hamka, *ihsan* berarti berbuat kebajikan, mendorong seseorang berbuat kebajikan, mengorbankan kepentingan dirinya untuk kepentingan memperoleh kebahagiaan bersama, dan berbuat keadilan yakni sikap yang tidak mau menyerahkan kepada orang lain apa yang seharusnya menjadi tanggung jawabnya.<sup>27</sup>

### **Familism dan Guanxi pada Chinese Work Value Perspektif Etika Bisnis Islam**

Berdasarkan paparan data yang telah dikemukakan, prinsip *familism* dan *guanxi* pada *Chinese Work Value* menunjukkan pola berpikir realistis dan rasional etnis Cina. Aliran Konfusianisme mengajarkan etnis Cina untuk bersikap realistis. Hal ini memengaruhi landasan berpikir mengenai dunia bisnis dan kaitannya dalam pemenuhan keinginan. Sebagian besar pengusaha Cina sendiri sangat menjunjung tinggi realitas. Mereka beranggapan bahwa tidak akan ada kesenangan tanpa adanya kerja keras yang nyata. Ini berarti, suatu pengharapan setinggi-tingginya hanya akan menjadi sia-sia tanpa adanya usaha. Pemikiran ini seringkali membuat Cina mendapatkan predikat “*gila kerja*”, meskipun lebih tepat disebut sebagai “*pekerja keras*”. Hal inilah yang membuat bisnis Cina berhasil mengungguli pebisnis lainnya khususnya di daerah Madiun.

Pekerjaan bisnis bagi kalangan Cina adalah sebuah cara untuk mencapai kebahagiaan dan kesuksesan. Kebahagiaan bagi mereka adalah ketika memiliki materi yang berlebih dan hidup dalam ketenangan karena dipandang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan kesuksesan bagi kalangan Cina adalah ketika mereka mampu bekerja, menghasilkan dan mengembangkannya secara berkelanjutan. Mereka memandang bahwa mejalani hidup harus realistis, karena untuk bisa *survive* di dunia haruslah bekerja. Sikap fanatik yang menganggap bahwa urusan non duniawi adalah lebih penting dianggap tidaklah realistis.

Kesuksesan bagi pengusaha di kalangan etnis Cina ini adalah ketika mereka mampu menjalankan usaha sesuai dengan ajaran agamanya dan dan megusahakan segala cara meraih kesuksesannya asalkan tidak menggunakan jalan-jalan negatif. Memang semua proses pencapaian kesuksesan tidak

<sup>26</sup> Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, 102.

<sup>27</sup> Abd. Haris, *Etika Hamka: Konstruksi Etik Berbasis Rasional Religius* (Yogyakarta: LKIS, 2010), 190-191.

semudah membalikkan telapak tangan, tetapi menurutnya proses ini harus tetap berjalan sebagai konsekuensi keputusan hidupnya menjadi seorang pebisnis. Untuk meraih apa yang diinginkan tidak ada jalan yang mulus dan cepat. Semua butuh proses dan sebisa mungkin menghindari cara-cara yang melanggar hukum seperti usaha jual beli barang curian, togel maupun prostitusi.

Jika menilik dari prinsip yang diyakini, maka sebenarnya prinsip-prinsip tersebut tidak jauh berbeda dari Islam. Rasulullah mengajarkan umatnya berdagang karena berpotensi menyejahterakan. Bahkan dalam sabdanya, Rasulullah menyebutkan bahwa berdagang adalah sembilan dari sepuluh pintu rizki. Hal ini sesuai dengan anggapan Cina, bahwa berdagang adalah pekerjaan mulia, karena bekerja di bawah perintah orang lain kurangnya bermartabat.

Berdagang atau yang sering disebut dengan istilah *tijarah* dalam Islam bukan hanya sekedar hobi atau mengisi waktu luang semata, jauh lebih dari itu berdagang mempunyai nilai-nilai paling hakiki dalam bisnis Islam, antara lain:

*Pertama*, aktivitas berdagang sebagai perwujudan dari aktivitas ibadah kepada Tuhan. Dalam konsep teologi Islam, bahwa manusia, alam, dan segala yang ada di dunia ini sesungguhnya diciptakan untuk beribadah kepada Allah SWT. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Adz Dzariat: 56 yang artinya, “*Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku*”. Jika mengacu kepada ayat tersebut maka secara tidak langsung berdagang termasuk suatu ibadah.

