

**EKONOMI POLITIK DAN DINAMIKA DOMINASI
KEKUATAN BISNIS ETNIS TIONGHOA
DI TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Pada Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Siliwangi



Oleh :
Muhammad Aji Rafsyanjani Firmansyah
NPM 163507091

**JURUSAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2020**

**EKONOMI POLITIK DAN DINAMIKA DOMINASI
KEKUATAN BISNIS ETNIS TIONGHOA
DI TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Oleh
Muhammad Aji Rafsyanjani Firmansyah
NPM 163507091

Disetujui dan Disahkan
Pada Tanggal 18 September 2020

Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,

Tanda Tangan

Edi Kusmayadi. Drs., M.Si.
NIDN 040 705 5601

.....

Dosen Pembimbing II,

Akhmad Satori. S.IP., M.Si.
NIP 19810728 201504 1 001

.....

Dosen Penguji,

Hendra Gunawan, S.IP., M.Si.
NIDN 0413 018 405

.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Dr. H. Iis Marwan, S.H., M.Pd.
NIP 19640818 199002 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Aji Rafsyanjani Firmansyah
NPM : 163507091
Jurusan : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Siliwangi

Menyatakan Bahwa :

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Siliwangi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Siliwangi.

Tasikmalaya, 18 September 2020
Yang membuat pernyataan,

Muhammad Aji Rafsyanjani Firmansyah
NPM 163507091

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke khadirat Allah SWT. Alhamdulillah walaupun dengan berbagai keterbatasan, pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul “**Ekonomi Politik dan Dinamika Dominasi Kekuatan Bisnis Etnis Tionghoa di Tasikmalaya,**” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana sosial pada jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.

Penulis menyadari adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam merumuskan persoalan secara mendalam, sehingga skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Atas segala kekurangan tersebut, penulis sangat mengharapkan adanya masukan dan saran yang dapat bermanfaat bagi penulis untuk memahami persoalan dengan lebih baik lagi. Penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada:

1. Orang tua yang telah memberikan do’a, dukungan, motivasi dan juga kesabarannya dalam mendidik penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
2. Dr. H. Iis Marwan. SH., M.Pd., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.
3. Fitriyani Yuliawati. S.IP., M.Si., sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi,

4. Akhmad Satori, SIP., M.SI, sebagai Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi, sekaligus sebagai Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
5. Wiwi Widiastuti, S.IP., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.
6. Taufik Nurohman, S.IP., M.A, sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi
7. Edi Kusmayadi. Drs., M.Si, sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Akhmad Satori. S.IP., M.Si., sebagai Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
9. Hendra Gunawan, S.IP., M.Si., sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan motivasi dan perhatiannya terhadap penyempurnaan skripsi ini.
10. Staf Dosen dan Keuangan FISIP Universitas Siliwangi.
11. Rekan-rekan Angkatan 2016 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan dorongan dan motivasi selama ini.

Tasikmalaya, 18 September 2020

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Ekonomi Politik	7
B. Tinjauan tentang Dinamika dan Dominasi	14
C. Bisnis Etnis Tionghoa	
D. Kajian Penelitian Terdahulu	20
E. Kerangka Pemikiran	22
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian yang Digunakan	24
B. Pendekatan Penelitian	25
C. Lokasi Penelitian	25

D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Teknik Penentuan Informan	26
F. Teknik Analisis Data	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	33
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	33
2. Sejarah Etnis Tionghoa di Indonesia	37
3. Etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya	46
4. Deskripsi Variabel Penelitian	48
B. Pembahasan	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2020	35
Tabel 4.2 Temuan Hasil Penelitian	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data	28
Gambar 3.2 Triangulasi	30

ABSTRAK

Tionghoa termasuk etnis yang minoritas dibanding etnis lainnya dalam hal jumlah. Meskipun jumlahnya sedikit, tetapi etnis Tionghoa mendominasi perekonomian/bisnis di Indonesia. Hal ini bukanlah sesuatu berita aneh lagi di Indonesia, dan memang kenyataannya demikian sejak zaman-zaman kerajaan di Nusantara ini sampai dengan sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dominasi kekuatan bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya dalam perspektif ekonomi politik, berdasarkan teori ekonomi politik Keynesian dimana intervensi Pemerintah lebih banyak untuk stabilitas ekonomi, artinya Pemerintah hanya mempunyai fungsi sebagai kontrol harga pasar dan ketersediaan barang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan studi lapangan melalui wawancara dengan narasumber yang terkait dengan dominasi dan ekonomi politik etnis Tionghoa.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Pemerintah Kota Tasikmalaya tidak mengatur mekanisme maupun individu pelaku bisnis tertentu, namun dengan adanya Peraturan Presiden di tahun 1960, No. 10/1959 yang melarang etnis keturunan Tionghoa untuk melakukan perdagangan di daerah-daerah pelosok, hal ini berdampak pada keberadaan etnis Tionghoa berbisnis di wilayah perkotaan dan mendominasinya hingga sekarang. Pada era orde baru, Pemerintah membatasi ruang gerak etnis Tionghoa hanya ke sektor ekonomi, dengan demikian secara tidak langsung menguntungkan etnis Tionghoa dengan fokus hanya dalam perdagangan. Dengan adanya UU No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan dan UU No. 40 Tahun 2008 Tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis memberikan angin segar bagi etnis Tionghoa untuk memasuki berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dengan demikian etnis Tionghoa yang sudah lebih lama sebagai pelaku bisnis, dengan relasi yang sudah ada serta kuatnya hubungan kekeluargaan diantara etnis Tionghoa, dapat dengan mudah mendominasi bisnis di Indonesia khususnya di Kota Tasikmalaya. Dalam bidang politik, masih sedikit etnis Tionghoa yang aktif dalam partai, terbukti hanya ada satu orang keturunan etnis Tionghoa yang menjadi anggota DPRD Kota Tasikmalaya periode 2019 – 2024.

Kata Kunci: Ekonomi Politik, Dominasi, Etnis Tionghoa.

ABSTRACT

Chinese is an ethnic minority compared to other ethnicities in terms of numbers. Although the number is small, but the ethnic Chinese dominate the economy / business in Indonesia. This is not something strange news anymore in Indonesia, and in fact it has been since the kingdoms in this archipelago until now. This study aims to determine the dominance of ethnic Chinese business power in Tasikmalaya from a political economy perspective, based on the Keynesian political economy theory where government intervention is more for economic stability, meaning that the government only has a function as control of market prices and availability of goods.

This research is a descriptive study with a qualitative approach, because it is used to examine the condition of a natural object, where the researcher is the key instrument. The data collection techniques used were documentation study and field study through interviews with sources related to the domination and political economy of the Chinese ethnic group.

The results of this study concluded that the City Government of Tasikmalaya did not regulate certain mechanisms or individual business actors, but with the existence of a Presidential Regulation in 1960, No. 10/1959 which prohibits ethnic Chinese descent from conducting trade in remote areas, this has an impact on the existence of ethnic Chinese doing business in urban areas and dominating it until now. In the New Order era, the Government limited the space for ethnic Chinese to only the economic sector, thus indirectly benefiting ethnic Chinese with a focus only on trade. With the existence of Law no. 12 of 2006 concerning Citizenship and Law no. 40 of 2008 concerning the Elimination of Racial and Ethnic Discrimination provides fresh air for ethnic Chinese to enter various aspects of community life. Thus, the Chinese ethnic who have been in business for a long time, with existing relationships and strong family relations among the Chinese, can easily dominate business in Indonesia, especially in the City of Tasikmalaya. In the political field, there are still a few ethnic Chinese who are active in the party, it is proven that there is only one person of ethnic Chinese descent who is a member of the Tasikmalaya City DPRD for the 2019-2024 period.

Keywords: Political Economy, Domination, Chinese Ethnic.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Roda perekonomian dan bisnis di Indonesia sampai saat ini masih 80 persen dikuasai oleh orang-orang maupun kelompok-kelompok keturunan dan pendatang (perantau) dari China Tionghoa (Kompasiana, 2017). Hal tersebut bukan merupakan berita yang baru, namun sejak kedatangan mereka ke wilayah nusantara ini kebanyakan menjalani profesi sebagai pedagang, dan hingga sekarang banyak konglomerat Indonesia yang berasal dari etnis Tionghoa.

Data BPS (2017) jumlah penduduk etnis Tionghoa di Indonesia sebanyak 2.832.510 jiwa atau 1,2 persen dan menempati peringkat ke 18 dari 31 etnis yang ada di Indonesia, namun etnis Tionghoa mendominasi bisnis swasta hingga 80% (Sitorus, 2018: 14). Data yang dikeluarkan majalah Forbes (Kompasiana, 2017) salah satu keturunan etnis Tionghoa, yaitu R. Budi & Michael Hartono merupakan orang terkaya di Indonesia, sedangkan pada urutan kedua adalah Eka Tjipta Widjaja yang juga etnis Tionghoa.

Sejak lama etnis Tionghoa di Indonesia berprofesi sebagai wirausaha, serta sudah menjadi habitus yang ada di masyarakat bahwa etnis ini mempunyai kemampuan lebih dibanding etnis lainnya dalam berdagang, hal ini dikarenakan pengalaman yang diperoleh langsung dari orang tuanya yang juga berprofesi sama. Dengan demikian etnis ini sudah terbiasa dengan profesinya karena pengalaman yang membentuk keahlian tersendiri secara turun temurun.

Keberadaan orang tua atau sanak familinya dalam status sosial ekonomi di masyarakat, membuat keturunan etnis Tionghoa merasa nyaman dengan keberadaan tersebut, terlebih sudah terjalinnya hubungan bisnis sesama family atau rekanan dalam pengadaan barang yang dijalankan oleh orang tuanya, membuat keturunan etnis ini enggan berpaling ke bidang lain, yang sudah barang tentu bisa menjamin tingkat ekonomi serta status sosialnya di masyarakat. Hal ini juga dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah yang lama, terutama pada era orde baru dimana kegiatan etnis Tionghoa sangat dibatasi.

Walaupun saat ini kebijakan-kebijakan pemerintah yang membatasi kegiatan etnis Tionghoa sudah dicabut dan tidak berlaku lagi, namun tetap saja keturunan etnis Tionghoa yang sudah lama membangun bisnisnya enggan beralih ke bidang usaha lain, dengan berbagai alasan yang pada intinya enggan meninggalkan kebiasaan lama yang sudah tentu menjamin status ekonomi serta status sosialnya di masyarakat, terlebih dengan memasuki dunia baru akan membutuhkan waktu yang lama untuk belajar, sedangkan dalam perdagangan yang sudah biasa digelutinya mereka sudah mempunyai pengalaman yang sangat panjang, sehingga pendidikan formal tidak terlalu menentukan jalan hidupnya, ditambah lagi dengan keberadaan aset yang sudah lama dimiliki oleh keluarganya, terutama lahan pertokoan yang selalu berada di tengah-tengah perkotaan di seluruh wilayah Indonesia, sehingga membuatnya strategis untuk berdagang.

Pada dasarnya etnis Tionghoa kurang berinteraksi dengan masyarakat pribumi, kontak utama yang terjadi hanyalah di pasar (*market*), hal ini juga ditandai Pemerintah Indonesia pasca kolonialisme yang tidak melakukan perubahan

mendasar agar terjadi interaksi yang intens antar kedua unsur masyarakat Indonesia tersebut (Mahfud, 2012: 12). Dampaknya adalah munculnya sikap yang oleh para ilmuwan disebut sebagai *stereotyping*, karena sebagian masyarakat Tionghoa bergerak dalam bidang ekonomi dan perdagangan, menyamaratakan mereka sebagai binatang ekonomi (*economy animal*), kerjanya Cuma mencari keuntungan, tidak punya perasaan nasionalisme, selalu setia pada negeri leluhur, dan sebaliknya orang Tionghoa menganggap pribumi sebagai individu yang malas, pemeras, dan sebutan lain yang negatif. Faktor inilah yang seringkali menjadi pemicu kerusuhan terhadap etnis Tionghoa di Indonesia.

Pada era reformasi, pandangan di atas cukup berubah, hal ini ditandainya dengan bermunculan partai politik Tionghoa, seperti Partai Tionghoa Indonesia (PARTI), Partai Pembaharuan Indonesia (PERINDO), Perhimpunan Indonesia Tionghoa (INTI) dan lain sebagainya. Bangkitnya partisipasi kelompok sosial politik Tionghoa tersebut, tentu menarik dan perlu diapresiasi lebih lanjut, agar terwujud sikap nasionalisme dari etnis Tionghoa di Indonesia.

Berdasarkan data BPS Kota Tasikmalaya tahun 2020 jumlah penduduk Kota Tasikmalaya sebanyak 663.986 jiwa yang terdiri atas 333.412 jiwa penduduk laki-laki dan 330.574 jiwa penduduk perempuan. Berdasarkan data BPS Kota Tasikmalaya tahun 2020 etnis Tionghoa yang berada di Kota Tasikmalaya sebanyak 29.382 jiwa (4,5%) dan tergolong etnis minoritas yang ada di Kota Tasikmalaya. Namun jika dilihat dari kuantitas nilai perdagangannya, maka etnis Tionghoa yang minoritas menguasai setidaknya 75% nilai perdagangan yang ada di Kota Tasikmalaya terutama di daerah perkotaan.

Penduduk etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya membentuk Perkumpulan Tionghoa Tasikmalaya (PTT) Kota Tasikmalaya, yang saat ini diketuai oleh Tjong Joen Mien merupakan bentuk wadah silaturahmi etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya, adapun kegiatan yang dilakukan PTT Kota Tasikmalaya sampai saat ini hanya di bidang sosial kemasyarakatan, seperti membantu masyarakat miskin yang ada di Kota Tasikmalaya yang terkena bencana alam tanpa melihat etnisnya, serta melakukan bakti sosial dengan membagikan sembako pada masyarakat golongan bawah yang ada di Kota Tasikmalaya, terutama menjelang hari raya idul fitri. Namun sesama anggota PTT juga terikat dalam ikatan bisnis dengan membantu usaha etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya yang masih berskala kecil dalam bentuk bantuan hibah atau pinjaman tanpa bunga, serta membantu pembiayaan anggota PTT dalam bidang pendidikan, sedangkan untuk urusan politik PTT membebaskan anggotanya untuk memilih partai mana yang dikehendaki oleh masing-masing anggotanya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Ekonomi Politik dan Dinamika Dominasi Kekuatan Bisnis Etnis Tionghoa di Tasikmalaya”** sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Siliwangi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas, penulis menyusun rumusan masalah: Bagaimanakah dominasi kekuatan bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya dalam perspektif ekonomi politik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dominasi kekuatan bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya dalam perspektif ekonomi politik.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur bagi dunia pendidikan khususnya jurusan ilmu sosial dan ilmu politik dengan kajian tentang dinamika dominasi kekuatan bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya dalam perspektif ekonomi politik.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa dan masyarakat dalam memahami dinamika dominasi kekuatan bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya dalam perspektif ekonomi politik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta pengetahuan kepada khalayak masyarakat serta pihak-pihak lain yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Ekonomi Politik

1. Sejarah Ekonomi Politik

Ilmu ekonomi politik merupakan kajian sebuah ilmu yang sudah sangat tua, dan seorang filsuf Yunani Aristoteles sudah membahasnya, namun seiring dengan kemajuan zaman, ilmu ini berkembang sesuai dengan keberadaan zaman. Menurut Deliarnov (2006:2) ilmu ekonomi dan ilmu politik merupakan kesatuan ilmu pada jaman klasik, namun di masa neoklasik, ilmu ekonomi dan ilmu politik sudah terpisahkan, hal ini dikarenakan adanya dukungan ilmu lain seperti kalkulus dan statistik pada perkembangan ilmu ekonomi, sehingga kedua ilmu tersebut terpecah menjadi dua bidang ilmu yang berdiri sendiri.

Adam Smith selaku bapak ekonomi klasik di jaman klasik, mengemukakan bahwa ekonomi yang baik ialah ekonomi yang terjadi secara natural, dan tidak adanya intervensi dari pemerintah, artinya alur perekonomian sepenuhnya diserahkan pada mekanisme pasar yang ada, pada zaman ini tidak ada istilah '*invisible hand*' atau campur tangan pemerintah/penguasa terhadap perekonomian yang berjalan, dengan demikian antara ilmu ekonomi dan ilmu politik terpisah jauh. Namun faktanya beberapa peristiwa di era tahun 60 dan 70an terjadi penyatuan kembali ilmu ekonomi dan ilmu politik, dikarenakan perilaku "kalap rente" atau sering disebut dengan *rent-seeker* yang dilakukan oleh pemerintah, dan di era tahun 70an terjadi peristiwa penghapusan standar emas oleh Amerika, serta seiring dengan

ekonomi Jepang yang meningkat cukup tajam, mempengaruhi negara-negara lain untuk turut mengetahui adanya hubungan ekonomi dan politik dalam penataan ekonomi internasional.

Seiring dengan perkembangan zaman, gagasan John Struat Mill yang dikenal dengan istilah *laizzes-faire*, yaitu suatu pratik dimana pemerintah suatu negara tidak lagi mencampuri urusan perekonomian secara penuh, namun kedudukan pemerintah hanya terbatas sebagai pengawas jalannya roda perekonomian di negaranya. Berdasarkan teori ini terjadi peralihan dari mazhab klasik menjadi neoklasik. Adam Smith yang mencetuskan pendapat dimana pasar tanpa adanya intervensi pemerintah, namun seiring dengan adanya fenomena peningkatan angka pengangguran di Amerika, sehingga regulasi pasar dalam ekonomi klasik tidak memperoleh hasil yang maksimal, dengan adanya mazhab neoklasik yang dilengkapi dengan mazhab klasik tersebut, dimana seharusnya pasar berkembang tanpa adanya campur tangan dari pemerintah, tetapi tetapi pemerintah bertindak sebagai kontrol dalam mekanisme pasar.

Menurut Clark (Yustika, 2013: 98), kemunculan teori ekonomi dimulai dari periode antara abad ke-14 dan ke-16 yang disebut dengan *great transformation* di Eropa Barat, yang pada saat itu mengalahkan sistem ekonomi feodal, sehingga dengan pasar ekonomi yang baru menumbuhkan peluang dalam mengeluarkan ekspresi setiap individu dimana sebelumnya selalu ada penekanan dari pihak gereja, negara, dan komunitas. Abad ke-18 merupakan Abad Pencerahan (*enlightenment*), karena di zaman ini terjadi revolusi industri di Perancis. Gerakan revolusi ini bertujuan untuk menggagas otonomi individu serta eksplanasi terhadap kapasitas

seluruh manusia, sehingga pada masa ini merupakan kemunculan dasar ekonomi politik. Sebetulnya istilah ekonomi politik sudah ada sejak abad ke-16 oleh penulis Perancis bernama Antoyne de Montcheitien (1575-1621) dalam bukunya yang berjudul *Treatise on Political Economy*. Para ahli ekonomi politik sejak abad 16 sudah memperkenalkan ide tentang pentingnya peran pemerintah dalam setiap kegiatan ekonomi, dimana pada masa ini kegiatan pasar belum banyak berkembang, sehingga dibutuhkan campur tangan negara untuk dapat membuka wilayah baru dalam dunia perdagangan, memberikan perlindungan, serta agar dapat melakukan pengawasan pada produk yang berkualitas, namun pada akhir abad ke 18, pandangan itu mulai terjadi banyak pertentangan, dan pemerintah dianggap tidak baik dalam mengatur kegiatan ekonomi, dan pemerintah dianggap sebagai rintangan baru dalam upaya untuk meraih kesejahteraan pelaku usaha.