Sebagai perwujudan ibadah, maka bisnis dalam Islam harus didasarkan pada nilai-nilai *taqwa* yakni seorang Muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah dalam aktivitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaknya menjadi sebuah pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan.<sup>28</sup> Semua tujuan transaksi bisnis hendaknya ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih mulia dengan jalan sebaik-baiknya di dunia. Pencapaian prioritas-priotas yang Allah tentukan bagi manusia antara lain: (1) hendaklah mendahulukan pencarian pahala yang besar dan abadi di akhirat daripada keuntungan kecil dan terbatas yang ada di dunia, (2) mendahulukan sesuatu yang secara moral bersih daipada sesuatu yang secara moral kotor, (3) mendahulukan pekerjaan-pekerjaan yang halal daripada yang haram.

<sup>28</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 187.



*Kedua*, aktivitas berdagang atau bisnis adalah salah satu media untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan kehidupan sehari-hari. Islam mengajarkan untuk memaksimalkan potensi-potensi yang telah diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Terlebih lagi Islam memberikan ruang khusus pada perdagangan. Berdagang menjadi pekerjaan yang dinilai paling baik karena bekerja di sektor *riil*.

Dalam memaksimalkan potensi-potensi yang ada, seorang Muslim harus memperhatikan prinsip kehendak bebas (*free will*). Salah satu kekhasan dan keunggulan sistem etika ekonomi Islam adalah kebersatuannya nilai-nilai moral dan spiritual. Tanpa filter moral, maka kegiatan ekonomi rawan kepada perilaku destruktif yang dapat merugikan masyarakat luas. Tanpa kendali moral, kecenderungan penguatan konsumtivisme akan memunculkan praktik riba, monopoli dan kecurangan yang akan menjadi tradisi.

Inilah kebebasan bermoral yang terkendali dimana menjadi ciri dan prinsip sistem Islam, seperti kebebasan memiliki unsur produksi dalam menjalankan roda perekonomian. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar dan setiap individu diberi peluang untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan individu untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya dikendalikan dengan adanya kewajibannya terhadap masyarakat melalui zakat, infaq dan shadaqah. Keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif inilah yang menjadi pendorong bagi bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada.

Selain itu keuntungan dari berdagang atau berbisnis tidak hanya berwujud harta akan tetapi juga berupa relasi. Disamping sebagai pemenuhan kebutuhan hidup, kegiatan berdagang juga sebagai salah satu sarana untuk berdakwah. Islam memerintahkan umatnya untuk berdakwah melalui berbagai cara, salah satunya dengan berdagang. Rasulullah sendiri merupakan seorang pedagang. Beliau menjadikan perdagangan sebagai sarana dakwah melalui ketauladanan, yakni dengan menjadi pedagang yang mengedepankan kejujuran, keadilan, serta mengutamakan kualitas. Meski begitu, Rasulullah tidak hanya menganjurkan dakwah secara pasif, namun juga secara aktif melalui lisan sehingga perdagangan dapat menjadi sarana dakwah efektif dalam pembangunan karakter.

Di samping itu, orientasi dan motivasi bisnis dalam Islam harus bertujuan pada konsep keseimbangan (*equilibrium*). Konsep ini dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diusung

oleh pebisnis Muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha Muslim untuk merealisasikan tindakan-tindakannya dalam bisnis yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. Dalam Islam, bekerja dinilai sebagai kebaikan dan kemalasan dinilai sebagai kejahatan. Ibadah yang paling baik adalah bekerja dan berkarya sesuai dengan kapasitas dan kapabilitas masing-masing individu. Selain itu keseimbangan moral bagi Islam adalah dengan mengarahkan untuk tidak membuat *madhorot* (kesulitan) dan tidak membuat *mafsadat* (kerusakan) sehingga terhindar dari perilaku yang mendzolimi (*moral hazard*).

Dari satu sisi prinsip *familism* dan *guanxi* dalam *Chinese Work Value* jika dilihat secara obyektif dapat diterima oleh etika bisnis Islam. Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, keadilan dan penghormatan atas hak-hak manusia. Dalam Islam sendiri, bisnis didasarkan pada prinsip *ta'awun* atau tolong menolong. Dalam hal ini bisnis Islam tidak secara riil memberikan sesuatu secara cuma-cuma. Akan tetapi, diwujudkan dengan pemberian modal sebagai proteksi bagi mereka yang tidak mampu untuk dapat ikut berkompetisi dalam kegiatan ekonomi. Realitas berpikir Cina tersebut juga berkaitan erat dengan etika. Prinsip etika dalam bisnisnya bersifat sangat realitis dan rasional. Ketika suatu bisnis dimulai dengan niat dan cara yang baik, tentulah akan diakhiri dengan suatu kebaikan pula.

Selain realitas, etnis Cina sangat menjunjung tinggi kekeluargaan. Bagi Cina keluarga adalah segalanya, sehingga satu sama lain saling bahu membahu dalam mewujudkan kesejahteraan yang merata. Model *ta'awun*, dalam Islam dilakukan untuk mewujudkan ekonomi efisien yang berdampak pada pemerataan kesejahteraan disemua kalangan, sehingga Islam benar-benar menjadi agama yang *rahmatan lil 'alamin*.