Sebagai akibat perubahan pandangan pada abad ke-18, melahirkan banyak aliran baru sebagai pemikiran ekonomi politik yang dapat digolongkan ke dalam 3 kategori, yaitu: (i) Aliran ekonomi politik konservatif oleh Edmund Burke; (ii) aliran ekonomi politik klasik oleh Adam Smith, Thomas Malthus, David Ricardo, Nassau, dll; dan (iii) aliran ekonomi politik radikal yang dipropagandakan oleh William Godwin, Thomas Paine, Condorcet, dan Karl.

2. Definisi Ekonomi Politik

Menurut Caporaso dan Levine (Deliarnov, 2006: 8) pengertian ekonomi politik tidak hanya terbatas hanya pada teori sosial dan keterbelakangan. Semula ekonomi politik diperuntukkan untuk memberikan saran dan masukan terkait manajerial perekonomian kepada pemerintah. Para ahli mendefinisikan ekonomi

politik sebagai analisis ekonomi dalam dunia politik, mereka memasukan institusi politik sebagai institusi yang bersinggungan dengan keputusan dalam kebijakan ekonomi, dan berusaha untuk mempengaruhi isi kebijakan yang akan dibuat berdasarkan opini publik, dalam hal ini baik untuk kepentingan kelompoknya ataupun untuk kepentingan masyarakat umum.

Rachbini, Didick J (Haryatmoko, 2014), pembelajaran ilmu ekonomi politik merupakan pembelajaran ilmu yang bersifat interdisiplin, yakni terdiri atas gabungan dua disiplin ilmu dan dapat digunakan untuk menganalisis ilmu sosial lainnya dengan isu-isu yang relevan dengan isu ekonomi politik. Berdasarkan pendapat ini dapat diambil kesimpulan bahwa ilmu ekonomi sebenarnya membahas ilmu politik dan ilmu ekonomi yang tergabung menjadi satu bahasan ilmu ekonomi politik. Istilah ekonomi politik sering digunakan sebagai persamaan dari istilah ilmu ekonomi, namun terfokus pada keberadaan ekonomi secara umum, dan dikaji menjadi lebih spesifik; yaitu dengan menyoroti hubungan antara faktor-faktor dalam ekonomi dan faktor-faktor dalam politik, dan dalam perkembangannya, memang istilah ekonomi politik selalu mengacu pada adanya hubungan antara aspek ekonomi dan politik.

3. Pendekatan Ekonomi Politik

a. Ekonomi Politik Pendekatan Klasik

Adam Smith (Haryatmoko, 2014) yang terkenal sebagai bapak ekonomi klasik menekankan dominasi adanya pasar bebas yang dapat memberikan peluang untuk kesuksesan dalam ekonomi. Pendapat ini memberikan pandangan bahwa pasar harus berdiri bebas tanpa adanya intervensi dari pemerintah (*pure free market*), pandangan ini mengemukakan bahwa pasar akan tetap berjalan tanpa adanya

intervensi dari pemerintah karena adanya berbagai unsur yang dapat membangkitkan ekonomi pasar, yaitu *nature* dari pasar itu sendiri. Pada dasarnya pandangan Adam Smith ini merupakan kritikan dari pelaku pasar untuk berdiri secara bebas guna mensejahterakan ekonomi, hal ini dikarenakan pada kenyataannya kolonialisme dan imperialisme tidak dapat memberikan dampak kepada perekonomian secara efektif.

Berdasarkan pandangan Caporaso dan Levine (Yustika, 2013: 101) para pakar ekonomi politik telah melihat terjadi banyak perubahan interaksi antara kegiatan politik dengan kegiatan non politik yang disebut sebagai pemenuhan terhadap kebutuhan pribadi setiap individu. Para pelopor ekonomi politik ini melakukan perubahan penekanan bahwa pada dasarnya semua masyarakat dapat mengatur dirinya sendiri, dan dapat berkembang mengikuti tuntutan zaman. Dengan demikian para pakar ekonomi politik zaman neoklasik ini menyatakan bahwa sesungguhnya masyarakat dapat berkembang seiring dengan berbagai tuntutan hidup atas kebutuhan dasarnya, dan tidak bergantung dengan kebijakan politik yang dibuat pemerintah.

b. Ekonomi Politik Pendekatan Neo-Klasik

Menurut pendapat Caporaso dan Levine (Yustika, 2013: 102) ekonomi merupakan suatu proses dimana setiap orang berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Proses ini seringkali terjadi di dalam institusi-institusi politik, dengan membuat kontrak kerja dalam kapasitas pribadi atau kelompoknya dengan orang lain yang terlibat dalam kegiatan politik, keduanya selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing atau kelompoknya secara maksimal. Tujuan utama dari adanya

tindakan ekonomi maupun adanya tindakan politik mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk melakukan penghematan, dan cara dilakukan menekan biaya yang dikeluarkan agar memperoleh hasil yang maksimal. Setiap orang melakukan transaksi secara sukarela, dan hal ini dapat dicapai ketika adanya kesepakatan yang dianggap menguntungkan bagi kedua belah pihak atau lebih.

Menurut Caporaso (Yustika, 2013: 102), ketika perjanjian dibuat secara sukarela tanpa berbagai unsur yang bisa menghambat tercapainya kesejahteraan dalam sebuah transaksi, dimana kesepakatan yang ada hanya berdampak pada pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian tertentu, dan akibatnya interaksi pasar memungkinkan setiap individu untuk memanfaatkan secara maksimal peluang yang ada sebagai pengembangan tingkat kepuasan mereka. Dalam pandangan Caporaso dan Levine (Yustika, 2013: 102), ada dua jenis agenda politik. Pertama, agenda politik yang selalu berusaha untuk mengamankan atau mempertahankan sistem hak kepemilikan agar transaksi bisa terjadi secara sukarela. Kedua, agenda politik yang terkait dengan pihak luar yang dapat mempengaruhi perjanjian yang dibuatnya. Ilmu ekonomi politik dengan pendekatan neoklasik selalu mempertimbangkan masalah kegagalan pasar, aliran ini lebih menekankan pada aspek ekonomi ketimbang aspek politik, artinya aspek politik dibutuhkan jika pasar tidak mengalami peningkatan bahkan kegagalan. Ekonomi politik neoklasik selalu mempertimbangkan situasi pasar jika tidak berhasil memberikan peluang kepada individu untuk memenuhi kebutuhannya secara maksimal.

c. Teori Ekonomi Politik Keynesian

Teori Keynesian ini merupakan kritik mengenai konsep dimana pasar dapat mempunyai regulasi sendiri berdasarkan pemikiran Klasik maupun Neo Klasik. Keynesian mempunyai anggapan jika tidak ada regulasi pasar yang ditentukan oleh negara melalui sebuah kebijakan yang dibuatnya, tentu akan mengakibatkan terjadinya eksploitasi terhadap sumber daya yang ada secara berlebihan tanpa adanya ketentuan atau kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Berdasarkan hal tersebut, selanjutnya Keynesian mengajukan pandangan bahwa dalam situasi tertentu menghendaki adanya peran pemerintah dalam aktivitas ekonomi (Deliarnov, 2006:42).

Peran negara dalam mengintervensi aktivitas ekonomi dibatasi jika terjadi kegagalan dalam mekanisme pasar, artinya jika mekanisme pasar masih dalam batas-batas normal, maka intervensi pemerintah tidak diijinkan. Bagi Keynes, setiap mekanisme pasar yang ada diyakini kemungkinan akan terjadinya kegagalan pembelian, dengan membebaskan aktivitas produksi secara luas, akan menghasilkan penawaran barang hasil produksi yang berlimpah dibandingkan dengan permintaan, sehingga akan mengakibatkan turunnya harga penawaran. Kontribusi yang terpenting dari Keynes bagi ekonomi politik adalah bahwa mekanisme penyesuaian diri dengan ekonomi pasar (regulasi pasar secara tersendiri) dipastikan adanya keterbatasan. Hal ini berarti perekonomian yang ada pasar pada intinya tidak akan mampu memanfaatkan potensi produksi yang ada dalam masyarakat secara maksimal, dan yang seringkali terjadi adalah dimana pasar tidak dapat menjembatani antara produsen dengan konsumen.

Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Keynesian mempunyai pandangan bahwa kebijakan pemerintah dibutuhkan untuk mencegah terjadinya resesi ekonomi yang disebabkan adanya kelebihan produk dan rendahnya permintaan, jika tidak adanya campur tangan pemerintah, maka akan terjadi resesi secara berkala, karena permasalahan rendahnya permintaan bersifat sistematis. Dengan adanya kebijakan pemerintah akan memulihkan kembali aktivitas ekonomi, sehingga daya beli masyarakat serta kesejahteraan rakyat dapat berlangsung dengan baik. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah diperlukan untuk menjaga stabilitas ekonomi, yaitu dengan menekan produksi, memanipulasi permintaan, memperkuat sektor keuangan, dan stabilitas harga, sebagian besar hal itu dilaksanakan dengan memanfaatkan kebijakan fiskal pemerintah. Tetapi dalam kenyataannya, mekanisme pasar dengan adanya intervensi pemerintah dalam mengatur sistem regulasi pasar seringkali tidak dapat menstabilkan kondisi pasar. Menurut Deliarnov (2006:62), pertumbuhan ekonomi hanya mungkin terjadi bila ada investasi, karena dengan investasi akan diraih dua hal sekaligus, yaitu:

- 1) Investasi akan meningkatkan pasar tenaga kerja, sehingga akan menumbuhkan kekuatan daya beli akibat tingkat penghasilan yang memadai para tenaga kerja.
- 2) Investasi akan menghasilkan barang/jasa yang akan dipasarkan, dan ini menjadi dasar dari pendapatan ekonomi nasional.

Mas'ood, Muktar (Haryatmoko, 2014), pandangan mengenai ekonomi, politik, ekonomi politik, dan ekonomi politik baru. Bagaimana keduanya berhubungan, apakah saling melengkapi atau merugikan, sedikit banyak bisa didasarkan pada bagaimana secara umum ideologi dan kebijaksanaan negara

berperan. Sebagai contoh, pada saat orde baru ketika negara begitu kuat dan demokrasi tidak dijalankan sungguh-sungguh, bisnis juga terasa ikut mendorong semangat tersebut. Pada saat reformasi ketika demokrasi mulai direvaliasi kembali maknanya, bisnis juga mulai mempertimbangkan nilai-nilai yang diemban oleh demokrasi dalam berbagai tindakannya.

Gamble (Haryatmoko, 2014) menyatakan bahwa semenjak dulu hingga sekarang persoalan yang menjadi pusat perhatian kajian ekonomi politik adalah penilaian terhadap sistem-sistem politik dan ekonomi serta analisis yang cermat mengenai keuntungan-keuntungan dan kerugian-kerugiannya, atas pertimbangan tersebut lalu disusun lembaga-lembaga dan struktur politik yang dirasakan paling sesuai untuk mencapai tujuan sebuah negara.

B. Tinjauan Tentang Dinamika dan Dominasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dinamika berarti gerak (dari dalam); tenaga yang menggerakkan; semangat; dinamika berarti kelompok gerak atau kekuatan yang dimiliki sekumpulan orang/masyarakat yang dapat menimbulkan perubahan/tata hidup masyarakat yang bersangkutan; dinamika pembangunan gerak yang penuh gairah dan penuh semangat dan melaksanakan pembangunan; dinamika sosial gerak masyarakat secara terus-menerus yang menimbulkan perubahan dalam tata hidup masyarakat yang bersangkutan.

Dominasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penguasaan oleh pihak yang lebih kuat terhadap yang lebih lemah (dalam bidang politik, militer, ekonomi, perdagangan, olahraga, dsb). Dominasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau kelompok dengan tujuan menguasai dan biasanya dalam

bidang-bidang sosial, kebudayaan dan lebih khususnya ekonomi. Dominasi dalam bidang ekonomi tentu ada dua kelompok, yaitu kelompok yang mendominasi adalah dengan kekuatan modal yang besar, sedangkan kelompok yang didominasi adalah pihak yang lemah dalam kekuatan modal.

C. Bisnis Etnis Tionghoa

Selain strategi, seorang pengusaha juga sangat memerlukan modal sebagai sumber daya yang dapat digunakan dalam usahanya, dalam arena persaingan pasar terjadi persaingan modal yang dimiliki oleh pengusaha, dan pada arena ini juga seringkali terjadi usaha agar memperoleh akses tertentu dari pemegang kekuasaan (pemerintahan). Berdasarkan pendapat Bourdieu (Sitorus, 2018: 25) terdapat empat jenis modal yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik.

Selain ke empat modal di atas, terdapat suatu hal yang tidak kalah pentingnya dalam dunia usaha, yaitu habitus atau kebiasaan yang sudah menjadi karakter pada setiap orang. Habitus yang dimaksud dalam penelitian ini terkait dengan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan etnis Tionghoa dalam persaingan bisnis di Kota Tasikmalaya.

1. Habitus

Habitus menurut Bourdieu (Sitorus, 2018: 15) adalah persepsi individu tentang suatu objek, apa yang ada dalam benak setiap individu. Habitus dapat dirumuskan sebagai sebuah sikap (persepsi), pikiran, dan tindakan yang diperoleh dari hasil pembelajaran maupun pengalaman pribadi. Habitus merupakan sumber motivasi untuk bergerak atau mengambil tindakan yang bersifat dinamis, dan selalu terus berubah sesuai dengan ranah atau lingkungannya.

Habitus etnis Tionghoa yang berprofesi sebagai pedagang tentu sebagai hasil dari serangkaian perlakuan sosial yang dijalankan sejak lama, dan sudah menjadi label di masyarakat. Masyarakat Indonesia mempunyai anggapan bahwa etnis Tionghoa dengan kegiatannya dalam perdagangan juga diidentifikasi sebagai habitus yang ditunjukkan ke masyarakat dan dihasilkan sendiri oleh masyarakat secara tanpa disadari.

Habitus etnis Tionghoa yang mempunyai keahlian sebagai pedagang juga diperoleh dari pengalaman dalam hidupnya, dimana sudah menjadi kebiasaan orang tua etnis Tionghoa mengikutsertakan anaknya untuk berdagang, terlebih lagi dengan kebiasaan mereka hidup dalam rumah yang sekaligus sebagai tempat usahanya, sehingga anak-anaknya sudah terbiasa berdiam di toko dalam waktu yang lama.. Dalam berbagai bidang usaha yang dijalankan, latarbelakang pendidikan formal bagi etnis Tionghoa tidak terlalu berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan.

Secara sosiologis melibatkan anaknya dalam kegiatan suatu usaha sejak kecil merupakan kegiatan pembelajaran tanpa sadar yang dilakukan orangtua, hingga anaknya dapat mempelajari teknik-teknik berdagang, karakter, sifat dan habitus atau kebiasaan orangtuanya dalam memuaskan konsumen, hal ini disebut sebagai modal kultural atau modal budaya.

2. Modal

Modal menurut Bourdieu (Sitorus, 2018: 25) merupakan sebuah alat untuk berjuang. Modal selalu bersamaan dengan habitus, dan dapat menempatkan seseorang dalam sebuah ranah. Modal akan selalu berubah, bahkan habis, dan dapat

bertambah seiring dengan kondisi yang dihadapi. modal pun dipertahankan dan diusahakan untuk selalu bertambah. Menurut Bourdieu (Sitorus, 2018: 26) terdapat empat jenis modal, yaitu:

- a. Modal ekonomi: berupa materi, seperti uang, emas, mobil, tanah, tabungan di Bank, dan lain-lain.
- b. Modal sosial: merupakan hubungan sosial yang dijalani pedagang dengan konsumen atau dengan agen atau distributor yang memproduksi barang dagangannya.
- c. Modal kultural atau modal budaya meliputi pengetahuan dan keahlian, seperti cara berkomunikasi dengan orang lain, cara memandang seorang rekan, menjaga sikap dan lain-lainya sebagai pendukung dalam meningkatkan usahanya.

Bourdieu (Sitorus, 2018: 28) membedakan antara ketiga jenis modal:

- 1) Modal kultural yang dihasilkan melalui sosialisasi, budaya atau tradisi dari seseorang atau kelompok kepada orang lain. Modal kultural ini tidak bisa didapat secara genetik tetapi lebih diutamakan dari pengalaman yang menjadi proses pembejarannya.
- 2) Modal kultural yang menjadi objek usaha, yaitu benda-benda fisik yang dimiliki, dan dapat digunakan untuk mencari keuntungan secara ekonomi (seperti dalam proses jual beli)
- 3) Modal kultural yang dilembagakandan diperoleh dari sebuah lembaga, biasanya dalam bentuk akademis atau kualifikasi. Konsep modal ini sangat berperan penting dalam pasar tenaga kerja, dimana memungkinkan beragam

modal kultural yang akan disajikan dalam sebuah pengukuran kuantitatif dan kualitatif tunggal.

- d. Modal simbolik: berasal dari kehormatan dan prestise seseorang, misalnya posisi atau jabatan seseorang dalam status sosialnya.

Definisi modal bisa memiliki cakupan yang luas, dari yang bersifat material dan memiliki nilai simbolik, sampai yang tidak tersentuh, namun secara budaya dianggap memiliki nilai-nilai tersendiri, status dan otoritas yang dianggap sebagai modal simbolik, sedangkan modal kultural didefinisikan sebagai pola-pola yang dilandasi selera dan konsumsi budaya. Kedudukan tiap modal ialah seimbang, artinya setiap bentuk modal mempunyai kedudukan yang sama, karena modal tertentu dapat berubah menjadi bentuk modal lain.

3. Ranah atau Arena

Menurut Haryatmoko (2014:11), ranah diartikan sebagai arena perjuangan dan persaingan, bisa berarti sebuah tempat atau kelompok sosial. Ranah juga bisa merupakan sebuah arena kekuatan yang di dalamnya terdapat upaya perjuangan untuk memperebutkan sumber daya dan juga demi memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hierarki kekuasaan. Misalnya ranah politik, ranah pendidikan, kampus semua termasuk ranah.

Arena menurut Bourdie adalah jaringan hubungan antar posisi subyektif yang keberadaan hubungan ini terpisah dari kesadaran dan kehendak seseorang. Dalam ranah, semua hal yang dimiliki individu diperjuangkan untuk dapat tetap bertahan. Struktur pun berada dalam ranah, struktur menyajikan sebuah aturan pola hubungan, pola bahasa, aturan sopan santun, dan sebagainya yang mengarahkan

seseorang untuk bertindak. Namun bukan berarti struktur yang mendominasi dalam sebuah ranah karena setiap orang juga memiliki kemampuan untuk berimprovisasi sesuai dengan habitus dan modal yang dia miliki.

Modal dan habitus dipertaruhkan dalam proses pertarungan di sebuah ranah. Jika seseorang tidak dapat bertahan, maka ia akan tersingkir keluar dari dalam lingkaran ranah tersebut. Bourdieu melihat arena sebagai area persaingan dimana arena tersebut sekaligus berperan sebagai arena perjuangan yang menopang dan mengarahkan strategi, dan digunakan oleh orang-orang yang menduduki posisi ini untuk berupaya baik individu maupun kolektif, mengamankan atau meningkatkan posisi mereka dan menerapkan berbagai prinsip hierarkisasi yang paling cocok untuk produk mereka.

4. Sikap dan Etos Kerja

Etos berasal dari bahasa Yunani (*ethos*) yaitu ciri khas atau karakteristik individu, cara hidup kebiasaan seseorang, etos kerja mempunyai arti sebagai gambaran cara bertindak dari seseorang sebagai sikap yang mendasar pribadi dan direfleksikan dalam kehidupannya. Etnis Tionghoa terkenal dengan keahliannya dalam dunia perdagangan, dan sudah menjadi sebuah label di masyarakat bahwasanya etnis Tionghoa dilahirkan hanya untuk menjadi pedagang. Bakat ini tidak bisa diperoleh secara cepat, melainkan melalui sebuah usaha dengan proses waktu yang lama.

Etnis Tionghoa terkenal sebagai pekerja keras., khususnya dalam bidang perdagangan, hal ini dapat dilihat pada toko etnis Tionghoa, walaupun sudah ada pegawainya, namun si pemilik toko tetap saja berada di toko bahkan membantu

penjualannya selama tokonya masih buka, dan berkat kerja keras dan keuletannya dalam bisnis, tentunya akan memperoleh hasil yang maksimal. Sikap atau etos kerja yang diterapkan oleh etnis Tionghoa dalam berbisnis adalah, mereka tidak menyia-nyiakan waktunya untuk sekedar bermain, dan sangat berhati-hati dalam segi pengeluaran materi, tidak senang dengan pemborosan.

D. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Rendhy Sukma Jaya (2012) yang menyoroti dominasi etnis Cina dalam kegiatan ekonomi di Indonesia periode tahun 1930-2000. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa etnis Cina terkenal di masyarakat dengan keahliannya dalam bidang perdagangan secara turun temurun, kehidupan mereka lebih banyak ditunjang dari usaha dagangnya. Dalam mencari usaha baru atau meningkatkan perdagangannya, mereka selalu mencari daerah baru yang dikenal dengan istilah “Nanyang,” sehingga banyak etnis Cina yang mulai datang ke Asia Tenggara termasuk di Indonesia.
2. Gehri Theresa (2017) penelitian ini menganalisa pedagang etnis Tionghoa di Pasar Tengah Kota Pekanbaru dengan menggunakan teori Etos Kerja dan Orientasi Nilai Budaya oleh Kluckhohn. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa terdapat 6 faktor etos kerja yang dimiliki pedagang Tionghoa dalam berusaha, yaitu; agama, sosial politik, kondisi lingkungan, pendidikan, struktur ekonomi, motivasi intrinsik. Sebelum menjalankan usahanya, etnis Tionghoa harus dapat memilih jenis usaha apa yang dapat dijalankan, karena jenis usaha dapat menentukan keberhasilan. Mereka sangat percaya dengan adanya keberuntungan

(*Feng Shui*), yang merupakan kepercayaan dari warisan leluhur yang diturunkan melalui generasi ke generasi.

3. Fitri Amalia (2015) penelitian menganalisa budaya kerja pedagang etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Etos Budaya Kerja pedagang Tionghoa di Pasar Semawis Semarang antara lain memiliki etos kerja keras, hemat, disiplin, jujur, kemandirian serta *profit oriented*. 2) terbentuknya etos budaya kerja pedagang etnis Tionghoa disebabkan oleh adanya unsur kekerabatan, tradisi dan unsur ilmu pengetahuan. 3) Implikasi dari keberadaan etos budaya kerja tersebut terhadap kehidupan pedagang etnis Tionghoa adalah di bidang ekonomi dan bidang sosial-budaya. bidang ekonomi; memberikan kesejahteraan bagi keadaan ekonomi keluarganya, sedangkan implikasi bidang sosial budaya; sebagai eksistensi budaya, memperkuat solidaritas dan semakin mengokohkan identitas mereka.

Tabel 2.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Rendhy Sukma Jaya (2012). <i>Dominasi Etnis Cina dalam Kegiatan Ekonomi di Indonesia Periode Tahun 1930 Sampai Tahun 2000</i>	Ruang lingkupnya sama penelitian tentang bisnis etnis Tionghoa	Penelitian ini membahas etnis Cina dalam kegiatan ekonomi di Indonesia periode tahun 1930-2000, sedangkan penulis menganalisis bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya
2.	Gehri Theresa (2017). <i>Pedagang Tionghoa di Pasar Tengah Pekanbaru (Studi kasus Jenis Komuditi Progres Bisnis)</i>	Ruang lingkupnya sama penelitian tentang bisnis etnis Tionghoa	Penelitian ini menganalisa pedagang Tionghoa di Pasar Tengah Kota Pekanbaru, sedangkan penulis menganalisis bisnis etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya

3.	Fitri Amalia (2015) dengan judul penelitian “Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang	Ruang lingkupnya sama penelitian tentang bisnis etnis Tionghoa	Penelitian ini menyortir etos budaya kerja pedagang etnis Tionghoa, sedangkan penulis menganalisis bisnis etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya
4.	Muhammad Aji Rafsyanjani Firmansyah. 2020. Dinamika Dominasi Kekuatan Bisnis Tionghoa di Tasikmalaya	-	-

E. Kerangka Pemikiran

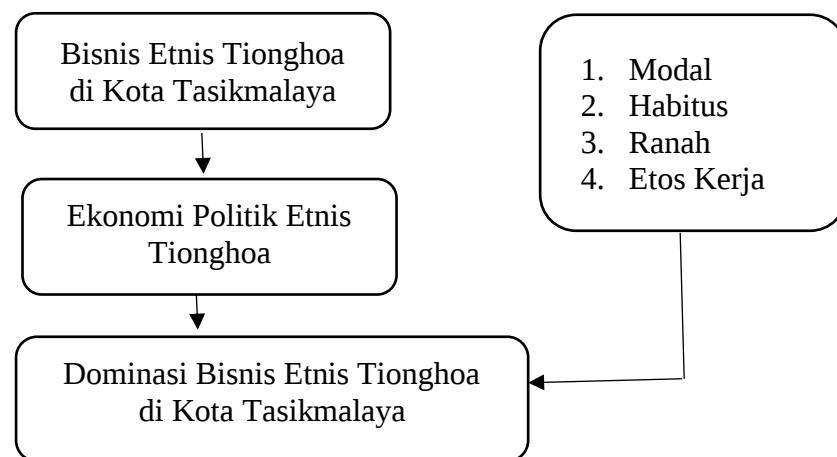
Menurut Rachbini, Didick J (Haryatmoko, 2014), pembelajaran ilmu ekonomi politik merupakan pembelajaran ilmu yang bersifat interdisiplin, yakni terdiri atas gabungan dua disiplin ilmu dan dapat digunakan untuk menganalisis ilmu sosial lainnya dengan isu-isu yang relevan dengan isu ekonomi politik. Ekonomi politik dengan pendekatan Keynesian berpandangan bahwa dalam derajat tertentu menghendaki adanya peran negara dalam aktivitas ekonomi (Deliarnov, 2006:42).

Dominasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menguasai dan biasanya dalam aspek sosial, kebudayaan dan terutama dalam bidang ekonomi. Dominasi dalam bidang ekonomi tentu ada dua kelompok, yaitu kelompok yang mendominasi adalah dengan kekuatan modal yang besar, sedangkan kelompok yang didominasi adalah pihak yang lemah dalam kekuatan modal.

Selain strategi, seorang pengusaha juga membutuhkan modal sebagai sumber daya yang dapat digunakan untuk usahanya, dalam arena persaingan pasar terjadi

persaingan modal yang dimiliki oleh pengusaha, dan pada arena ini juga seringkali terjadi usaha agar memperoleh akses tertentu dari pemegang kekuasaan (pemerintahan). Berdasarkan pendapat Bourdieu (Sitorus, 2018: 25) terdapat empat jenis modal yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik. Selain ke empat modal tersebut, terdapat suatu hal yang tidak kalah pentingnya dalam dunia usaha, yaitu habitus atau kebiasaan yang sudah menjadi karakter pada setiap orang. Habitus yang dimaksud dalam penelitian ini terkait dengan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan etnis Tionghoa dalam persaingan bisnis di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan kerangka teori di atas, penulis menggambarkan kerangka teori sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, karena penelitian ini bersifat seni (kurang terpola), dan disebut metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan inprestasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. (Sugiyono, 2017:13).

Instrumen atau alat penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri, dengan demikian peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode kesiapan peneliti untuk memasuki wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Yang melakukan validasi adalah peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan.

Menurut pendapat Sugiyono (2017:31) dalam penelitian kualitatif, manusia sebagai instrumen penelitian utama, dengan Alasan segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan

secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian tersebut.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan studi kasus, yaitu penelitian yang terperinci mengenai seseorang atau sesuatu selama periode waktu tertentu. Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan di analisis secara cermat sampai tuntas. Kasus yang dimaksud bisa berupa tunggal atau jamak, misalnya berupa individu atau kelompok. Dalam penelitian ini difokuskan kepada strategi dominasi bisnis etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi; Teknik pengumpulan data ini peneliti lakukan untuk mengetahui kegiatan bisnis etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya.
- b. Dokumentasi; yaitu mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan bisnis etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya.
- c. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden terkait objek penelitian untuk memberikan penjelasan mengenai masalah yang dibahas.

E. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel sumber data dengan pertimbangan sumber data yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan diteliti, sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini informan adalah pengurus Perkumpulan Tionghoa Tasikmalaya (PTT) sebanyak 2 orang dan 2 orang pelaku bisnis dari etnis Tionghoa.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah analisis dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Milles dan Huberman (Sugiyono, 2017:337) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan suatu alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data supaya pengumpulan data tersebut sistematis dan mudah. Instrumen penelitian merupakan suatu yang amat penting dan strategi

kedudukannya dan keseluruhan kegiatan penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan hasil wawancara dengan responden.

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan sebuah pemilihan, penyederhanaan, pemusatan, dan transformasi data terhadap data yang dihasilkan atau yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data ini berlangsung secara terus menerus selama pengumpulan data berlangsung. Pada saat pengumpulan data berlangsung, akan terjadi tahapan reduksi selanjutnya yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, dan membuat *body note*. Ini terjadi sampai penyelesaian laporan akhir penelitian. Reduksi data dalam penelitian ini akan dilakukan dalam bentuk proses pemilihan, pengeditan, pemusatan pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Data-data yang telah direduksi diharapkan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah penulis dalam melaksanakan analisis terakhir.

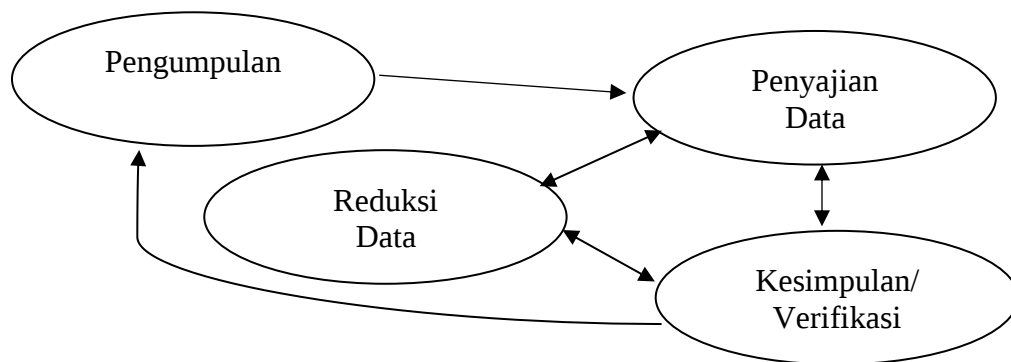
c. Penyajian Data

Setelah reduksi data dilakukan, maka proses selanjutnya adalah menyajikan data atau analisis data. Dalam penyajian penelitian kualitatif ini biasanya sering bersifat teks dan naratif yang diharapkan dapat memudahkan dalam memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya sesuai dengan apa yang telah dipahami tersebut.

d. Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan ini dilakukan setelah melaksanakan sebuah penelitian dengan memperhatikan hasil observasi atau wawancara yang telah dilakukan, dokumentasi yang dimiliki yaitu data-data awal yang belum siap digunakan untuk analisis setelah data tersebut direduksi dan disajikan. Tahap awal peneliti berusaha memperoleh makna dari data yang dikumpulkan, kemudian dibuat pola, model, tema, hubungan, persamaan terhadap hal-hal yang sering muncul. Dari data yang telah melalui tahapan di atas, diambil satu kesimpulan dan bersifat sementara. Apabila diperlukan akan dilakukan verifikasi data dengan cara mengumpulkan data baru guna memperkuat kesimpulan atau menetapkan kesimpulan, melalui analisa data ini, dapat diketahui bagaimana strategi etnis Tionghoa dalam mendominasi bisnis di Tasikmalaya.

Analisis data berdasarkan langkah-langkah di atas dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2017:338)

Gambar 3.1
Analisis Data Interaktif

Pada gambar 3.1 dijelaskan bahwa setelah data terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan verifikasi, dicatat secara teliti dan rinci, dan dilakukan penyajian data dengan terlebih dahulu data direduksi sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai dengan melakukan diskusi dengan teman atau orang lain yang dianggap lebih mengetahui permasalahannya agar wawasan peneliti dapat berkembang untuk kemudian disusun kesimpulan sesuai dengan data yang dianggap valid dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara ataupun observasi.

2. Validitas Data

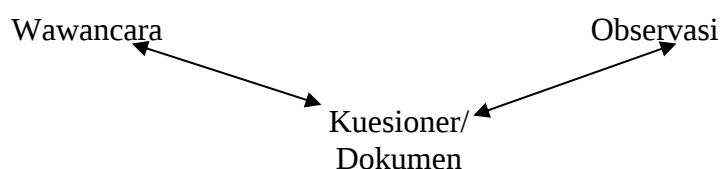
Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, dalam penelitian ini penulis menggunakan cara *triangulasi* agar data yang dihasilkan merupakan data yang valid untuk penelitian.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan triangulasi sumber data

dan triangulasi teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang valid. Lihat gambar 3.2 (Sugiyono,2017: 372-373):



Gambar 3.2 a. Triangulasi Sumber Data



Gambar 3.2 b. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang marketing politik, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke caleg, ke tim sukses, dan ke relawan yang merupakan kelompok kerjasama. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya

data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat nara sumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dengan waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Berdasarkan uraian di atas, untuk memperoleh data yang valid, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, untuk dianalisis oleh peneliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang sudah merupakan kesepakatan (*membercheck*) dengan sumber data tersebut. Selain melakukan wawancara dengan sumber data, peneliti melakukan observasi terlibat (*partisipant observation*) berupa dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi

dan gambar atau foto. Dengan observasi tersebut, maka akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insight*) yang berada pula mengenai fenomena yang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Kota Tasikmalaya adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Barat. Kota ini terletak pada $108^{\circ} 08' 38'' - 108^{\circ} 24' 02''$ BT dan $7^{\circ} 10' - 7^{\circ} 26' 32''$ LS di bagian Tenggara wilayah Provinsi Jawa Barat. Kota ini dahulu adalah sebuah kabupaten, namun seiring dengan perkembangan, maka terbentuklah 2 buah bentuk pemerintahan yaitu Pemerintahan Kabupaten dan Pemerintahan Kota Tasikmalaya. Tonggak sejarah lahirnya kota Tasikmalaya, mulai digulirkan ketika Kabupaten Tasikmalaya di pimpin oleh A. Bunyamin, Bupati Tasikmalaya periode tahun 1976 – 1981. Pada saat itu melalui Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1976 diresmikanlah Kota Administratif Tasikmalaya oleh Menteri Dalam Negeri yang pada waktu itu dijabat oleh H. Amir Machmud. Wali Kota Administratif pertama adalah Drs. H. Oman Roosman, yang dilantik oleh Gubernur Jawa barat, H. Aang Kunaefi (https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Tasikmalaya).

Pada awal pembentukannya, wilayah kota Administratif Tasikmalaya meliputi 3 Kecamatan yaitu Cipedes, Cihideung dan Tawang dengan jumlah desa sebanyak 13 desa. Kemudian pada tahun 2001, dirintislah pembentukan Pemerintah Kota Tasikmalaya oleh Bupati Tasikmalaya, Kol. Inf. H. Suljana Wirata Hadisubrata (1996 – 2001), dengan membentuk sebuah Tim Sukses Pembentukan Pemerintah Kota Tasikmalaya yang diketuai oleh H. Yeng Ds. Partawinata SH.

Melalui proses panjang akhirnya di bawah pimpinan Bupati Drs. Tatang Farhanul Hakim, pada tanggal 17 Oktober 2001 melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 2001, Pembentukan pemerintahan Kota Tasikmalaya sebagai pemerintahan daerah otonom ditetapkan oleh Menteri Dalam Negeri atas nama Presiden RI di Jakarta bersama-sama dengan kota Lhoksumawe, Langsa, Padangsidempuan, Prabumulih, Lubuk Linggau, Pager Alam, Tanjung Pinang, Cimahi, Batu, Sikawang dan Bau-bau. Selanjutnya pada tanggal 18 Oktober 2001 pelantikan Drs. H. Wahyu Suradiharja sebagai Pejabat Wali Kota Tasikmalaya oleh Gubernur Jawa Barat dilaksanakan di Gedung Sate Bandung.

Melalui Surat Keputusan No. 133 Tahun 2001, tanggal 13 Desember 2001 Komisi Pemilihan Umum membentuk Panitia Pengisian Keanggotaan Dewan Perwakilan Rakyat Kota Tasikmalaya (PPK-DPRD), selanjutnya pengangkatan anggota DPRD Kota Tasikmalaya disahkan melalui Keputusan Gubernur Jawa Barat, No. 171/Kep.380/Dekon/2002, tanggal 26 April 2002, dan pada tanggal 30 April 2002 keanggotaan DPRD Kota Tasikmalaya pertama diresmikan. Kemudian pada tanggal 14 November 2002, Drs. H. Bubun Bunyamin dilantik sebagai Wali Kota Tasikmalaya, sebagai hasil dari tahapan proses pemilihan yang dilaksanakan oleh legislatif.

Sesuai Undang-Undang No. 10 Tahun 2001 bahwa wilayah Kota Tasikmalaya terdiri dari 8 Kecamatan dengan jumlah Kelurahan sebanyak 15 dan Desa sebanyak 54, tetapi dalam perjalanannya melalui Perda No. 30 Tahun 2003 tentang perubahan status Desa menjadi Kelurahan, desa-desa di lingkungan Pemerintah Kota Tasikmalaya berubah statusnya menjadi Kelurahan, oleh karena

itu maka jumlah kelurahan menjadi sebanyak 69 kelurahan, sedangkan untuk kecamatan bertambah menjadi 10 kecamatan, yaitu: Bungursari, Cibeureum, Cihideung, Cipedes, Indihiang, Kawalu, Mangkubumi, Purbaratu, Tamansari, dan Tawang.

Penduduk Kota Tasikmalaya hingga akhir Juni 2020 berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2020

Kelompok Umur (Tahun)	2020		
	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4	31378	29926	61304
05-09	30665	29424	60089
10-14	31028	29941	60969
15-19	31481	31572	63053
20-24	28826	28126	56952
25-29	26847	26302	53149
30-34	26639	25559	52198
35-39	25212	25089	50301
40-44	23653	23305	46958
45-49	20957	20810	41767
50-54	17057	17342	34399
55-59	14085	14231	28316
60-64	10082	10366	20448
65+	15502	18581	34083
Jumlah	333412	330574	663986

Sumber: BPS Kota Tasikmalaya. 2020

Pada tahun 2020, jumlah penduduknya mencapai 663.986 jiwa dengan luas wilayah 171,61 km² dan sebaran penduduk 38,692 jiwa/km². Penduduk terbanyak

berada pada rentang usia remaja (15 – 19 tahun) sebanyak 9,50%, dan penduduk paling sedikit berada pada rentang usia (60 – 64 tahun) sebanyak 3,08%. Saat ini Kota Tasikmalaya menjadi pusat bisnis, pusat perdagangan dan jasa, serta pusat industri di priangan timur. Priangan Timur dan selatan yakni membentang dari Kota Banjar di ujung timur Jawa Barat, Kabupaten Ciamis, Kabupaten dan Kota Tasikmalaya, Kabupaten Garut, Kabupaten Sumedang, Kabupaten Cianjur, Kabupaten dan Kota Sukabumi di ujung barat Jawa Barat, Wilayah priangan timur dan selatan ini mencapai 40% total keseluruhan wilayah Jawa Barat, itu artinya sepertiga lebih dari pusat perekonomian yang ada di Jawa Barat berada di Kota ini. Oleh karena itu, sangat cocok bagi para investor baik itu bidang perhotelan, sarana dan prasarana, pusat perbelanjaan untuk menanamkan modalnya di kota priangan timur ini. Kota Tasikmalaya membuka peluang yang sebesar - besarnya bagi para investor untuk berinvestasi di kota ini. Kota Tasikmalaya sendiri berpenduduk sekitar 663.986 jiwa, sehingga sangat potensial untuk dijadikan pangsa pasar investasi.

Kota Tasikmalaya terletak di jalur utama selatan Pulau Jawa di wilayah provinsi Jawa Barat. Kota ini juga memiliki perkembangan yang lebih baik dibandingkan kota-kota besar lainnya yang cenderung stagnan atau jalan di tempat tanpa ada pembangunan yang berarti atau signifikan. Oleh karena itu, para investor baik itu investor lokal maupun asing yang akan menanamkan modalnya perlu melihat kota ini sebagai salah satu kota yang sangat potensial dan strategis untuk mengembangkan usaha. Bagi para investor lokal yang akan melakukan ekspansi atau perluasan cabang dapat menjadikan kota ini sebagai salah satu pilihan terbaik.

Bagi investor asing yang akan menanamkan modalnya di Indonesia, kota ini dapat dijadikan basis usaha baru. Di Indonesia, kawasan potensial saat ini harus dikembangkan ke daerah-daerah sehingga pembangunan dapat lebih merata, saat ini kawasan industri hanya terpusat di Jabodetabek, Surabaya, Semarang dan Bandung, hal ini dapat menyebabkan kawasan tersebut menjadi jenuh dan tidak terkendali. Oleh karena itu, kota ini dengan tangan terbuka membuka kesempatan yang sangat besar bagi para investor untuk menanamkan modalnya di kota ini. Bidang-bidang yang sangat potensial di kota ini di antaranya adalah bidang perhotelan, perbankan, pusat perbelanjaan baru, pusat pendidikan, pusat wisata belanja dan pusat industri. Sebagai kota besar yang berkembang pesat dan kota yang memiliki segudang potensi alam, pusat belanja dan oleh-oleh, pusat budaya maupun seni, sebagai tempat perhelatan acara-acara akbar seperti festival, kejuaraan nasional, pusat kuliner, dan tujuan pendidikan utama, kota ini masih minim jumlah hotel yang representatif dibandingkan kota-kota besar lainnya, oleh karena itu bidang perhotelan sangat cocok untuk dikembangkan di kota ini. Kota Tasikmalaya masih membutuhkan banyak jumlah hotel baru untuk lebih memajukan geliat ekonomi di kota ini. Tasikmalaya memiliki berbagai potensi yang belum dikembangkan secara maksimal misalnya industri bordir yang sudah mendunia, tetapi sekarang pemerintah kota mulai membuat suatu tempat pameran bordir untuk para pengrajin Tasik, yang berlokasi di Kawalu.

2. Sejarah Etnis Tionghoa di Indonesia

Etnis Tionghoa diperkirakan sudah ada di Indonesia sejak abad ke 5, yaitu sejak adanya kunjungan Fa-Hsien, seorang biksu Budha (Djie dalam Sitorus, 2018):

1). Etnis Cina datang khususnya ke wilayah tanah air Indonesia, dan wilayah Asia Tenggara jauh sebelum Indonesia merdeka, secara umum kedatangan mereka sebagai perantau yang mempunyai tujuan utamanya adalah untuk mengadu nasib atau dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya agar menjadi lebih baik. Mereka berbaur dengan masyarakat pribumi dengan berprofesi sebagai petani, kuli dan ada juga yang berdagang.

Setelah Indonesia merdeka, Presiden pertama RI, Soekarno menganggap etnis Tionghoa merupakan satu kesatuan atau merupakan bagian dari bangsa Indonesia, hal ini dikarenakan mereka datang sudah lama, dan kebanyakan sudah merupakan keturunan atau sudah lahir di sini. Presiden Soekarno memberikan pernyataan bahwa etnis keturunan Cina sudah termasuk dalam suku Indonesia, sebutan peranakan Cina adalah untuk mereka, yaitu orang Cina yang lahir di Indonesia dan sudah menggunakan bahasa Indonesia.

Menurut Nurcahyo (2016: 12), kata Tionghoa atau *tionghwa* sebenarnya merupakan istilah yang dibuat oleh orang keturunan Cina di Indonesia, yang berasal dari kata *Zhonghua* dalam Bahasa Mandarin. Wacana *Cung Hwa* atau Tionghoa pertamakalinya dikemukakan secara umum pada Tahun 1900-an di Indonesia, dengan didirikannya THHK (*Tiong Hoa Hwee Koan*/"*Tjung Hwa Hwei Kwan*"/*Zhonghua Huiguan*). Pada masa itu masyarakat pribumi menyebut etnis Tionghoa di Indonesia (Hindia Belanda) dengan sebutan "*Orang Tjin*."

Istilah Tionghoa dan kemudian Tionggok mulai dikenal seiring dengan bangkitnya rasa nasionalisme di kalangan Tionghoa di Hindia Belanda pada dekade kedua abad ke 20. Penggunaan istilah Tionghoa sangat erat kemudian dengan

penggunaan istilah Zhonghua di daratan Tiongkok, di mana Zhonghua dalam dialek Hokkian dilafalkan sebagai Tionghoa di Hindia Belanda. Melalui THHK dan sekolah-sekolahnya dan juga pres, istilah Tionghoa kemudian disebarluaskan ke seluruh lapisan masyarakat. Hal ini kemudian menjadikan masyarakat mulai mengenal istilah Tionghoa. Istilah lama Tjina (Cina) mulai dianggap sebagai istilah yang berkaitan dengan status rendah dan menjadi target gerakan nasionalis Tionghoa. Dalam konteks tersebut, orang Tionghoa di Hindia Belanda akan merasa dihina (Nurcahyo, 2016: 15).

Pada masa kolonial etnis Tionghoa diposisikan secara sosiologis sebagai golongan perantara, mereka mempunyai peras dalam akses ekonomi dan perdagangan (Ginting, 2012: 27). Sejarah mencatat bahwa etnis Tionghoa banyak berkiprah dalam hal perdagangan. Kegiatan berdagang yang dilakukan membuat mereka status ekonomi mereka meningkat, dan ketika status ekonomi mereka mulai meningkat, mengakibatkan adanya perbedaan yang mencolok antara etnis Tionghoa dengan masyarakat pribumi. Selanjutnya etnis Tionghoa dengan status ekonomi yang meningkat ini mendatangkan istri, anggota keluarga dan kerabatnya dari negara Tiongkok dengan kapal (pada saat itu transportasi kapal sudah ada).

Memasuki era orde batu, ruang gerak orang Tionghoa sangat dibatasi melalui kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, mereka hanya dialihkan ke sektor ekonomi, dan larangan lainnya adalah tidak boleh melaksanakan perayaan yang menurut kebudayaan asli mereka, namun dengan adanya kebijakan-kebijakan tersebut berdampak pada etnis Tionghoa yang hanya dibatasi bergerak dalam bidang ekonomi membuat mereka semakin dominan dalam bidang ekonomi, dan

secara tidak langsung memisahkan mereka dengan masyarakat pribumi asli Indonesia, sehingga memunculkan opini di masyarakat bahwa etnis Tionghoa adalah kumpulan orang kaya, dan selanjutnya dengan kekuatan ekonomi pula banyak diantara etnis Tionghoa membuka akses serta hubungan dengan pihak penguasa guna melancarkan bisnis mereka dengan mendapat berbagai ijin dan perlindungan bagi bisnisnya.

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono melalui Keppres No 12/2014 tertanggal 14 Maret 2014 mencabut dan menyatakan bahwa Surat Edaran Presidium Kabinet Ampera Nomor SE-06/Pred.Kab/6/1967 tanggal 28 Juni 1967 tidak berlaku. Presiden SBY menilai, pandangan dan perlakuan diskriminatif terhadap seseorang, kelompok, komunitas dan/atau ras tertentu pada dasarnya melanggar nilai atau prinsip perlindungan hak asasi manusia. Selanjutnya, dengan berlakunya Keppres tersebut, maka semua kegiatan penyelenggaraan pemerintahan dan penggunaan istilah orang dari atau komunitas "Tjina/China/Cina" diubah menjadi orang dan/atau komunitas "Tionghoa". Penyebutan "Republik Rakyat Cina" diubah menjadi "Republik Rakyat Tiongkok".

Bersamaan dengan hadirnya orang-orang Tiongkok yang diundang sendiri oleh etnis mereka yang sudah merasa kuat di bidang ekonomi, menyebabkan komunitas mereka hidup berkumpul dalam suatu wilayah dan untuk selanjutnya membentuk perkampungan sendiri, dan tanpa disadari dengan kehadiran mereka yang tentu saja tidak bisa berbahasa Indonesia, mereka selalu menggunakan bahasanya sendiri jika sedang berada di lingkungannya. Hal ini menjadikan sebagai

awal munculnya eksklusivisme orang Tionghoa. Dominasi ekonomi penduduk etnis Tionghoa sangat nampak sejak akhir tahun 1980an.

Kesenjangan ekonomi tampak nyata antara penduduk pribumi dan penduduk etnis Tionghoa. Penduduk beretnis Tionghoa dianggap eksklusif dan sukar menyatu dengan pribumi (Muzakky, 2016:43) Jumlah penduduk yang beretnis Tionghoa di Indonesia berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan oleh BPS (2015) yaitu berjumlah 2.832.510 jiwa atau 1,2 persen dibanding dengan etnis lainnya yang ada di Indonesia. Etnis Tionghoa di Indonesia termasuk ke peringkat 18 dari 31 etnis yang berada di Indonesia. Dari data tersebut terlihat etnis Tionghoa termasuk etnis yang minoritas dibanding etnis lainnya dalam hal jumlah. Meskipun jumlahnya sedikit tetapi 3-4% dari total penduduk di Indonesia ini yang mengendalikan bisnis swasta sekitar 80% adalah etnis Tionghoa (Goodfellow, dalam Sitorus, 2018: 14).

Pada masa Orde Baru, nama Liem Sioe Liong sangat terkenal sebagai pengusaha Cina yang bukan hanya berhasil dalam mengembangkan usaha-usaha besar strategis, tetapi juga sering dikaitkan dengan isu-isu politik (Husodo, 1985:83). Liem Sioe Liong yang dikenal dengan nama Soedono Salim pemilik Salim Group, merupakan salah satu sosok etnis Cina perantauan yang sukses mengadu untung di luar negara asalnya. Soedono Salim yang meninggalkan Cina selatan di tahun 1930-an menuju Indonesia, melalui jaringan usaha perdagangan ia bisa berhubungan erat dengan Presiden Soeharto, Keuntungan yang didapat Liem Sioe Liong dari hubungan ini adalah diperolehnya berbagai fasilitas ijin ataupun proyek untuk perusahaan Salim Group, hingga penjualannya meningkat drastis sampai \$ 9 juta tahun 1994, yang dihitung sebagai 5% pendapatan kotor domestik

Indonesia (<http://web.budaya-Tionghoa.net>). Walaupun dalam pers Indonesia nama Liem Swie Liong tidak banyak mendapat sorotan khusus, namun di dunia usaha namanya sudah tidak asing lagi (Husodo, dalam Sitorus, 2018: 3).

Perilaku hubungan jaringan kerja antara etnis Cina terbentuk karena pengalaman yang mereka lalui. Sesama migran etnis Cina dimanapun berada saling menjaga dan mereka mau menolong pendatang-pendatang baru di seluruh wilayah Indonesia, yang mereka datangi sebagai sebuah negara penuh harapan. Menurut Wertheim (dalam Nurcahyo, 2016: 14), pembagian kelas etnis Cina dengan masyarakat pribumi bersifat vertikal dalam artian sebagai sikap primordial, akibat tanggapan bahwa etnis Cina dianggap kelompok minoritas. Kompetisi antar pelaku ekonomi Cina (terutama sebagai pengusaha atau wiraswastawan) dengan masyarakat pribumi sering menjadi penyebab konflik tertutup maupun terbuka terhadap etnis Cina.

Hubungan jaringan kerja antar etnis Cina di Indonesia ini, memperkuat secara psikis anggota-anggotanya melalui hubungan bisnis dan hubungan antar komunitas Cina lainnya. Selain itu hubungan jaringan kerja ini berfungsi sebagai mediator toleransi antar etnis Cina dengan masyarakat, terutama dalam hubungan bisnis. Kuatnya hubungan jaringan kerja etnis Cina di Indonesia ini semakin meningkatkan kekuatan usaha etnis Cina. Situasi dan kondisi ini mendorong usahawan etnis Cina mendirikan usahanya sampai ke wilayah-wilayah pelosok pedesaan. Namun keadaan ini tidak menimbulkan terjadinya konflik dengan pengusaha pribumi, justru dominasi pengusaha etnis Cina pada sektor-sektor kehidupan ekonomi yang

lebih penting di kota besar yang menjadi salah satu penyebab terjadinya persaingan ketat dengan pengusaha pribumi di kelas menengah.

Skinner (dalam Nurcahyo, 2016: 16) mengatakan bahwa kekuatan kecenderungan asimilasi terutama bergantung pada keadaan daerah setempat dan faktor sosio budaya, bukan pada kualitas yang ada pada diri etnis Cina. Hal ini ditegaskan oleh Mackie bahwa: “akibat kolonialisme Belanda yang melakukan pembagian kelas warga negara Hindia Belanda , mendudukan etnis Cina di atas bangsa pribumi, mengakibatkan lambannya identifikasi etnis Cina terhadap Indonesia pada pasca awal kolonialisme Belanda”.

Walaupun kemudian proses identifikasi penuh etnis Cina sebagai orang Indonesia mengalami hambatan diskriminasi politik, ekonomi dan sosial, namun solusi asimilasi sosio budaya bukan merupakan jawaban kunci dari permasalahan ini. Hambatan-hambatan ini akhirnya menjadi alasan mengapa beberapa pelaku ekonomi dari kalangan etnis Cina mengarahkan investasi bisnisnya ke luar negeri, yang intinya mencari keamanan untuk bisnis dan kelangsungan kehidupannya.

Menurut Mackie (dalam Nurcahyo, 2016: 18), kegiatan ekonomi etnis Cina, terutama yang berjenis perusahaan konglomerat, diidentifikasi dalam 7 (tujuh) karakteristik, yaitu:

1. Mayoritas berupa keanekaragaman kepentingan, yang tidak lepas dari “*core business*”-nya, misalnya pangan.
2. Orang-orang baru sebagai pelopor pembentukan struktur konglomerasi, karena tidak semua perusahaan keluarga berlatar belakang dari perusahaan keluarga

etnis Cina yang telah mapan sebelumnya. Contohnya, Liem Sioe Liong adalah usahawan etnis Cina perantauan yang semula miskin.

3. Mempunyai hubungan dengan modal asing. Perusahaan-perusahaan etnis Cina yang mapan cenderung dipercaya oleh pihak asing daripada perusahaan pribumi atau perusahaan negara.
4. Mempunyai kepemilikan bank-bank swasta, di mana kepemilikannya dimanfaatkan untuk membantu kepentingan yang lebih luas bagi para konglomerat.
5. Investasi dilakukan bukan pada sektor pertambangan, perkebunan dan industri berat, karena sektor-sektor tersebut memiliki resiko politis dan resiko kerugian paling besar.
6. Investasi di luar negeri, terutama Singapura dan Hongkong, memiliki pertumbuhan ekonomi tinggi dan tidak terlalu besar resiko politis dan ekonominya.
7. Sebagian besar perusahaan keluarga berfungsi sebagai inti perusahaan konglomerat, walaupun kini tingkatan managernya bertumpu pada profesionalitas manager dan pekerja, tetapi tidak meminimalisir “peran” pemilik perusahaan keluarga tersebut. Ciri kegiatan bisnis etnis Cina ini terlihat dalam komposisi staf dalam perusahaannya, di mana jabatan mengambil keputusan berada di tangan kolega etnis Cina atau anggota keluarga yang dipercaya.

Ternyata ke tujuh karakteristik ini semakin memperkecil kecenderungan asimilasi penuh etnis Cina pada masa mendatang. Adanya hubungan percukongan yang semakin menjamur dan semakin meningkatnya kejayaan perilaku ekonomi di

kalangan elit etnis Cina semasa Orde Baru. Hal ini menjadikan perusahaan-perusahaan mereka sebagai perusahaan multinasional selain konglomerasi.

Sementara itu masyarakat kelas menengah pribumi belum begitu kuat dalam sektor ekonomi modern, kecuali konglomeratnya. Kondisi ini diperburuk dengan sikap beberapa birokrat atau pejabat tinggi Indonesia yang cenderung lebih menyukai kerjasama dengan etnis Cina untuk menjalankan usaha mereka, karena etnis Cina dianggap lebih berpengalaman dan kuat modal daripada pribumi. Selain itu, bekerjasama dengan pengusaha pribumi rentan resiko karena mereka umumnya beraliansi pada partai-partai politik tertentu, sementara pengusaha etnis Cina umumnya netral dalam politik. Kondisi ini yang semakin menyuburkan praktik percukongan, korupsi, kolusi dan nepotisme. Meski demikian sistem kemitraan cukong ini berubah dari waktu ke waktu tergantung pada keberuntungan bisnis Cina yang bersangkutan. Hidajat (Lukas, 2017:10) menjelaskan bahwa, justru etnis Cina “totok” yang kebanyakan para emigran lebih berhasil dibanding etnis Cina peranakan, penyebabnya etnis Cina “totok” cenderung ulet dalam segala pekerjaan dan mandiri, sedangkan etnis Cina peranakan lebih konservatif dalam usaha, yang cenderung pula lebih berminat menjadi kaum profesional daripada wiraswasta dan ada pembagian kerja dalam keluarga. Sedangkan sikap orientasinya terhadap Indonesia lebih tinggi Cina Peranakan dari pada Cina Totok.

Walaupun demikian, kegiatan ekonomi etnis Cina di Indonesia masih cenderung mengarah pada sistem patron-klien dengan beberapa pejabat pemerintah Indonesia, demi menjaga keamanan dan kesejahteraan mereka. Tetapi tak

dipungkiri kehadiran mereka membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada umumnya.

3. Etnis Tionghoa di Tasikmalaya

Keberadaan etnis Tionghoa di Tasikmalaya Jawa Barat, termasuk latar belakang aktivitas mereka saat pertama kali masuk Tasikmalaya. Etnis Tionghoa asal Tasikmalaya Oey Hong Thay yang dikutip dari Buku 'Gedenk Boek' Tahun 1933 (Noor, 2019), pertama kali orang Tionghoa tinggal di Singaparna, yang kini merupakan Ibu Kota Kabupaten Tasikmalaya. Menurut penuturun Oey Hong Thay, sekitar tahun 1870-1875 ketika Tasikmalaya (kala itu bernama Sukapura) dengan Ibu Kotanya Manonjaya dan masih di bawah Sumedang, terdapat kurir surat antara Sumedang dan Cirebon.

Seorang pengusaha kaya bernama The Tiang Seng asal Cirebon yang memiliki usaha perdagangan, ia selalu pulang pergi dari Cirebon ke Sumedang, sehingga akhirnya menjadi kerabat Pangeran Sumedang, dia mengajukan permintaan kepada Pangeran Sumedang untuk dapat berdagang di Tasikmalaya bersama Thio Boen Pang yang tidak lain menantunya sendiri, maka dimulailah usaha dagangnya itu dengan membuka toko di Singaparna, berdekatan dengan Toko Bako Cap Kereta Mesin. Thio Boen Pang yang membawa adiknya Thio Oetan menjual gambir karena penduduk Pasundan dikenal pengunyah sirih.

Selanjutnya Thio Oetan merupakan keturunan etnis Tionghoa yang pertama menetap di Tasikmalaya, dengan usaha sambil membuka jasa angkutan barang dari Tasikmalaya ke Cirebon atau sebaliknya. Jasa pengangkutan barang itu hanya menggunakan tandu berkuda dan ada juga yang jalan kaki dengan memakan waktu

sampai tiga hari. Mereka menelusuri jalan Ciawi, Panumbangan, Panjalu, Cibubuhan, Cikijing Ciamis. Perdagangan di Tasikmalaya mulai ramai, sehingga keturunan etnis Tionghoa lain berdatangan dan membuka usaha di Tasikmalaya. Namun, Thio Oetan tak lama di Tasikmalaya. Dia pindah ke Bandung karena berselisih dengan priyayi Tasikmalaya. Tasikmalaya pun semakin ramai lagi setelah dibukanya jalur kereta Cibatuan-Banjar sehingga penduduk Tionghoa bertambah menjadi 50 orang. Barang-barang dari Jakarta juga mulai masuk ke Tasikmalaya karena lancarnya jalur kereta api, termasuk barang dari Tasikmalaya seperti minyak kelapa. Lambat laun, semakin banyaklah etnis Tionghoa di Tasikmalaya. Hal ini terlihat sejak kepemimpinan Bupati Tasikmalaya ke-14 RAA Wiratanuningrat pada tahun 1913 sampai sekarang.

Seperti di beberapa daerah lainnya, etnis keturunan Tionghoa di Kota Tasikmalaya merupakan etnis minoritas, berdasarkan data BPS Kota Tasikmalaya Tahun 2020 keturunan etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya sebanyak 29.879 jiwa (4,5%), tetapi di bidang ekonomi, warga keturunan etnis Tionghoa menjadi salah satu roda penggerak perekonomian besar yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa. Dari sisi jumlah, tentunya keturunan etnis Tionghoa tidak bisa menjadi sumber daya politik yang bisa digiring suaranya untuk mendukung salah satu calon, tetapi sumber daya politik lainnya yang menyangkut finansial politik, tentunya dapat diperhitungkan untuk mempengaruhi dinamika politik lokal di Kota Tasikmalaya, mengingat beberapa toko dan perusahaan besar di Kota Tasikmalaya dimiliki oleh keturunan etnis Tionghoa yang memperluas usahanya di beberapa tempat, yakni pusat perbelanjaan (Mall), pusat hiburan, perumahan dan grosir.

4. Deskripsi Variabel yang Diteliti

a. Strategi Bisnis Etnis Tionghoa

Hasil penelitian yang mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Bourdieu (Sitorus, 2018: 8) bahwa terdapat empat jenis modal yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Modal ekonomi merujuk kepada bentuk-bentuk fisik yang dapat dilihat dan dapat dipergunakan seperti contohnya yaitu uang, rumah, dan aset lainnya. Modal sosial merujuk kepada kekuatan hubungan yang dibangun oleh seseorang kepada orang atau sekelompok orang lainnya. Contohnya adalah kepercayaan seseorang kepada orang lain. Modal kultural atau modal budaya merujuk kepada pengetahuan serta tingkah laku yang dimiliki oleh seseorang contohnya yaitu budaya berhemat.

1) Habitus

Habitus merupakan persepsi individu tentang suatu objek, apa yang ada dalam benak setiap individu. Habitus dapat dirumuskan sebagai sebuah sikap (persepsi), pikiran, dan tindakan yang diperoleh dari hasil pembelajaran maupun pengalaman pribadi. Habitus merupakan sumber motivasi untuk bergerak atau mengambil tindakan yang bersifat dinamis, dan selalu terus berubah sesuai dengan ranah atau lingkungannya.

Habitus tumbuh dalam masyarakat secara alami melalui proses sosial yang sangat panjang, terinternalisasi dan terakulturasi dalam diri masyarakat menjadi kebiasaan yang terstruktur secara sendirinya. Habitus pedagang Tionghoa yang memilih menjadi pedagang juga merupakan hasil dari proses sosial yang ditanamkan sejak dahulu yang kemudian menjadi terinternalisasi hingga sekarang

di masyarakat. Anggapan di masyarakat bahwa orang Tionghoa berprofesi sebagai pedagang juga merupakan habitus yang dikonstruksikan ke masyarakat dan direproduksi oleh masyarakat itu sendiri secara tidak sadar.

Habitus pedagang Tionghoa yang jago dalam bidang perdagangan dipengaruhi oleh konstruksi orang tua yang mengikutsertakan anak untuk berdagang. Kebiasaan tersebut membuat orang Tionghoa lebih siap dan pandai dalam berdagang. Dalam berbagai bidang bisnis atau usaha yang dijalankan, latarbelakang pendidikan yang dijalankan tidak terlalu berpengaruh terhadap bisnis yang dijalankan. Orang-orang Tionghoa memiliki habitus sebagai pedagang juga karena sejak kecil sudah diajarkan berdagang.

Secara sosiologis pengikutsertaan anak dalam berdagang sejak kecil merupakan sosialisasi yang dilakukan orangtua kepada anak hingga akhirnya cara-cara berdagang, karakter, sifat dan habitus atau kebiasaan terinternalisasi kepada anak sehingga anak menjadi tahu dan lebih pandai dalam berdagang. Anak dalam hal ini sudah memiliki pengetahuan tentang berdagang dan akan menjadi modal kultural atau modal budaya. Habitus pedagang etnis Tionghoa yaitu berdagang sejak kecil, berinvestasi dan memberikan pelayanan terbaik. Habitus mereka dipengaruhi oleh struktur yang masih direproduksi sampai sekarang bahwasanya orang Tionghoa berprofesi hanya sebagai pedagang, lalu pengaruh orangtua yang menjadi agen yang juga merupakan pedagang yang mengajarkan berdagang sejak kecil, hidup sederhana, memiliki etos kerja yang tinggi serta berinvestasi. Selain habitus, modal juga mempengaruhi dalam mendominasi seperti modal ekonomi yaitu uang, harta, lalu ditambah modal sosial seperti membangun hubungan baik

kepada distributor, pedagang lainnya yang beretnis sama dan kepada pelanggan dan ditambah dengan modal kultural yaitu bekerja keras, mengamalkan ajaran agama dan menggunakan waktu dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan HK pada tanggal 12 Maret 2020 di tokonya yang berjualan telepon seluler di jalan Nagarawangi, beliau menyebutkan meskipun etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya merupakan etnis minoritas, akan tetapi perekonomian di wilayah perkotaan memang didominasi oleh etnis Tionghoa, menurutnya hal ini hanya karena suatu kebetulan saja, dimana memang sejak zaman dulu etnis Tionghoa berdagang di wilayah perkotaan, yang mana hampir semua toko yang ada memang milik etnis Tionghoa yang sudah turun temurun dimiliki oleh keluarganya, sehingga mereka tidak perlu bersusah payah mencari lokasi yang strategis untuk melakukan usaha. Hal ini dapat dilihat di jalan-jalan utama Kota Tasikmalaya, seperti jalan KHZ Mustopha atau jalan Cihideung. mayoritas merupakan bangunan lama yang dimiliki etnis Tionghoa.

Menurut pendapat NK, hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan NK pada tanggal 12 Maret 2020 di tokonya, keberhasilan etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya dalam bidang perdagangan dikarenakan beberapa sifat dasar yang dimiliki oleh etnis Thionghoa yang sudah diajarkan oleh orang tuanya sejak kecil, sifat-sifat tersebut antara lain:

a) Prioritas Utama adalah Kepuasan Konsumen

Semua orang tak terkecuali etnis Tionghoa dalam melakukan usaha sudah pasti menginginkan dagangannya laku keras, dalam arti sangat diminati

konsumen, dan pada akhirnya tertuju pada tujuan utama, yaitu untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Menurut NK dirinya yang sudah belajar berbisnis secara otodidak dan hanya berdasarkan pengalamannya sejak kecil, bahwa orangtuanya selalu memberikan nasehat agar jangan terlalu fokus dengan keuntungan yang besar, namun yang lebih utama adalah memberikan layanan terbaik kepada setiap konsumen yang datang ke tokonya, meskipun hanya untuk bertanya-tanya tanpa membeli. Menurutnya dengan sikap yang ramah serta komunikasi yang baik, dapat menumbuhkan keakraban, sehingga konsumen merasa nyaman berbelanja di tokonya. Jadi untuk apa untung besar tetapi konsumen tidak akan datang lagi ke tokonya, dan intinya ia selalu berusaha bagaimana caranya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan harga yang murah serta barang yang berkualitas.

Hal ini dibenarkan oleh KG seorang keturunan etnis Tionghoa pemilik grosir sembako di jl. Cimulu Kota Tasikmalaya yang diwawancarai penulis tanggal 10 Agustus 2020 di tokonya, beliau menambahkan bahwa dalam berdagang jangan sekali-kali kita menipu konsumen dengan harga murah tetapi kualitas barang rendah, hal tersebut dapat membuat konsumen merasa tertipu dan kapok, sehingga tidak akan berbelanja lagi di tempat kita. Menurut KG jika kita sudah akrab dengan konsumen atau langganan, biasanya mereka sudah sangat percaya kualitas barang yang kita jual, sehingga soal harga seringkali tidak dipermasalahkan. Jika kita membuat kesalahan dengan menjual barang yang tidak berkualitas, maka mereka akan bercerita kepada saudara-saudaranya atau teman-temannya, begitu juga jika mereka puas dengan layanan kita, maka

mereka akan merekomendasikan saudara atau temannya untuk berbelanja di tempat kita.

b) Sikap Hemat Sebagai Habitus

Pembelajaran hidup hemat sudah diterapkan oleh etnis Tionghoa sejak dulu, dan sudah terjadi secara turun temurun, dimana seorang anak yang biasa hidup di toko sejak kecil melihat orang tuanya yang melayani konsumen dengan ramah, senyum, dan tidak bosan memberikan informasi tentang barang yang akan dibeli oleh konsumennya, pedagang etnis Tionghoa dapat seharian penuh berada di tokonya, walaupun sudah ada pegawai, sehingga pada saat tokonya tutup, sudah terasa lelah sehingga langsung istirahat di rumah, dengan demikian pedagang etnis Tionghoa tidak ada waktu untuk bersantai di cafe, mall atau tempat hiburan malam lainnya, dengan demikian hidupnya selalu berhemat dengan tidak mengelarkan uang sembarangan.

Menurut penuturan NK, sebenarnya kita tidak sengaja hidup hemat, namun karena tuntutan kehidupan etnis Tionghoa waktunya habis berjualan di tokonya tidak sempat keluar atau jalan-jalan, bahkan untuk makan siangpun mereka membawa bekal atau memesan catering dan makan di tokonya, sedangkan hari minggu kita pergi ke gereja, jadi jaranglah kita bersantai-santai di cafe, mall atau tempat lainnya dan walaupun malam hari ya sudah lelah dan langsung istirahat tidur.

Menurut KG, sebenarnya kalau etnis Tionghoa disebut hemat ya tidak juga, itu tergantung kepada individunya masing-masing, namun dikarenakan mayoritas etnis Tionghoa sebagai pedagang dan waktunya 8 – 12 jam berada di

toko sudah tidak sempat lagi jalan-jalan atau sekedar bersantai di tempat hiburan atau di Mall, dengan demikian ya uangnya akan utuh, dan selalu disimpan di bank, biasanya etnis Tionghoa berlibur keluar kota bersamaan dengan hari libur Islam, seperti hari lebaran, yang memang tidak ada konsumen yang datang untuk berbelanja.

2) Modal

Menurut Bourdieu (Sitorus, 2018: 26) terdapat empat jenis modal, yaitu: modal ekonomi, sosial, kultural, dan simbolik. Dalam menjalankan usaha perdagangan tentu dibutuhkan modal, dan sudah dapat dipastikan yang utama adalah modal ekonomi, artinya berbentuk uang atau investasi. Pedagang etnis Tionghoa biasanya hanya melanjutkan usaha yang telah dikelola oleh orang tua atau keluarganya, baik yang sudah berbentuk barang dagangan maupun tempat untuk berdagang, sehingga keturunan etnis Tionghoa sudah tidak lagi sulit untuk memulai usahanya dalam berdagang, dan jika memang ingin membuka usahanya di tempat yang baru, biasanya mereka hanya mencari tempat strategis terutama di daerah perkotaan, sedangkan barang dagangannya bisa diambil dari tokonya yang lama, atau dari toko lain yang sudah dikenalnya sebagai rekanan, namun ada pula keturunan etnis Tionghoa membuka usaha baru di tempat yang baru dengan jenis dagangan yang baru pula.

Seperti halnya KG seorang keturunan etnis Tionghoa pemilik grosir sembako di jl. Cimulu Kota Tasikmalaya yang diwawancarai penulis tanggal 10 Agustus 2020 di tokonya, beliau menuturkan bahwa ia membuka usahanya sendiri tanpa bantuan dari orang tua, sedangkan modalnya diperoleh dari hasil tabungannya

sendiri, dan ia tidak menyangkal bahwa ada sebagian barang dagangannya yang ia ambil dari agen atau pedagang besar sesama etnis Tionghoa dengan sistem pembayaran secara tempo, sehingga ia tidak perlu lagi meminjam modalnya ke Bank.

Lebih lanjut KG menuturkan bahwa dalam membuka sebuah usaha yang baru, unsur paling utama adalah modal dalam bentuk uang, dan kita membuka usaha seadanya dulu, apalagi dalam bidang usaha atau penjualan barang yang baru. Menurutny sebagian besar pedagang etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya yang dikenalnya menggunakan tabungan pribadi untuk memulai usaha, namun ada juga yang meminjam ke orang tua atau saudaranya. Dengan adanya modal pribadi, membuat kita tenang, karena tidak memikirkan angsuran serta bunga pinjaman, selain daripada itu dalam membuka usaha kita harus menghitung berapa besar keuntungan yang harus diperoleh, jika keuntungan bersih yang diperoleh melebihi bunga deposito Bank, maka kita boleh menjalankan usaha baru tersebut, namun jika setelah dikalkulasi ternyata untungnya di bawah bunga Bank, ya lebih baik kita masukan aja ke deposito Bank.

Berbeda pendapat dengan KG, NK menuturkan bahwa ada juga pedagang yang berniat untuk meningkatkan usahanya, namun modal sendirinya terasa kurang, maka dengan memperhitungkan segalanya secara cermat, pedagang etnis Tionghoa meminjam modal tambahan di Bank, pada awalnya modal usahanya bersumber dari diri sendiri, namun dengan melihat peluang yang ada dan dengan segala pertimbangannya, untuk meningkatkan usahanya NK memberanikan diri untuk mengajukan pinjaman ke bank, karena kondisi ekonomi keluarga yang kurang,

tidak memungkinkan ia memakai modal dari tabungan pribadi, karena kalau pakai tabungan pribadi ya tidak cukup, jadi harus pinjam dari bank.

3) Ranah atau Arena

Dalam dunia usaha pasti ada pengalaman untung ruginya, terutama pada saat membuka usaha baru, yang sudah tentu masih sulit mencari pelanggan, hal ini dikarenakan persepsi yang sudah mengakar budaya di masyarakat Indonesia, jika percaya pada satu toko sulit rasanya untuk pindah ke toko lain, walaupun ada toko baru yang menawarkan barang yang lebih bervariasi dengan harga di bawah toko langganannya, namun tetap saja sulit mengubah persepsi yang ada di masyarakat. Dengan demikian untuk pedagang yang baru memulai usaha harus memperbanyak promosi untuk menarik pelanggan barunya, hal ini berlaku juga untuk pedagang etnis Tionghoa, dimana terasa sulit pada masa-masa awal pembukaan usaha baru.

Berdasarkan penuturan KG, iapun mempunyai pengalaman demikian, dimana sebelumnya ia ikut dalam usaha orangtuanya di Jl. Pasar Wetan, namun ia mencoba memberanikan diri untuk membuka usaha baru di Jl. Cimulu, namun dengan jenis usaha yang sama, tetap saja merasa sulit pada mulanya, karena masyarakat di Kota Tasikmalaya sudah terbiasa berbelanja di daerah sekitar jl. Cihideung, Jl. Pasar Wetan dan sekitarnya sejak lama, hal ini membuat usahanya agak sulita pada masa-masa awal membuka usaha di Jl. Cimulu. Namun berkat kegigihan dan kesabarannya, akhirnya sekarang dia sudah memiliki pelanggan tetap, bahkan pelanggan yang biasa berbelanja ke toko orangtuanya beralih berbelanja ke tokonya dengan alasan lebih dekat dengan tempat tinggalnya.

Lain halnya dengan NK, sejak lama orangtuanya menjual barang-barang elektronik, namun sepeninggal orangtuanya ia berpikir untuk mencoba merubah jenis barang yang biasa dijual ayahnya dengan berjualan telepon seluler, hal dikarenakan ia mempunyai pandangan bahwa untuk masa kini setiap orang sangat membutuhkan telepon seluler dan dengan seiring cepatnya model baru muncul, maka ia pikir menjual telepon seluler lebih cepat dibandingkan dengan menjual barang elektronik lainnya, disamping ukuran barangnya yang kecil, sehingga tidak membutuhkan tempat yang luas untuk memajang barang dagangannya, selain itu kebetulan di jl. Garawangi saat ini menjadi tempat berkumpulnya pedagang telepon seluler, sehingga menumbuhkan persepsi masyarakat Kota Tasikmalaya untuk membeli telepon seluler di jl. Garawangi dikarenakan banyak alternatif pilihan dengan harga yang bersaing.

Dengan demikain dalam membuka usaha penting dilihat ranah atau arena tempat kita berdagang, hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakat yang sulit beralih ke toko lain jika sudah terbiasa menjadi pelanggan pada toko tertentu, selain itu harus pula dilihat jenis barang yang diperjualbelikan, seperti pedagang telepon seluler yang berjualan di pasar Cikurubug, sudah tentu pasar merupakan area penjualan sayuran serta bahan pokok lainnya, sehingga kurang pas rasanya jika berjualan telepon seluler di pasar Cikurubug.

4) Sikap dan Etos Kerja

Etos merupakan ciri khas atau karakteristik individu, cara hidup sebuah label di masyarakat bahwasanya etnis Tionghoa dilahirkan hanya untuk menjadi pedagang. Bakat ini tidak bisa diperoleh secara cepat, melainkan kebiasaan

seseorang, etos kerja mempunyai arti sebagai gambaran cara bertindak dari seseorang sebagai sikap yang mendasar pribadi dan direfleksikan dalam kehidupannya. Etnis Tionghoa terkenal dengan keahliannya dalam dunia perdagangan, dan sudah menjadi melalui sebuah usaha dengan proses waktu yang lama.

Etnis Tionghoa terkenal sebagai pekerja keras, khususnya dalam bidang perdagangan, hal ini dapat dilihat pada toko etnis Tionghoa, walaupun sudah ada pegawainya, namun si pemilik toko tetap saja berada di toko bahkan membantu penjualannya selama tokonya masih buka, dan berkat kerja keras dan keuletannya dalam bisnis, tentunya akan memperoleh hasil yang maksimal. Sikap atau etos kerja yang diterapkan oleh etnis Tionghoa dalam berbisnis adalah, mereka tidak menyia-nyiakan waktunya untuk sekedar bermain, dan sangat berhati-hati dalam segi pengeluaran materi, tidak senang dengan pemborosan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan NK, ia menyatakan karakteristik keturunan etnis Tionghoa sudah terbentuk secara alami dikarenakan kebiasaan dalam keseharian hidupnya, seperti dirinya sejak kecil sudah bermain di toko orangtuanya, dimana tempat usaha sekaligus sebagai tempat kediaman, sehingga mau tidak mau yang sehari-hari berada di toko. Menurutnya kalau dibanding etnis Tionghoa sebagai pekerja keras, ya tidak juga, hal tersebut karena terbentuk dengan sendirinya dikarenakan kebiasaan, selain itu hingga sekarang keturunan etnis Tionghoa berprofesi kurang tertarik dengan profesi lainnya seperti menjadi PNS atau guru, hal ini dikarenakan memang sudah sejak zaman orde lama kegiatan etnis Tionghoa dibatasi, dan mereka berpikiran daripada repot dengan profesi baru ya

lebih baik melanjutkan usaha lama yang sudah dirintis orang tua, dimana sudah terjalin hubungan baik dengan pelanggan maupun pedagang grosir di Jakarta, sehingga jika memerlukan barang tinggal menghubunginya tanpa harus bertatap muka.

Hal ini dibenarkan oleh KG, beliau menambahkan bahwa persepsi masyarakat yang bilang keturunan etnis Tionghoa sebagai pekerja keras atau ulet, itu dikarenakan mungkin masyarakat melihatnya sejak ia kecil diajak orangtuanya untuk membeli barang pada satu toko tertentu, dan memang hingga dia dewasa toko tersebut masih saja menjual barang yang berjenis sama, namun yang berdagang adalah anaknya sepeninggal orangtuanya. Sebagai pekerja keras ya karena masyarakat melihat etnis Tionghoa betah berlama-lama di toko hingga 10 – 12 jam per hari, ya memang karena toko itu sekaligus menjadi rumahnya jadi ya selalu ada, Cuma memang kita jarang tutup dikarenakan kita punya prinsip jika tutup lama, pelanggan akan beralih ke toko lain. Disamping itu sikap etnis Tionghoa yang sudah menjadi prinsip dalam hidupnya adalah kita jangan ambil keuntungan terlalu banyak, tetapi untung sedikit dengan jumlah pelanggan yang banyak, dan prinsip kita yang lainnya adalah harus selalu bersikap ramah, sopan terhadap pelanggan dengan menjual barang yang berkualitas.

b. Analisis Ekonomi Politik Bisnis Etnis Tionghoa

Berdasarkan teori ekonomi politik Keynesian yang berpandangan bahwa dalam urusan pasar negara dibutuhkan hanya untuk mencegah resesi ekonomi akibat rendahnya agregat permintaan, jika negara dibiarkan diam maka selamanya resesi secara periodik akan muncul, karena persoalan rendahnya agregat permintaan

tersebut bersifat sistematis. Pemikiran ini dengan terang memberikan ilustrasi, bahwa negara dalam momen tertentu harus bertindak untuk menghindari kegagalan pasar. Tujuan dari tindakan ini untuk memulihkan kembali aktivitas ekonomi, sehingga tingkat kehidupan dan kesejahteraan rakyat dapat terus berlangsung. Intervensi pemerintah lebih banyak untuk stabilitas ekonomi, yaitu dengan memanipulasi permintaan agregat, memperkuat sektor keuangan, dan stabilitas harga, sebagian besar hal itu dilaksanakan untuk memanfaatkan kebijakan fiskal pemerintah. Berdasarkan teori ekonomi politik tersebut, artinya Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah hanya mempunyai fungsi sebagai kontrol harga pasar dan ketersediaan barang, dengan demikian Pemerintah tidak mengatur mekanisme maupun individu pelaku bisnis tertentu.

Dengan adanya UU No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan dan UU No. 40 Tahun 2008 Tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis saat ini masyarakat keturunan etnis Tionghoa di Indonesia dewasa sudah merasa mempunyai kesempatan yang sama untuk melaksanakan aktivitas yang berkaitan dengan kehidupan mereka sebagai warga negara, seperti penduduk etnis lainnya di KTP mereka sudah tidak ada lagi tulisan wagra keturunan, namun tetap sebagai warga Negara Indonesia sama seperti penduduk pada umumnya, etnis Tionghoa pun sudah diberika hak penuh untuk mengikuti pemilihan umum, beribadah sesuai kepercayaan, dan bebas memilih sekoalh utnuk anak-anaknya.

Hal ini berdampak pada pergaulan serta hubungan sosial antara masyarakat keturunan etnis Tionghoa dengan kelompok etnis lainnya, sehingga dewasa ini masyarakat Tionghoa sudah banyak yang menjadi pemeluk agama-agama yang

diakui negara seperti Budha, Islam, Kristen Protestan dan Katolik. Orang-orang Tionghoa di Tasikmalaya seperti orang-orang Tionghoa yang ada di daerah-daerah lain di Indonesia, pada umumnya melaksanakan ritual-ritual yang berkaitan dengan pemujaan Budha dan Kong Fu Chu. Hal ini diperkuat dengan dukungan yang diberikan oleh Abdurrachman Wahid sebagai Presiden Indonesia ke 4 (1999-2001) yang memberikan kebebasan bagi warga Tionghoa untuk mengekspresikan diri dan mengesahkan Kong Hu Cu sebagai aliran kepercayaan yang dianut oleh etnis Tionghoa menjadi agama yang diakui di Indonesia.

Partisipasi etnis Tionghoa dalam bidang politik saat ini sudah terlihat setelah pengesahan RUU Kewarganegaraan menjadi Undang-Undang Kewarganegaraan pada tanggal 11 Juli 2006, dimana dengan adanya UU ini masyarakat keturunan etnis Tionghoa lebih leluasa untuk terjun aktif dalam berpolitik. Pemerintah Indonesia juga telah menetapkan adanya Kantor Kesatuan Bangsa, Perlindungan Masyarakat dan Politik berdasarkan PP Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan, Pemerintahan Daerah Propinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota. Kantor Kesatuan Bangsa, Perlindungan Masyarakat dan Politik dalam Pasal 3 memiliki fungsi sebagai berikut: 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang Kesatuan Bangsa, Perlindungan masyarakat, dan Politik; 2) Pemberian dukungan atas penyelenggaraan Pemerintahan Daerah di Bidang Kesatuan Bangsa, Perlindungan masyarakat, dan Politik; 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang Kesatuan Bangsa, Perlindungan masyarakat, dan Politik; 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati/Walikota sesuai dengan tugas di bidang Kesatuan Bangsa, Perlindungan masyarakat, dan Politik. Lahirnya UU No. 12

Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan dan UU No. 40 Tahun 2008 Tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis adalah landasan dari upaya dan komitmen pemerintah untuk memberikan perlindungan, kepastian, dan kesamaan kedudukan di dalam hukum pada semua warga negara untuk hidup bebas dari diskriminasi ras dan etnis. Dengan adanya Undang-Undang ini jaminan untuk etnis Tionghoa turunan semakin besar untuk terlibat dalam berbagai bidang di masyarakat.

Dengan berlakunya UU No.40 Tahun 2008 memberikan angin segar bagi etnis Tionghoa dalam bisnis di Indonesia, dengan UU ini sekaligus menghapus Peraturan Presiden di tahun 1960, No. 10/1959 yang melarang etnis keturunan Tionghoa untuk melakukan perdagangan di daerah-daerah pelosok, saat ini dapat dilihat banyaknya kemitraan yang dibangun oleh etnis Tionghoa dengan masyarakat pribumi untuk berdagang di pelosok-pelosok Indonesia, seperti kemitraan dalam mini market Alfa Mart, Indomaret dan lain-lain, walaupun mereka tidak terjun langsung ke pelosok untuk melakukan usaha namun mempunyai andil dalam memajukan wilayah pedesaan dengan melakukan mitra bisnis dengan masyarakat setempat.

Selain itu Instruksi Presiden Habibie No.6/1998 yang menyatakan istilah pri dan non-pri tidak lagi digunakan dalam kebijakan resmi pemerintahan dan bisnis serta Keputusan Presiden Abdurachman Wahid No. 6 tahun 2000 yang menolak pembatasan praktek-praktek budaya dan tradisi Cina pada tempat pribadi (Keputusan No.14, 1967), dengan demikian pada masa reformasi Pemerintah telah memberikan kalangan Cina Indonesia ruang sosial dan politik untuk mengekspresikan identitas budaya mereka.

Pada kenyataannya, di Kota Tasikmalaya tidak banyak etnis Tionghoa yang berpolitik, namun dengan adanya modal serta kepentingan mereka dalam berbisnis, mereka hanya mendukung calon Walikota/Wakil Walikota maupun calon anggota legeslatif yang dianggapnya dapat membuat kebijakan-kebijakan yang dapat memperluas dan meningkatkan bisnis mereka di Kota Tasikmalaya.

Salah satu keturunan etnis Tionghoa yang berkiprah di bidang politik di Kota Tasikmalaya adalah Ir. Tjahya Wandawa dari Partai Nasdem, beliau lahir di Surakarta tanggal 2 Agustus 1962. Pada periode 2014 – 2019 ia terpilih menjadi anggota DPRD Kota Tasikmalaya dari Daerah Pemilihan 1 Kota Tasikmalaya (Kec. Cihideung – Kec. Tawang – Kec. Bungursari) dan bertugas pada Komisi II. Pada Pemilu 2019 dengan partai dan Daerah Pemilihan yang sama beliau terpilih kembali menjadi anggota DPRD Kota Tasikmalaya dengan memperoleh 1.559 suara, dimana Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pemilihan Legislatif dan Pemilu Presiden RI 2019 untuk Kota Tasikmalaya ditetapkan sebanyak 483.068 pemilih. Dengan rincian 243.495 pemilih laki-laki dan 239.573 pemilih perempuan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis pada tanggal 22 Juni 2020 dengan Ir. Tjahya Wandawa di rumahnya Jl. Cihideung Balong No.47 RT 01/10 Kel. Nagarawangi Kec. Cihideung Kota Tasikmalaya, beliau menyatakan bahwa sebenarnya ia sudah mengikuti pemilihan calon legislatif di Kota Tasikmalaya sejak Pemilu tahun 2004, namun baru terpilih menjadi anggota DPRD Kota Tasikmalaya pada Pemilu tahun 2014 dan bertugas pada Komisi II, Pemilu tahun 2019 merupakan periode kedua ia sebagai anggota DPRD Kota Tasikmalaya dan bertugas sebagai anggota pada Komisi II. Ia mengakui bahwa memang sulit

untuk dapat terpilih menjadi anggota DPRD di Kota Tasikmalaya, hal ini dibuktikan dengan kegagalannya sebagai Caleg pada Pemilu 2004 dan Pemilu 2009. Ia mengatakan kegagalan tersebut menurutnya dikarenakan ia sebagai keturunan etnis Tionghoa, dan beragama Kristen Protestan, yang mana sejak dulu Kota Tasikmalaya dikenal sebagai kota santri, namun saat ini masyarakatnya sudah memahami, dan mengerti akan pentingnya toleransi beragama bagi keutuhan NKRI.

Beliau menyatakan bahwa saat ini kekuatan politik di Kota Tasikmalaya sudah mulai bergeser, dimana sejak dulu dengan julukan kota santri, Kota Tasikmalaya didominasi oleh kekuatan politik dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) baik untuk Pemilihan Walikota maupun dalam Pemilihan Calon Legislatif. Pada Pemilu tahun 2019, Partai Gerindra menempati urutan pertama dengan meraih 10 kursi, disusul oleh PPP yang meraih 9 kursi, sedangkan PDI Perjuangan, PAN dan Partai Golkar masing-masing memperoleh 5 kursi di DPRD Kota Tasikmalaya. Partai Nasdem sendiri hanya memperoleh kursi, yaitu hanya dirinya yang terpilih dari 10 bakal caleg yang diusung partai Nasdem.

Kiprahnya dalam organisasi sudah tidak diragukan lagi, Ir. Tjahya Wandawa yang mempunyai seorang istri dan tiga orang anak ini, mempunyai visi "Hidup Harus Penuh Arti dan Berarti Bagi Sesama", beliau sudah aktif dalam organisasi sejak ia kuliah di Yogyakarta, dengan menjabat sebagai Ketua Senat dikampusnya, adapun jabatan dalam organisasi di Kota Tasikmalaya yang ia pernah ikuti antara lain:

1. Ketua Bamag 4 Kota Tasikmalaya, tahun 2002 - 2010

2. Wakil Ketua FKUB, tahun 2008 – 2010
3. Ketua Kadin Bidang Organisasi, tahun 2009 – 2013
4. Ketua Kadin Bidang Dana Usaha, tahun 2003 – sekarang
5. Sekretaris PHRI, tahun 2010 – 2014.
6. Ketua Yayasan Penabur, tahun 2010 – 2014
7. Penasehat GRANAT, tahun 201 – sekarang
8. Wakil Ketua Partai Nasdem Kota Tasikmalaya, tahun 2012 – sekarang.

Dengan melihat banyaknya pengalaman dalam organisasi yang ia ikuti, memang sudah pantas ia terpilih menjadi anggota DPRD Kota Tasikmalaya, dikarenakan banyaknya masyarakat Kota Tasikmalaya yang sudah mengenal figurnya, sehingga pada saat kampanye ia banyak didukung oleh relawan, terutama dari golongan keturunan etnis Tionghoa yang ada di Kota Tasikmalaya. Pengalaman bisnis yang dialaminya juga sudah cukup mumpuni, diantaranya kedudukan beliau sebagai General Manajer Hotel Mangkubumi sejak tahun 2006 hingga sekarang.

Sebagai anggota DPRD Kota Tasikmalaya dari keturunan etnis Tionghoa, iapun tidak segan mengajak rekan-rekannya dari etnis Tionghoa untuk turut memajukan Kota Tasikmalaya, hal ini dibuktikan dengan adanya Yayasan Bhakti dan PTT dimana beliau merupakan salah satu pengurus kedua organisasi tersebut, bersama dengan komunitas etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya. Komunitas etnis Tionghoa yang ada di Kota Tasikmalaya ini belum banyak bergerak dalam dunia politik, dan masih sebatas kegiatan sosial karena kepeduliannya sebagai bagian dari warga Kota Tasikmalaya. Dengan jabatannya sebagai anggota DPRD Kota

Tasikmalaya, ia seringkali berkumpul dengan etnis Tionghoa yang ada di Kota Tasikmalaya untuk mensosialisasikan program-program Kota Tasikmalaya yang dapat diikuti oleh keturunan etnis Tionghoa.

Kegiatan sosial yang dilakukan keturunan etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya seperti memberikan bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan berupa pemberian sembako atau bantuan lainnya, seperti saat ini dengan adanya pandemik covid 19, masyarakat etnis Tionghoa turut ambil bagian dengan memberikan bantuan berupa hibah tanah seluas satu hektare yang diperuntukkan sebagai pemakaman orang tidak dikenal hingga korban virus covid 19. Lahan tersebut dimiliki oleh Tjandra Tjahjadi dan Tjong Djun Mien alias ko Acong, untuk menampung 1.000 makam. Lahan itu berlokasi di Kampung Cisapi, Kelurahan Gunung Gede, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya. Persiapan lahan khusus ini bertujuan agar tidak terjadi penolakan yang dilakukannya oleh masyarakat terkait meninggalnya pasien positif Covid-19, seperti yang pernah terjadi di kota-kota lain. Yayasan Bhakti bekerja sama dengan Partai Nasdem Kota Tasikmalaya, telah memberikan satu hektare lahan untuk 1.000 makam korban virus covid 19 dan orang tidak dikenal, dengan alasan beberapa makam umum kondisinya sekarang penuh.

Tjahja mengatakan tidak ingin terjadi lagi kasus penolakan jenazah positif Covid-19 yang ditolak untuk dikremasi oleh pihak krematorium. Demikian juga jenazah itu hendak dikubur juga ditolak masyarakat sekitar makam. "Memang lahan berupa perbukitan tersebut itu berdekatan dengan krematorium dan lokasi juga jauh dari pemukiman masyarakat. Dengan bencana yang terjadi sekarang ini kami

sebagai pengusaha terketuk hatinya hingga menghibahkan lahannya untuk dijadikannya sebagai tempat pemakaman bagi para korban virus korona termasuk orang tidak dikenal," ujarnya. Sementara itu, sebagai Ketua Yayasan Bhakti Kota Tasikmalaya, Tjandra Tjahjadi menambahkan yayasan telah berembug bersama agar kasus-kasus penolakan pemakaman yang pernah terjadi tidak terulang lagi.

Menurut Tjahya masyarakat Tionghoa di Kota Tasikmalaya sebagian besar sudah tidak bisa apatis lagi terhadap kegiatan-kegiatan Politik, apalagi di era otonomi daerah, karena mau tidak mau dalam era ini mereka harus bisa mewarnai dinamika politik lokal karena disitulah kepentingan mereka diakomodasikan ditingkat lokal, berbeda dengan pada saat Orde baru. Bahkan seringkali diadakan seminar yang dipelopori oleh kalangan mereka sendiri, seminar tersebut menekankan pentingnya partisipasi politik dan arahan untuk tidak Golput, bahkan menurutnya persentasenya 50% dari semua warga Tionghoa di kota Tasikmalaya sudah mempunyai kesadaran politik yang tinggi dibanding pada saat Orde Baru. Tetapi ada batasan-batasan tertentu dimana kalangan Tionghoa tidak terlalu menonjolkan diri dalam kegiatan-kegiatan politik, hanya sebatas melaksanakan hak mereka untuk menentukan pilihan di TPS, termasuk pada pemilihan Walikota Tasikmalaya. Kalaupun ada kontak-kontak dengan elite-elite politik lokal itu dilakukan secara sembunyi-sembunyi dan tidak terorganisir, artinya hanya beberapa gelintir orang Tionghoa (individu) yang melakukan lobi dan dukungan finansial untuk kepentingan ekonomi politik (jangka pendek), tetapi dia menjamin bahwa hanya dengan segelintir orang yang melakukan lobi-lobi politik, mereka bisa

mewakili kepentingan warga Tionghoa secara keseluruhan dan tidak hanya terfokus pada kepentingan ekonomi semata.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pendapat Bourdieu (Sitorus, 2018: 8) yang mengemukakan empat jenis modal, antara lain modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Modal ekonomi merupakan bentuk-bentuk fisik yang dapat dilihat dan dapat dipergunakan seperti contohnya uang, rumah, atau aset lainnya yang dapat diuangkan. Modal sosial merupakan hubungan yang dibangun oleh seseorang kepada orang atau sekelompok orang lainnya. Contohnya adalah kepercayaan seseorang kepada orang lain. Modal kultural atau modal budaya merupakan pengetahuan serta perilaku yang dimiliki oleh seseorang contohnya yaitu budaya bekerja keras, berhemat, dan lainnya.

Dominasi pedagang keturunan etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya terpengaruh dari beberapa faktor, antara lain:

1. Agama

Pola pikir, bersikap dan bertindak seseorang tentunya sangat dipengaruhi oleh ajaran agama yang dianutnya, karena agama merupakan tuntutan hidup seseorang, jika seseorang sungguh-sungguh dalam kehidupan beragama, maka ia mempunyai batas-batas tertentu sesuai dengan ajaran yang dianutnya. Setiap agama sudah tentu mengajarkan penganutnya untuk melakukan sesuatu hal yang baik serta bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Dalam agama berkerja termasuk tuntutan dan kewajiban semua orang, dan dalam agama apapun mewajibkan orang untuk bekerja keras agar hidupnya sukses dan bermanfaat.

Ukuran kesuksesan dalam agama ternyata tidak hanya sukses di dunia saja melainkan sukses di akhirat, hal ini mempunyai pengertian bahwa perilaku manusia di dunia harus baik dan bermakna bagi orang lain. Kesuksesan tidak bisa dicapai dengan berdiam diri, tetapi harus melalui proses berbagai usaha atau tindakan yang berarti, dengan karakteristik tertentu, memahami ilmu pengetahuan, kerja keras dan tingkat kedisiplinan yang tinggi akan mempunyai pengaruh terhadap kesuksesan seseorang dalam hidupnya, selain itu dengan adanya nilai-nilai agama yang ditanamkan pada pola hidupnya akan menambah ketenangan hati dalam hidupnya.

Keturunan etnis Tionghoa sangat percaya dengan keberuntungan yang akan datang dalam hidupnya, kepercayaan ini disebut *Feng Shui*. Menurut keturunan etnis Tionghoa, orang yang masih meyakini adanya *feng shui* adalah orang yang beribadah ke kelenteng. Menurut KG yang terpenting itu adalah kita harus bersikap jujur dan selalu tekun dalam bekerja, misalnya dalam menawarkan sebuah produk dengan harga yang mahal kita harus yakin dengan kualitas barang tersebut, sebagai alternatif kita bisa menawarkan barang lainnya dengan jenis yang sama dengan harga murah tetapi kualitasnya berbeda dengan yang pertama, dan itu harus diberitahukan kepada konsumen. Dalam praktiknya setiap toko keturunan etnis Tionghoa sering menyimpan rumah-rumah kecil diperuntukkan kepada roh-roh yang sering disebut dengan pekong, dan hingga saat ini mayoritas mereka masih yakin bahwa pekong dapat membawa keberuntungan bagi usahanya.

2. Budaya

Keberhasilan orang Tionghoa dalam bidang perekonomian tidak lepas dari warisan leluhurnya yang diturunkan melalui dari generasi ke generasi, sehingga

secara tanpa sadar membentuk budaya tersendiri yang bermula dari suatu kebiasaan. Adapun etos budaya kerja keturunan etnis Tionghoa dalam dunia perdagangan di Kota Tasikmalaya dipengaruhi oleh dua faktor, antara lain:

a. Kekerabatan.

Dikarenakan etnis Tionghoa merupakan etnis minoritas, serta dengan adanya komunitas-komunitas yang menyebabkan mereka berkumpul, maka hampir seluruhnya mereka saling kenal, hal ini berdampak pada perekonomian mereka, dimana dengan adanya hubungan yang baik dan saling kenal, banyak pedagang kecil etnis Tionghoa mengambil dulu barang dagangannya ke pedagang besar yang sama-sama etnis Tionghoa, mereka saling menjaga kejujuran, dengan demikian hubungan ini terjalin lama, bahkan hingga pada keturunan-keturunannya, dan yang lebih penting lagi, keturunan etnis Tionghoa yang minoritas mempunyai budaya tolong menolong yang kuat, khususnya untuk pedagang yang sudah sukses menolong pedagang yang masih kecil, sehingga mereka mengalami kesuksesan secara bersama-sama.

b. Tradisi.

Pedagang etnis Tionghoa sangat yakin dengan kepercayaan yang diberikan oleh leluhur mereka, dan hal ini sudah menjadi tradisi baginya untuk selalu menghormati para leluhurnya dengan menyimpan foto-foto atau abu jenazah leluhurnya. Tradisi lain yang tidak kalah penting guna mencapai kesuksesan adalah mereka mempunyai sifat tidak cepat merasa puas, dan masih saja berpenampilan sederhana dengan bekerja keras dan menanamkan pola hidup

hemat, dengan tidak bermalas-malasan, tidak menghambur-hamburkan uang, dan selalu menjunjung tinggi kepercayaan yang diberikan orang lain kepadanya.

3. Pendidikan

Pendidikan baik secara formal maupun non formal merupakan proses pembelajaran agar seseorang memiliki pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan kemampuan lainnya yang dapat digunakan atau diaplikasikan dalam kehidupan seseorang. Pendidikan bukan saja pemahaman terhadap ilmu-ilmu duniawi, namun juga terhadap ilmu agama yang dapat menuntun seseorang bersikap baik, jujur, disiplin serta sikap positif lainnya. Bagi keturunan etnis Tionghoa pendidikan formal tidaklah menjadi begitu penting, dikarenakan profesinya sebagai pedagang, namun pendidikan yang paling berpengaruh dalam hidupnya adalah pendidikan yang diberikan oleh keluarga, dan sudah menjadi kebiasaan bagi etnis Tionghoa, seperti cara menghitung dengan metode kuno menggunakan sempoa, yang hingga kini masih dipakai, cara berdagang, cara melayani konsumen, menjaga kejujuran dan kepercayaan yang diberikan orang lain, dan semua pembelajaran itu tidak diperoleh secara formal, tetapi melalui kebiasaan yang diterapkan dalam keluarganya hingga mengakar dalam hidupnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, pedagang Tionghoa memiliki latar belakang pendidikan yang baik, walaupun hanya sampai tingkat SMA, dalam pembelajaran berhitung, kedisiplinan dan ketekunan, mereka lebih unggul dari etnis lain, dikarenakan sudah terbiasa dilakukan di keluarganya, dengan memiliki pengetahuan, serta wawasan yang memadai, mereka dapat bersaing dalam kegiatan usahanya. Selain pendidikan pendidikan formal yang diperolehnya di

sekolah, etnis Tionghoa ini juga belajar dari pengalaman keluarganya. Keluarga pedagang Tionghoa biasanya mengajarkan sikap yang jujur, disiplin, dan kerja keras berdasarkan pengalamannya, agar di masa yang akan datang keturunannya dapat meneruskan bisnis atau usahanya dagangnya.

4. Struktur Ekonomi

Salah satu prinsip hidup keturunan etnis Tionghoa adalah selalu menerapkan pola hidup sehat dan hemat, dengan berhemat mereka dapat menabung, sehingga dapat meningkatkan usahanya, sekaligus membawa kesejahteraan bagi keluarganya. Keuntungan yang diperoleh dari usaha berdagang secara susah payah, merupakan kebanggaan tersendiri bagi mereka, dan yang terpenting adalah hasil dari keringat sendiri yang memberikan arti penting dalam kesuksesan berdagang. Kesuksesan para pedagang Tionghoa dapat terwujud dengan adanya keinginan untuk membuka lahan usaha baru, dan keinginan untuk membuka usaha baru ini dilandasi oleh pola pikir etnis Tionghoa memikirkan masa depan untuk kehidupan generasi selanjutnya.

5. Lingkungan

Keturunan etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya yang merupakan etnis minoritas membuat mereka hidup kompak, dan sebagian besar hidup mereka berprofesi sebagai pedagang atau pengusaha, jika dilihat dari tempat tinggal mereka di perkotaan yang menempati wilayah pertokoan sejak dulu secara turun menurun, yang memang sudah sangat strategis, hampir dipastikan mereka memang hidup di lingkungan pedagang, tidak ada profesi lainnya, dengan demikian setiap hari mereka belajar dari lingkungannya itu sendiri, tidak belajar bertani, berkebun, atau

lainnya tetapi hanya belajar berdagang dikarenakan sesuai dengan keberadaan lingkungan tempat tinggalnya, dengan demikian tidak heran apabila keturunan etnis Tionghoa mendominasi perekonomian di Kota Tasikmalaya, dikarenakan lingkungan tempat tinggalnya, dan mereka hanya beraktivitas seputar perdagangan saja.

Masyarakat keturunan etnis Tionghoa di Indonesia dan khususnya di Kota Tasikmalaya memang sangat mendominasi perekonomian, hal ini merupakan aset yang diperolehnya secara turun menurun dari leluhurnya, baik aset dalam bentuk modal, tempat usaha, maupun sikap dan perilaku dalam berdagang. Hasil penelitian ini mendukung teori Lie Shi Guang (2009: 19) yang menyatakan bahwa Orang Tionghoa memiliki karakteristik seperti berikut:

1. Kemauan dan keinginan yang didukung oleh tekak yang kuat untuk bekerja keras.
2. Etos kerja orang Tionghoa biasanya siap bekerja dengan jam kerja yang lebih panjang.
3. Menurut orang Tionghoa hidup adalah bekerja.
4. Memiliki pegangan bahwa orang sukses adalah orang yang memanfaatkan setiap menit yang ada.
5. Bekerja dengan penuh disiplin dan tanggung jawab.
6. Sangat senang bekerja keras dan mempersiapkan kebutuhan dan keperluan dikemudian hari.
7. Orang Tionghoa tidak pernah cepat merasa puas, sehingga mereka tidak pernah berhenti bekerja keras untuk kehidupan mereka dikemudian hari.

8. Tidak malu mengerjakan apapun asalkan pekerjaan itu halal, baik dan dilakukan dengan jujur.
9. Sangat senang untuk bekerja dengan penuh disiplin dan keteraturan.
10. Dalam menjalankan bisnisnya orang Tionghoa senantiasa menetapkan target yang ingin mereka capai dalam jangka waktu tertentu. Dengan kata lain menjadi seorang pebisnis dan pengusaha adalah target mereka.

Menjadi pedagang atau pengusaha adalah pekerjaan yang sudah dilakukan oleh orang Tionghoa sejak zaman dahulu, dengan kata lain menjadi seorang pedagang atau pengusaha itu sudah melekat pada diri setiap orang Tionghoa. Untuk memulai usaha etnis Tionghoa memiliki strategi sendiri agar bisnis dijalankan berjalan dengan lancar. Orang Tionghoa sangat percaya dengan “*Pekong*”, karena dengan adanya *pekong* di toko mereka maka usaha etnis Tionghoa akan berkembang dan banyak pengunjung. Agar usaha yang dijalankan mengalami progres atau berkembang etnis Tionghoa sangat bekerja keras dan tidak bermalas-malasan. Hasil kerja keras etnis Tionghoa terlihat dari perkembangan usahanya. Dengan semakin berkembangnya usaha yang dimiliki oleh etnis Tionghoa memampukan etnis Tionghoa untuk membuka cabang usaha yang lainnya yang tentunya menguntungkan bagi etnis Tionghoa sendiri.

Berdasarkan teori ekonomi politik Keynesian yang berpandangan bahwa intervensi pemerintah lebih banyak untuk stabilitas ekonomi, yaitu dengan memanipulasi permintaan agregat, memperkuat sektor keuangan, dan stabilitas harga, sebagian besar hal itu dilaksanakan untuk memanfaatkan kebijakan fiskal pemerintah. Berdasarkan teori ekonomi politik tersebut, artinya Pemerintah Pusat

maupun Pemerintah Daerah hanya mempunyai fungsi sebagai kontrol harga pasar dan ketersediaan barang, dengan demikian Pemerintah tidak mengatur mekanisme maupun individu pelaku bisnis tertentu.

Lahirnya UU No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan dan UU No. 40 Tahun 2008 Tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis memberikan angin segar bagi etnis Tionghoa dalam berbisnis, hal ini merupakan payung hukum bagi etnis Tionghoa untuk berbisnis di Indonesia. Partisipasi politik masyarakat Tionghoa kembali terlihat setelah lengsernya Soeharto pada 1998. Keterlibatan mereka saat itu terbagi dua: dalam politik formal dengan mencalonkan diri sebagai anggota legislatif maupun pemerintahan, serta dalam gerakan sosial. Akhir-akhir ini, jumlah Etnis Tionghoa yang menjadi anggota DPRD/DPRD atau menjadi Kepala Daerah sudah mulai nampak, salah satunya Basuki Tjahaja Purnama atau kerap disapa Ahok, yang menjadi Gubernur DKI Jakarta menggantikan Joko Widodo yang terpilih sebagai Presiden RI pada 2014, kehadiran Ahok dianggap memberikan pandangan baru bahwa etnis Tionghoa mampu memimpin masyarakat meski masyarakat Tionghoa sendiri menjadi minoritas, para pemilih pun seolah tak 'terusik' dengan keberadaan Ahok yang berlatar belakang etnis Tionghoa.

Sebenarnya keterlibatan etnis Tionghoa dalam politik lokal memang sudah terjadi sejak lama, dengan kekuatan modalnya, etnis Tionghoa berusaha mencari koneksi dengan penguasa agar dapat meningkatkan jaringan usaha yang digelutinya. Etnis Tionghoa masih sedikit yang terjun secara aktif dalam politik, baik sebagai calon legislatif maupun sebagai calon kepala daerah, hal ini dikarenakan hanya sedikit dukungan yang datang dari komunitas mereka sendiri,

terlebih tidak jarang keikutsertaan etnis Tionghoa dalam politik di Indonesia guna mempengaruhi lahirnya kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan serta memperluas bisnis mereka.

Mengenai isu yang berkembang di masyarakat tentang adanya dukungan keuangan dari beberapa pengusaha etnis Tionghoa kepada politisi baik calon anggota legislatif, maupun calon kepala daerah di Indonesia memang sudah menjadi rahasia umum, di salah satu kandidat atau calon membutuhkan dana untuk operasional dalam kampanye, di sisi lain pengusaha etnis Tionghoa mempunyai harapan jika kandidatnya terpilih, maka ia akan memperoleh proyek yang dikerjakannya atau akan memuluskan usahanya dengan kebijakan-kebijakan atau regulasi yang dapat menguntungkan bagi pihaknya. Dengan demikian dari kedua sisi mereka mempunyai harapan untuk saling memberikan keuntungan.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gehri Theresa (2017), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa etos kerja yang dimiliki pedagang Tionghoa ada enam faktor yang mempengaruhinya yaitu; agama, sosial politik, kondisi lingkungan, pendidikan, struktur ekonomi, motivasi intrinsik. Etos kerja sangat mempengaruhi bisnis pedagang Tionghoa. Dan dalam menjalankan bisnisnya orang Tionghoa juga harus bisa menentukan jenis komoditi yang ingin dijadikan usaha. Jenis komoditi juga menentukan keberhasilan usaha yang dijalankan pedagang Tionghoa. Orang Tionghoa sangat percaya dengan adanya keberuntungan atau yang sering disebut *Feng Shui*. Keberhasilan pedagang Tionghoa berdagang didapat dari warisan leluhur yang diturunkan melalui generasi ke generasi.

Berdasarkan teori ekonomi politik Keynesian dimana intervensi Pemerintah lebih banyak untuk stabilitas ekonomi, artinya Pemerintah hanya mempunyai fungsi sebagai kontrol harga pasar dan ketersediaan barang, Pemerintah tidak mengatur mekanisme maupun individu pelaku bisnis tertentu, dan dengan adanya UU No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan dan UU No. 40 Tahun 2008 Tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis memberikan angin segar bagi etnis Tionghoa dalam berbisnis. Dengan demikian etnis Tionghoa yang sudah lebih lama sebagai pelaku bisnis, dengan relasi yang sudah ada serta kuatnya hubungan kekeluargaan diantara etnis Tionghoa, dapat dengan mudah mendominasi bisnis di Indonesia khususnya di Kota Tasikmalaya.

Karakteristik etnis Tionghoa dalam mendominasi bisnis dijalankan sesuai dengan teori dari Bourdieu (Sitorus, 2018: 8) yang mengemukakan bahwa terdapat empat jenis modal yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Modal ekonomi merujuk kepada bentuk-bentuk fisik yang dapat dilihat dan dapat dipergunakan seperti contohnya yaitu uang, rumah, ponsel. Modal sosial merujuk kepada kekuatan hubungan yang dibangun oleh seseorang kepada orang atau sekelompok orang lainnya. Contohnya adalah kepercayaan seseorang kepada orang lain. Modal kultural atau modal budaya merujuk kepada pengetahuan serta tingkah laku yang dimiliki oleh seseorang contohnya yaitu budaya berhemat. Berdasarkan teori tersebut, peneliti menjabarkan hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.2
Temuan Hasil Penelitian

No	Indikator	Langkah-langkah
1.	Habitus	Etnis Tionghoa sejak dulu berprofesi sebagai pedagang, hal ini diturunkan kepada anak-anaknya, baik dalam tentang ilmu berdagang, sikap dan perilaku dalam melayani konsumen, dan pembelajaran lainnya yang tidak diperoleh dalam pendidikan formal, namun merupakan pembelajaran dalam keluarganya yang sudah menjadi kebiasaan dan membentuk pengalaman tersendiri bagi etnis Tionghoa.
2.	Modal	Sebagian besar etnis Tionghoa melanjutkan usaha yang telah dirintis oleh orang tuanya, dan jika ingin membuka usaha baru atau meningkatkan volume bisnisnya, mereka meminjam uang di Bank
3.	Ranah atau Arena	Etnis Tionghoa sangat menjaga hubungan kekerabatan, dengan demikian mereka mempunyai ikatan erat dengan pedagang-pedagang besar di kota besar, untuk selalu mendapatkan informasi tentang barang-barang baru serta harga pasaran setiap barangnya.
4.	Sikap dan Etos Kerja	Sikap perilaku dan etos kerja yang mumpuni dalam dunia perdagangan, merupakan anugrah yang diperoleh bagi etnis keturunan Tionghoa, khususnya dalam perdagangan, hal ini dikarenakan menjadi kebiasaan yang ada dalam keluarganya yang menjadi pelajaran tersendiri bagi keturunan etnis Tionghoa dalam berdagang, seperti menjaga kepercayaan yang diberikan oleh orang lain, berperilaku baik terhadap konsumen dengan berkata jujur, sopan, dan selalu siap melayani kebutuhan konsumen.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dominasi kekuatan bisnis etnis Tionghoa di Tasikmalaya disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Berdasarkan teori ekonomi politik Keynesian bahwa intervensi pemerintah lebih banyak untuk stabilitas ekonomi, artinya Pemerintah hanya mempunyai fungsi sebagai kontrol harga pasar dan ketersediaan barang, Pemerintah tidak mengatur mekanisme maupun individu pelaku bisnis tertentu, dan dengan adanya UU No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan dan UU No. 40 Tahun 2008 Tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis memberikan angin segar bagi etnis Tionghoa dalam berbisnis. Dengan demikian etnis Tionghoa yang sudah lebih lama sebagai pelaku bisnis, dengan relasi yang sudah ada serta kuatnya hubungan kekeluargaan diantara etnis Tionghoa, dapat dengan mudah mendominasi bisnis di Indonesia khususnya di Kota Tasikmalaya.
2. Etnis Tionghoa mendominasi dalam perekonomian di Kota Tasikmalaya, dikarenakan mereka sudah terlebih dahulu berdagang, dengan modal usaha secara turun temurun dan aset berupa tempat usaha yang sangat strategis di lingkungan pertokoan di perkotaan.
3. Etnis Tionghoa sangat selektif dalam memilih distributor barang, hal ini dikarenakan mereka sangat menjaga kualitas barang dagangan yang akan dijualnya, selain itu mereka hanya mengambil keuntungan tsedikit, dikarenakan mengikuti persaingan dagang, sehingga tidak mengecewakan konsumen.

4. Pedagang keturunan etnis Tionghoa menjalani pola hidup hemat, waktu mereka sebgain besar berada di tokonya untuk melayani konsumen.
5. Pedagang etnis Tionghoa sangat percaya dengan agama yang dianutnya, dan percaya adanya keberuntungan (*Feng Shui*) yang sudah menjadi tradisi dalam lingkungan mereka.
6. Dalam bidang politik, masih sedikit etnis Tionghoa yang aktif dalam partai, terbukti hanya ada satu orang keturunan etnis Tionghoa yang menjadi anggota DPRD Kota Tasikmalaya periode 2019 – 2024.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan merujuk pada kesimpulan penelitian, maka penulis merumuskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pengusaha dari etnis lainnya mengikuti pola hidup etnis Tionghoa, yaitu berhemat, jujur, dan tidak mengambil keuntungan yang besar.
2. Sebaiknya membuka usaha secara perlahan dengan modal seadanya dan jangan memaksakan diri untuk berhutang pada Bank tanpa perhitungan yang matang.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu diharapkan dapat menambahkan variabel lain dalam penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Deliarnov. 2006. *Ekonomi Politik, Mencakup Berbagai Teori dan Konsep Yang Komprehensif*. Jakarta: Erlangga,
- Fahmi. 2013. *Ekonomi Politik, Teori dan Realita*. Bandung: Alfabeta
- Fitri Amalia. 2015. *Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang*. Universitas Negeri Semarang. <https://lib.unnes.ac.id/20643/1/3401411022-S.pd>. Diakses 25 April 2020.
- Gehri Theresa. 2017. Pedagang Tionghoa di Pasar Tengah Pekanbaru (Studi kasus Jenis Komuditi Progres Bisnis). Jurusan Sosiologi - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Kampus Bina Widya Pekanbaru. JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017. <https://media.neliti.com>
- Ginting. Daniel Halomoan. 2012. *Peranan Masyarakat Tionghoa Dalam Perdagangan Perekonomian di Kota Binjai Pada Tahun 1968-2008*, JUPIIS VOLUME 4 Nomor II Desember 2012 <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=127138&val=5594>. Diakses 25 April 2020.
- Haryatmoko. 2014. *Etika politik Dan Kekuasaan*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Hidajat. 1984. *Masyarakat dan Kebudayaan Cina Indonesia*. Bandung: TARSITO.
- Husodo, Siswono Yudo. 1985. *Warga Baru (Kasus Cina di Indonesia)*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Yayasan Padamu Negeri.
- Irvan Wahab Muslim. 2019. *Perdagangan, Alasan Etnis Tionghoa Masuk Wilayah Priangan Timur*. <https://www.ayotasik.com/read/2019/05/09/2569/>. Diakses 25 April 2020.
- Kompasiana. 2017. *Etnis China Tionghoa Masih Nomor Satu Kuasai Bisnis dan Ekonomi Indonesia*. https://www.kompasiana.com/syaifud_adidharta_2/552985f2f17e61b07ed623ac/ Diakses 25 April 2020.
- Lie Shi Guang. 2009. *Rahasia Kaya dan Sukses Pebisnis Tionghoa*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Lukas S. Musianto. 2017. *Peran Orang Tionghoa dalam Perdagangan dan Hidup Perekonomian dalam Masyarakat (Studi Kepustakaan dan Studi Kasus tentang Interaksi Etnik Tionghoa dan Pribumi di Bidang Perekonomian di Surabaya)*. Universitas Kristen Petra Surabaya.

- Mackie.1991. *Peran Ekonomi dan Identitas Etnis Cina Indonesia dan Muangthai*. Jakarta: Pustaka Utama Grafika.
- Mahfud Choirul. 2012. *Manifesto Politik Tionghoa di Indonesia*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Markhamah, 2000. *Etnik Cina: Kajian Linguistik Kultural*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Muzakky, Farid. 2016. *Interaksi Sosial Etnis Tionghoa Dengan Masyarakat Pribumi Di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Noor, Yani. 2019. *Awal Masuknya Tionghoa di Tasikmalaya*. <https://daerah.sindonews.com/artikel/jabar/5071/>
- Nurchahyo, Daud Ade. 2016. *Kebijakan Orde Baru Terhadap Etnis Tionghoa*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Rendhy Sukma Jaya. 2012. *Dominasi Etnis Cina dalam Kegiatan Ekonomi di Indonesia Periode Tahun 1930 Sampai Tahun 2000*. <http://historyrendhy.blogspot.com/2012/06/> Diakses 25 April 2020.
- Sitorus, Raja Gio Gerald. 2018. *Strategi Dominasi Etnis Tionghoa dalam Arena Bisnis di Kota Pematangsiantar*. Universitas Sumatera Utara. Repositori Institusi USU <http://repositori.usu.ac.id>. Diakses 25 April 2020.
- Suyadinata, Leo. 1999. *Etnis Tionghoa dan Pembangunan Bangsa*. Jakarta: LP3ES.
- Uswantun Khasanah. 2004. *Sarana Menuju Puncak Prestasi*. Yogyakarta: Harum Yokyakarta.
- Widyahartono, Bob. 1988. *Kongsi dan Spekulasi Jaringan Kerja Bisnis Cina*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Yustika, Ahmad Erani, 2013. *Ekonomi Politik, Kajian Teori dan Analisis Empiris*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Zein, Abdul Baqir. 2000. *Etnis Cina Dalam Potret Pembauran Indonesia*. Jakarta: Prestasi Insan Indonesia. <http://web.budaya-tionghoa.net>
- Wilfa Nudiya Jannati. 2016. *Dinamika Organisasi Muslim Tionghoa: Studi Kasus Permesti Tasikmalaya*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/107112>.

Lampiran 1: Pedoman Wawancara**PEDOMAN WAWANCARA****Pertanyaan:**

5. Sudah berapa lama saudara tinggal di Kota Tasikmalaya?
6. Apa latar belakang pendidikan saudara secara formal?
7. Apa pekerjaan saudara? Jika wiraswasta dalam bidang apa?
8. Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa mayoritas sebagai pedagang di Kota Tasikmalaya?
9. Bagaimana saudara mempelajari teknik berwirausaha? dan bagaimana cara saudara mendapatkan modal usaha?
10. Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa berhasil dalam bidang perdagangan di Kota Tasikmalaya?
11. Apakah saudara tertarik dengan dunia politik? sebutkan alasannya!
12. Menurut saudara kenapa keturunan etnis Tionghoa hanya sedikit yang aktif di bidang politik?
13. Apakah saudara aktif dalam kegiatan organisasi? sebutkan nama organisasinya?
14. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh organisasi tersebut?

Lampiran 2: Hasil Wawancara

Informan : NK (38 tahun)
 Tanggal : 12 Maret 2020
 Tempat Wawancara : Toko celuler di jalan Nagarawangi

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama saudara tinggal di Kota Tasikmalaya?	Saya lahir di Kota Tasikmalaya dan sudah turun menurun entah berapa generasi keluarga saya sudah tinggal di sini
2.	Apa latar belakang pendidikan saudara secara formal?	Saya cuma lulusan SMA
3.	Apa pekerjaan saudara? Jika wiraswasta dalam bidang apa?	Saya berdagang celuler meneruskan usaha yang dirintis oleh papah saya.
4.	Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa mayoritas sebagai pedagang di Kota Tasikmalaya?	Ya mau gimana lagi, keturunan Tionghoa di Indonesia kan sulit jadi PNS atau aparat negara, atau mungkin sudah menjadi kebiasaan yang turun menurun
5.	Bagaimana saudara mempelajari teknik berwirausaha? dan bagaimana cara saudara mendapatkan modal usaha?	Sejak kecil saya hidup di toko, bermain, belajar ya di toko, sampai ya sudah menjadi terbiasa. Saya hanya meneruskan usaha papah saya, jadi ya modal papah saya
6.	Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa berhasil dalam bidang perdagangan di Kota Tasikmalaya?	Masyarakat etnis Tionghoa berjaya sampai saat ini dalam perdagangan dikarenakan meneruskan usaha orangtuanya dengan modal serta tempat usaha yang strategis di perkotaan
7.	Apakah saudara tertarik dengan dunia politik? sebutkan alasannya!	Ooh masalahnya saya tidak paham politik, dan memang kurang tertarik sih
8.	Menurut saudara kenapa keturunan etnis Tionghoa hanya sedikit yang aktif di bidang politik?	Ya mungkin karena sibuk berdagang, juga kebanyakan kurang memahami politik
9.	Apakah saudara aktif dalam kegiatan organisasi? sebutkan nama organisasinya?	Saya aktif di kumpulan remaja gereja dan sesekali mengikuti kegiatan di komunitas keturunan etnis Tionghoa Kota Tasikmalaya
10.	Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh organisasi tersebut?	Biasanya hanya memperingati hari besar keagamaan saya, dan ada juga kegiatan bidang sosial yang memberikan bantuan dalam bentuk bantuan sembako. sosial bagi masyarakat lokal yang kurang mampu

Lampiran 2: Hasil Wawancara

Informan : KG (65 tahun)
 Tanggal : 9 April 2020
 Tempat Wawancara : Toko Sembako

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama saudara tinggal di Kota Tasikmalaya?	Saya lahir di Kota Tasikmalaya, dan menurut cerita papa saya, dulu kakeknya yang pindah ke sini dari Bandung
2.	Apa latar belakang pendidikan saudara secara formal?	Saya cuma lulusan SMA
3.	Apa pekerjaan saudara? Jika wiraswasta dalam bidang apa?	Saya berdagang sembako meneruskan usaha yang dirintis oleh papah saya.
4.	Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa mayoritas sebagai pedagang di Kota Tasikmalaya?	Sudah menjadi kebiasaan yang turun menurun, mau apalagi, tempat usaha sudah ada, langganan sudah ada ya begitulah
5.	Bagaimana saudara mempelajari teknik berwirausaha? dan bagaimana cara saudara mendapatkan modal usaha?	Berdasarkan pengalaman keluarga, untuk modal usaha, saya menggunakan tabungan pribadi saya sendiri, selain itu dengan adanya hubungan baik dengan sesama pedagang etnis Tionghoa dapat mengambil dulu barang dagangan ke pedagang besar
6.	Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa berhasil dalam bidang perdagangan di Kota Tasikmalaya?	Kita punya prinsip dengan barang yang berkualitas tetapi harga murah, memuaskan konsumen, dan dalam hidup juga kita harus hemat, jangan boros, terlebih kita setiap hari buka toko, sehingga tidak kehilangan pelanggan
7.	Apakah saudara tertarik dengan dunia politik? sebutkan alasannya!	Ooh masalahnya saya tidak paham politik, dan memang kurang tertarik sih
8.	Menurut saudara kenapa keturunan etnis Tionghoa hanya sedikit yang aktif di bidang politik?	Ya mungkin karena sibuk berdagang, juga kebanyakan kurang memahami politik
9.	Apakah saudara aktif dalam kegiatan organisasi? sebutkan nama organisasinya?	Saya aktif di kumpulan remaja gereja dan sesekali mengikuti kegiatan di komunitas keturunan etnis Tionghoa Kota Tasikmalaya
10.	Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh organisasi tersebut?	Biasanya hanya memperingati hari besar keagamaan saya, dan ada juga kegiatan bidang sosial yang memberikan bantuan dalam bentuk bantuan sembako.sosial bagi masyarakat lokal yang kurang mampu

Lampiran 2: Hasil Wawancara

Informan : Bpk Tjahya (58 tahun)
 Tanggal : 21 Juli 2020
 Tempat Wawancara : Rumah Bpk Cahya

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sudah berapa lama saudara tinggal di Kota Tasikmalaya?	Saya lahir di Surakarta, dan tinggal di Tasik sejak tahun 1995
2.	Apa latar belakang pendidikan saudara secara formal?	Saya cuma lulusan S1 Teknik Sipil
3.	Apa pekerjaan saudara? Jika wiraswasta dalam bidang apa?	Sekarang saya sebagai anggota DPRD Kota Tasikmalaya pada Komisi II, usaha saya ada di bidang perhotelan dan perkebunan
4.	Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa mayoritas sebagai pedagang di Kota Tasikmalaya?	Etnis Tionghoa sejak zaman Belanda sudah banyak yang berdagang, apalagi di zaman orde baru dimana etnis Tionghoa dilarang menjadi PNS, jadi ABRI bahkan dilarang berpolitik.
5.	Meneur saudara bagaimana etnis Tionghoa mempelajari teknik berwirausaha? dan bagaimana cara mendapatkan modal usaha?	Biasanya etnis Tionghoa memang sejak dulu berdagang dan anak-anaknya tidak secara sengaja belajar karena setiap harinya berdiam di toko, sedangkan modal biasanya hanya meneruskan usaha lama yang diwariskan orangtuanya
6.	Apa yang menyebabkan etnis Tionghoa berhasil dalam bidang perdagangan di Kota Tasikmalaya?	Biasanya orang Tionghoa akan hidup prihatin sebelum dia berhasil, pandai berhitung, karena sejak kecil sudah diajari, memiliki jaringan yang luas, karena minoritas, mereka menjadi kompak
7.	Sejak kapan saudara terjun ke dunia politik? sebutkan alasannya!	Saya mengikuti Pileg sejak tahun 2004 dan mulai terpilih pada Pileg tahun 2014, saya memang senang berorganisasi sejak kuliah
8.	Menurut saudara kenapa keturunan etnis Tionghoa hanya sedikit yang aktif di bidang politik?	Mereka masih malu-malu bahkan masih ada yang takut, karena ini kan kota santri, mereka hanya cukup mendukung Calon dalam Pileg atau Pilkada agar dapat melakukan pendekatan dalam bisnisnya
9.	Apakah saudara aktif dalam kegiatan organisasi? sebutkan nama organisasinya?	Saya aktif di kumpulan komunitas keturunan etnis Tionghoa Kota Tasikmalaya dan juga saya sebagai pengurus Yayasan Bhakti yang bergerak di bidang sosial
10.	Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh organisasi tersebut?	Biasanya hanya memperingati hari besar keagamaan saya, dan ada juga kegiatan bidang sosial yang memberikan bantuan dalam bentuk

		bantuan sembako.sosial bagi mayarakat lokal yang kurang mampu
--	--	---

Dokumentasi Penelitian



Wawancara di Rumah Bpk Tjahya



Keseharian Bpk Tjahya



Wawancara dengan KG



Kegiatan Sosial Etnis Tionghoa di Kota Tasikmalaya

LAMPIRAN