Dalam Islam, dalam membangun jaringan (*networking*), tidak membedakan keluarga dan golongan lain dalam berbisnis dan berelasi. Islam menghendaki melakukan kegiatan usaha dengan siapa saja yang memiliki pandangan yang sama meski ia tidak berasal dari keluarganya sendiri. Sehingga dalam Islam lebih bersikap terbuka terhadap siapa saja yang ingin berelasi dengannya.

Begitupun juga, dalam Islam dalam berbisnis harus menjunjung tinggi prinsip persatuan (*unity*). Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin dan usia. Hak dan kewajiban ekonomi setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normative

masing-masing dalam struktur sosial. Setiap ada perbedaan, maka hak dan kewajiban manusia wajib diatur sedemikian rupa sehingga tercipta keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosioekonomis sebagaimana bertentangan dengan prinsip persamaan maupun prinsip persaudaraan (*ukhuwawah*).

Terdapat juga prinsip *equilibrium* (keseimbangan). *Khalifah* atau pengembal amanah Allah berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa atau superioritas (kelebihan) bagi individu atau Bangsa tertentu. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas). Individu-individu diciptakan oleh Allah dengan kapabilitas, keterampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda. Oleh karena itu, manusia diperintahkan untuk hidup bersama, bekerja sama saling berdampingan saling melengkapi.

Dalam prinsip *free will* (kehendak bebas), juga ditegaskan bahwa aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sector pertanian, perindustrian, perdagangan maupun yang lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu. Harus digaris bawahi bahwa setiap hubungan ekonomi yang dilandasi oleh semangat persaudaraan juga harus dilandasi oleh agama dan tidak diperkenankan untuk memungkirkan batasan Syari'at, karena kewajiban melaksanakan aturan Syari'at justru bertujuan untuk mengokohkan ikatan persaudaraan di antara orang-orang Islam.

## PENUTUP

Mengacu pada fokus penelitian tentang prinsip *familism* dan *guanxi* pada *Chinese Work Value*, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam karya ini antara lain: *pertama*, bahwa prinsip *familism* dan *guanxi* pada *Chinese Work Value* berpijak pada landasan berpikir etnis Cina mengenai dunia bisnis sangat menjunjung tinggi realitas dan rasional. Mereka beranggapan bahwa tidak akan ada kesenangan tanpa adanya kerja keras yang nyata. Sehingga mereka akan melakukan berbagai strategi yang mampu menjadikan bisnis mereka sukses dan tetap *survive* dalam jangka panjang. Pemikiran ini seringkali membuat Cina mendapatkan predikat “*pekerja keras*” dan menjadikan bisnis adalah hobi. Dalam Islam, bisnis tidak hanya sekedar hobi atau mengisi waktu luang semata, jauh lebih dari itu bisnis Islam harus mengacu pada aksioma keseimbangan (*equilibrium*) yakni sebagai ibadah

dan media untuk memenuhi kebutuhan (kesuksesan materi).

*Kedua*, secara obyektif prinsip *familism* dan *guanxi* pada *Chinese Work Value* berkesesuaian dengan etika bisnis Islam karena sama-sama mengedepankan prinsip-prinsip terbaik dalam berbisnis, antara lain: sikap hemat, berpikir jauh ke depan, etos kerja yang tinggi, bertindak cepat dan proaktif, cermat, teliti, mengedepankan kejujuran, pelayanan yang baik, tidak mudah menyerah dan perluasan jaringan. Namun demikian, terdapat sebuah titik yang tidak bisa dipertemukan ketika dihadapkan pada strategi perluasan *networking* (membangun jaringan dan relasi) yang menjadi salah satu bagian dari prinsip *familism*. Terkait hal ini, etnis Cina sebagian besar lebih mengutamakan keluarganya atau sesama etnis Cina untuk mewujudkan kesejahteraan yang merata. Dalam Islam, perluasan *networking* (membangun jaringan dan relasi) menegdapatkan prinsip persamaan dan prinsip persaudaraan yang terbingkai dalam konsep *ta'awun* dan *ukhuwah*. Bisnis menurut Islam dilakukan untuk mewujudkan ekonomi efisien yang berdampak pada pemerataan kesejahteraan disemua kalangan, sehingga Islam benar-benar menjadi agama yang *rahmatan lil 'alamin*. Dalam Islam, dalam membangun jaringan (*networking*), tidak membeda-bedakan keluarga, golongan dan kelas-kelas sosio-ekonomis lain dalam berbisnis dan berelasi. Individu-individu diciptakan oleh Allah dengan kapabilitas, keterampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda dan semuanya harus saling melengkapi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abd Haris. *Etika Hamka: Konstruksi Etik Berbasis Rasional Religius*. Yogyakarta: LKIS, 2010.
- Ali Hasan. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- B.V. A Bjeke. *Typified, Culture-Based, Interpretation of Management of SMEs in Southeast Asia*. Asia Pasific Journal of Management 17, 2000.
- C.A. Coppel. *Indonesia Chinesein Crisis*. Oxford: Oxford University Press, 1983.
- F. Rozic. *Negeri Sejahtera Ala Konfusianisme Melalui Self Cultivation*. *Jurnal Kalam*, 2012. <http://ejournal.iainradenintan.ac.id/index.php/kalam/article/view/48>, diakses pada 1 Februari 2016 pada pukul 20.00 WIB.

- Faisal Badroen. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.
- H.J, D.M Eveleth & Y.P. Huo Huang *Chinese Work-Related Value System: Developing a "GCF-LEACH" Framework for Comparative Studies among Chinesesocieties*. Makalah ini dipresentasikan pada *The Inaugural Conference of the Asia Academy of Management*, Hong Kong, China, 1998.
- Hofstede, G. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc, 1980.
- Kong Yuanzhi. *Silang Budaya Tiongkok Indonesia*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 1999.
- Leo Suryadinata. *The Chinese ini Indonesia*. Singapura: Chopmen Enterprises. 1978
- M. Umer Chapra. *Islam and the Economic Challenge*, terj. Nurhadi Ihsan, *Islam dan Tantangan Ekonomi: Islamisasi Ekonomi Kontemporer*. Surabaya, Risalah Gusti, 1999.
- Muhammad Amin Suma. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing, 2008.
- Nurcholis Madjid. *Masyarakat Religius: Membumikan Nilai-nilai Islam dalam Kehidupan Masyarakat*. Jakarta; Paramadina, 2000.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Syafaruddin Alwi. *Budaya dan Etika Bisnis Islami. Makalah*, Disampaikan pada Disampaikan pada Seminar MUI DIY, tanggal 17 Juli 2012.
- Syed Nawab Haider Naqvi. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, diterjemahkan dari *Islam, Economics and Society* oleh M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Tarmidzi Taher. *Masyarakat Cina, Ketahanan Nasional dan Integrasi Bangsa di Indonesia*. Jakarta: PPIM, 1997.
- Wibowo. *Harga yang Harus Dibayar: Sketsa Pergulatan Etnis Cina di Indonesia..* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama dan Pusat Studi Cina, 2000.
- Yusuf Qardawi. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin. Jakarta: Robbani Press, 1997.

## **STATUS HUKUM ANAK BERKAITAN DENGAN KEWARGANEGARAANNYA DALAM PERKAWINAN CAMPURAN BERDASARKAN HUKUM INDONESIA (Perkawinan antara WNI dengan WNA)**

Oleh: Rif'ah Roihanah\*

**Abstract:** *Mixed marriage between Indonesian citizen with a foreign citizen is not a familiar thing happening in our country. So it should be a legal protection in this mixed marriage be accommodated properly in law in Indonesia, especially legal protection for the child or the nationality of the child born of the marriage. Indonesian citizenship law No. 62 of 1958 (that called as the old Citizenship Law) and the Indonesian Citizenship Law No. 12 of 2006 (that called as the New Citizenship Law) does not give Indonesian citizenship status automatically to female of foreign citizen who married with male citizen of Indonesia, but if the foreign national citizen wants to be an Indonesian citizenship, he must submit a formal application in accordance with applicable regulations. Likewise, women citizens who are married to a foreign citizen may retain citizenship of Indonesia, when he started to follow citizenship husband became foreigners, then the woman is required to apply under applicable regulations as stipulated in Articles 7 and 8 of the Old Citizenship Law, and Article 26 of the New Citizenship Law. Such things can make a difference of citizenship in a mixed marriage. Along with the attachment of dual citizenship is limited to the child of a mixed marriage, then the child is subject to the jurisdiction of the two countries two related nationality of both parents.*

**Keywords:** *Status Anak, Perkawinan, Campuran*

### **PENDAHULUAN**

Kewarganegaraan merupakan salah satu unsur yang hakiki yang pada umumnya sangatlah penting dan merupakan unsur pokok bagi suatu negara yang menimbulkan hubungan timbal balik serta mempunyai kewajiban memberikan perlindungan terhadap warga negara, khususnya anak yang dilahirkan di Indonesia dari hasil suatu perkawinan campuran antara warga negara Indonesia dengan warga negara asing.

---

\* Mahasiswa Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga.