



USM

ISSN: 1412-5331

MAJALAH ILMIAH

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

SOLUSI

**IBM PETERNAK SAPI/DESA SIDUREJO KECAMATAN KARANGAWEN
KABUPATEN DEMAK**
Yuli Budiati, Febriana Sofasari, Pratiwiningsih, Iswinyo - Fakultas Ekonomi Universitas
Semarang

**PENGARUH PERTUMBUHAN EKONOMI, PENDAPATAN ASLI DAERAH,
DANA ALOKASI UMUM DAN DANA ALOKASI KHUSUS
TERHADAP PENGALOKASIAN ANGGARAN BELANJA MODAL**
(Studi Kasus pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah pada
Tahun 2010-2012)
Abdul Karim - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**PERAN Otoritas Jasa Keuangan (OJK) DALAM PENGAWASAN SEKTOR
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA**
Yudhiliya Dyah Sukmadewi - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**ANALISIS PENGARUH KOMPENSASI, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA
TERHADAP KINERJA KARYAWAN**
(Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Produksi CV. Indo Karya Glassec Semarang)
Juni Mulyadi, Nurhidayati - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN D'BIMBIS CAFE TEMBALANG
SEMARANG**
Bagus Azef Syahhhil, Soedarmadi - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**PERBANDINGAN ETOS DAGANG ORANG JAWA DENGAN BUDAYA DAGANG
ETNIS CINA DALAM TANTANGAN PENINGKATAN PEREKONOMIAN
INDONESIA**
Daryono - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**ANALISIS PENGARUH DANA PIHAK KETIGA (DPK), CAPITAL ADEQUACY
RATIO (CAR), NON PERFORMING LOAN (NPL), RETURN ON ASSETS (ROA),
DAN LOAN TO DEPOSIT RATIO (LDR) TERHADAP PENYALURAN KREDIT
PADA BANK ASING YANG GO PUBLIC DI INDONESIA PERIODE 2010-2014**
Widya Puspapradana, Yuliantil - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**FAKTOR PEMICU PERFORMA PENJUALAN PRODUK PADA TOKO ONLINE
TOKOPEDIA**
Zakky Fahma Auliya, Ika Yoga - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Sunan Kalijaga

**ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOYALITAS MEREK (Studi
Empirik Pada Pengguna Nohelook Merk Acer)**
Yuli Budiati, Ratna Wijayanti - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

**ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN NON PERFORMING LOAN (NPL), LOAN TO
DEPOSIT RATIO (LDR), POSISI DEVISA NETTO (PDN), SIKU BUNGA SBI, DAN
INFLASI TERHADAP RETURN ON ASSETS (ROA)**
(Studi Pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa di Indonesia)
Diana Puspitasari, SE, MM - Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

MAJALAH ILMIAH SOLUSI

Volume 15, Nomor 3, Juli 2016

DESKRIPSI

Majalah Ilmiah Solusi Mengkaji Masalah-Masalah Sosial, Ekonomi dan Bisnis

KETERANGAN TERBIT

Terbit Pertama Kali Juli 2002 dan Selanjutnya Terbit Tiga Bulan Sekali (Januari, April, Juli dan Oktober)

PENERBIT

Fakultas Ekonomi USM

ALAMAT PENERBIT

JL. Soekarno Halla Semarang
Telp. 024-6702757 Fax. 024-6702272

PENGELOLA

Editor in Chief : Prof. Dr. Ir. Kesi W, SE MM
Vice Editor : Drs. Witjaksono EH, MM
Managing Editor : Saifudin, SE, Msi
Layout & Typesetting: Susanto, SE, MM
Administration & Circulation: Eviatiwi K.S, SE, MM
Board of Editors:

1. Prof. Dr. H. Pahlawansjah H, SE, ME (USM)
2. Prof. Supramono SE, MBA, DBA (UKSW)
3. Prof. Drs. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt. PhD (UNDIP)
4. Prof. Dr. Agus Suroso, MS (UNSOED)
5. Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si (UNISSULA)
6. Prof. Dr. Dra. Sulastri, ME, M.Kom (UNSR)

ISSN: 1412-5331

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan tersendiri bagi kami, tatkala kami dapat hadir rutin setiap tiga bulan sekali untuk saling bertukar pikiran mengenai hal-hal baru di bidang sosial, ekonomi dan bisnis

Pada kesempatan ini penerbit menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah mengirimkan artikel-artikelnya. Penerbit akan membuka kesempatan seluas-luasnya bagi seluruh kalangan akademisi maupun praktisi, baik dari dalam maupun dari luar Universitas Semarang untuk mempublikasikan karya ilmiahnya.

Pencrbit majalah ilmiah "SOLUSI" kali ini menghadirkan 10 (sepuluh) artikel yang kami anggap layak untuk diterbitkan, dengan harapan dapat menjadi tambahan referensi bagi para pembaca dan menjadi sumbangan pengembangan persomaian khasanah pengetahuan di bidang sosial, ekonomi dan bisnis

Akhir kata semoga majalah ilmiah "SOLUSI" dapat memberi manfaat yang sebesar-besarnya.

Hormat Kami

Redaksi

**IBM PETERNAK SAPI DESA SIDOREJO KECAMATAN KARANGAWEN
KABUPATEN DEMAK
Yuli Budiati, Febrina Nafasati Prihantini, Iswoyo - Fakultas Ekonomi Universitas
Semarang**

**PENGARUH PERTUMBUHAN EKONOMI, PENDAPATAN ASLI DAERAH,
DANA ALOKASI UMUM DAN DANA ALOKASI KHUSUS
TERHADAP PENGALOKASIAN ANGGARAN BELANJA MODAL
(Studi Kasus pada Pemerintah Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Tengah pada
Tahun 2010-2012)
Abdul Karim - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**PERAN OTORITAS JASA KEUANGAN (OJK) DALAM PENGAWASAN SEKTOR
BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA
Yudhitiya Dyah Sukmadewi - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**ANALISIS PENGARUH KOMPENSASI, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA
TERHADAP KINERJA KARYAWAN
(Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Produksi CV. Indo Karya Glassco Semarang)
Juni Mulyadi, Nurhidayati - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN D'BIMS CAFE TEMBALANG
SEMARANG
Bagus Azef Syahhli, Soedarmadi - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**PERBANDINGAN ETOS DAGANG ORANG JAWA DENGAN BUDAYA DAGANG
ETNIS CINA DALAM TANTANGAN PENINGKATAN PEREKONOMIAN
INDONESIA
Daryono - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**ANALISIS PENGARUH DANA PIHAK KETIGA (DPK), *CAPITAL ADEQUACY
RATIO (CAR)*, *NON PERFORMING LOAN (NPL)*, *RETURN ON ASSETS (ROA)*,
DAN *LOAN TO DEPOSIT RATIO (LDR)* TERHADAP PENYALURAN KREDIT
PADA BANK ASING YANG *GO PUBLIC* DI INDONESIA PERIODE 2010-2014
Widya Puspapradana, Yulianti - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**FAKTOR PEMICU PERFORMA PENJUALAN PRODUK PADA TOKO ONLINE
TOKOPEDIA
Zakky Fahma Auliya, Ika Yoga - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta**

**ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOYALITAS MEREK (Studi
Empirik Pada Pengguna Notebook Merk Acer)
Yuli Budiati, Ratna Wijayanti - Fakultas Ekonomi Universitas Semarang**

**ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN *NON PERFORMING LOAN (NPL)*, *LOAN TO
DEPOSIT RATIO (LDR)*, POSISI DEVISA NETTO (PDN), SUKU BUNGA SBI, DAN
INFLASI TERHADAP *RETURN ON ASSETS (ROA)*
(Studi Pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa di Indonesia)
Diana Puspitasari, SE, MM - Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang**

PERBANDINGAN ETOS DAGANG ORANG JAWA DENGAN BUDAYA DAGANG ETNIS CINA DALAM TANTANGAN PENINGKATAN PEREKONOMIAN INDONESIA

Daryono

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Diterima: Januari 2016, Disetujui: April 2016, Dipublikasi: Juni 2016

ABSTRAK

Dugaan, bahkan tuduhan terhadap budaya Jawa sebagai penyebab keterbelakangannya bangsa Indonesia terutama dalam bidang ekonomi, sebaiknya perlu diluruskan atau dihapuskan. Sebab, tuduhan tersebut di satu pihak berlawanan dengan fakta sejarah di samping itu mengimplikasikan maksud merendahkan etos kehidupan orang Jawa di pihak lainnya. Mungkin penilaian itu karena kurangnya pemahaman dan penelitian terhadap inti nilai moral budaya Jawa atau etosnya orang Jawa terutama kaitannya dengan masalah dagang. Agar bukti keunggulan budaya Jawa tentang dagang dapat diketahui dengan sebenarnya, maka *pertama-tama* perlu dipahami etos dagangnya orang Jawa itu sendiri. *Kedua*, perlu dibandingkan dengan budaya dagang etnis Cina yang telah terbukti paling mendominasi produktivitas perekonomian Indonesia. Tulisan ini, walaupun masih secara garis besar atau global, semoga dapat memberikan gambaran ketidakbenaran tuduhan itu dan dapat memahamkan keunggulan budaya Jawa terutama dalam bidang dagangnya. Dengan demikian diharapkan etos dagangnya orang Jawa dapat dijadikan sebagai tantangan peningkatan perekonomian Indonesia.

PENDAHULUAN

Barangkali terdengar asing atau aneh, ada etos dagang orang Jawa. Sebab, sejak diproklamasikan pada tahun 1945, Negara Republik Indonesia diduga kekurangan pengusaha pribumi asli orang Jawa, meskipun berbagai cara atau kebijakan Negara untuk memupuk atau meningkatkan perilaku bisnisnya telah dilakukan. Dugaan tersebut sebagaimana secara implisit dijelaskan oleh Mochtar Pabottinggi bahwa, para cendekiawan menganggap keterbelakangan bangsa Indonesia, terutama dalam bidang ekonomi disebabkan oleh keterbelakangan kebudayaannya dan yang paling banyak dituding penyebabnya adalah kebudayaan Jawa (Mochtar Pabottinggi, 1997, hlm. 138). Inti budaya Jawa sering dicap sebagai yang merusak bagi kegiatan ekonomi. Misalnya, budaya Jawa mengenai rasa ingin memiliki terhadap suatu komunitasnya, seperti pada pola gotong-royong dan sikap feodalnya, di samping dianggap memanjakan juga tidak sesuai atau bertentangan dengan cara orang Barat berdagang (Francois Raillon, dalam: Hans Antlov dan Sven Cederroth (ed.), 2001, hlm. 223 dan 227). Fenomena sebagaimana penjelasan para cendekiawan tersebut memiliki dua tantangan *pertama*, bagi penulis untuk menganalisa dan memahami inti nilai budaya Jawa dalam hal dagang. Melalui analisa hasil penelitian dan pemahaman para ahli diharapkan, di satu pihak dapat menjawab sebagai bukti benar dan tidaknya dugaan

negatif para cendekiawan itu dan diharapkan dapat menjadi acuan tantangan *keduayaitu*, dalam rangka peningkatan perekonomian baik di tingkat Regional (Jawa Tengah) dan Nasional (Indonesia) sebagaimana tertera pada judul tulisan ini, di pihak lainnya.

Sebenarnya, aktivitas perdagangan dalam kebudayaan Jawa pernah intensif terutama di wilayah pesisir utara Jawa, hubungan perdagangannya telah berlangsung berabad-abad lamanya. Di daerah Jawa dengan pengaruh Islamnya yang khas, misalnya kebudayaan pesisir dan daerah-daerah Jawa pedalaman, keduanya sering disebut sebagai daerah *kejawen* (Kodiran, 1995, hlm. 322). *Kejawen* merupakan cap deskriptif bagi unsur-unsur kebudayaan Jawa dan bukan kategori keagamaan. Melainkan menunjukkan suatu etika dan gaya hidup dengan karakteristik pemikiran yang “sinkretis dan toleran” merupakan dasar bersedia menerima masukan dari berbagai agama formal yang bersama-sama mewujudkan kesatuan duniakehidupan Jawa (Niels Mulder, 2001, hlm. 17).

Aktivitas dagang Jawa pernah diseminarkan di Yogyakarta pada tahun 1990 disimpulkan bahwa, dalam budaya Jawa tidak ada sama sekali yang menentang dan merendahkan keberhasilan hidup seseorang melalui perdagangan. Kesimpulan lainnya, cara meningkatkan usahawan Jawa yang berhasil salah satunya adalah, dengan mengkaji ulang atau memahami kembali adat-istiadat atau tradisi dagangnya yang pernah dilakukan oleh para priyayi (Francois Raillon, dalam Hans Antlov dan Sven Cederroth (ed.), 2001, hlm. 233). Patokan penting identifikasi seseorang priyayi adalah kedinasannya dalam kerajaan (Soemarsaid Moertono, 1985, hlm. 110). Adat-istiadat secara keseluruhan mengandung moralitas dari suatu komunitas sosial yang sering juga disebut “etos” merupakan sikap manusia berkenaan dengan hukum moral berdasarkan keputusan bebasnya. Etos kadang diartikan sebagai karakter tertentu, yaitu yang didasarkan pada unggulnya suatu nilai khusus, atau unggulnya sikap moral dari suatu nilai khusus seluruh bangsa atau sekelompok sosial (Lorens Bagus, 2002, hlm. 672-673).

Mencermati berbagai uraian permasalahan dagang Jawa sebagai satu kesatuan etosnya tersebut, maka istilah “dagang” dimaksudkan artinya tidak hanya dalam pengertian transaksi jual beli saja. Melainkan “dagang” dalam artinya yang lebih luas sebagaimana bisnis, usaha komersial maupun dalam ekonomi. Menurut Magnis Suseno, etos dagang orang Jawa (Indonesia) tidak berarti harus sebagai hybrid (perkawinan) dari etika tradisional dengan etika modern. Etos dagang Jawa harus modern seratus persen maksudnya, harus ditetapkan berdasarkan latarbelakang masyarakat Jawa. Karenanya, etos dagang Jawa mesti mencerminkan karakteristik budaya, peradaban, nilai-nilai, ciri keagamaan, pandangan dunia dan hidup orang Jawa (Franz Magnis Suseno 1992, hlm. 165).

Mencermati penjelasan tersebut, maka “dagang” di sini pengertiannya mengacu pada pendapat Mubyarto tentang sistem ekonomi Indonesia. Menurutnya sistem ekonomi Indonesia yaitu sistem ekonomi yang merupakan usaha bersama yang berasaskan kekeluargaan dan kegotongroyongan nasional atau sebagai ekonomi yang dijiwai oleh ideologi Pancasila juga disebut sistem ekonomi Pancasila. Sistem itu memiliki nilai moral sebagai dasar semangat

jiwanya para pendukung dan inti sistem yang mengatur pola pikir dan bertindak para pelaku ekonominya (Mubyarto, 1993, hlm. 27).

Berdasarkan penejelasan tersebut, maka untuk memahami karakteristik etos dagang orang Jawa dan bukti implementasinya, dalam tulisan ini untuk sementara dibatasi dalam tiga hal. Pertama, karakteristik budaya Jawa sebagai dunia kehidupan etos dagang orang Jawa. Kedua, salah satu implementasi pemikiran etos dagang Jawa. Keduanya merupakan kesatuan pemahaman dan yang ketiga, agar nilai keunggulan atau nilai kekhususan etos dagang orang Jawa dapat dipahami atau menjadi acuan dua tantangan seperti tersebut di muka, maka perlu dibandingkan dengan budaya dagang etnis Cina yang uraiannya masing-masing akan di bahas pada bagian di bawah ini.

KAJIAN PUSTAKA DAN PEMBAHASAN

Budaya Jawa dalam Dunia Kehidupan Etos Dagang Orang Jawa

Menurut C. Gertz, kebudayaan adalah susunan dinamisnya ide-ide dan aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya secara terus menerus (Clifford Gertz, 1965, hlm. 93-95). Van Peursen menjelaskan, kebudayaan pada dasarnya merupakan endapan dari kegiatan serta karya manusia. Hakikat kebudayaan sama dengan hakikat manusia yang, jika ditulis dalam buku, tidak akan ada habis-habisnya (C.A. Van Peursen, 1976. hlm. 9). Walaupun demikian terkait dengan budaya Jawa Gunawan S. menjelaskan, para ahli kebudayaan baik dari luar negeri atau yang ada di dalam negeri, pada prinsipnya mereka memiliki kesamaan dalam memandang *central concepts* nilai-nilai moral budaya Jawa “yang diidealkan” atau budaya Jawa yang dipikirkan terutama daerah Solo dan Yogyakarta. Kesamaan pandangannya itu bisa ditarik sebagai konsep inti budaya Jawa pada umumnya mengandung tiga karakteristik. *Pertama*, budaya Jawa mendasarkan diri kepada yang harmonis. Biasanya disebutkan bahwa, budaya Jawa adalah anti konflik karena di dalamnya memiliki tujuan ideal yaitu, dunia ini harus ditata secara harmonis baik antara *jagad cilik* (jiwa, pikiran, hati nurani manusia) maupun dengan *jagad gede* (komunitas, masyarakat). Cara-caranya untuk menjaga atau menuju kehidupan harmonis adalah, terutama dengan sikap toleransi. Budaya Jawa adalah budaya yang paling memberi tempat bagi perbedaan dan menerima perbedaan sebagai kekayaan yang harus dipupuk bersama.

Kedua, budaya Jawa dalam konteks modern lebih sesuai dengan paradigm *struktural fungsional*, dengan asumsi bahwa setiap orang atau lembaga memiliki tempat masing-masing. Ia harus berperilaku atau bekerja sesuai dengan tempat keberadaannya tersebut. Pemahaman tentang “tempat” bukan pemahaman mati atau mutlak, namun sebagai sesuatu yang kondisional dan relatif. *Ketiga*, budaya Jawa menghargai berbagai hal atau nilai-nilai yang bersifat transendental. Maksudnya, sesuatu yang berhubungan dengan yang transendental, yang bukan dunia material, tetapi sebagaimana dalam filsafat yaitu, sesuatu yang *Metafisis* atau *Numinus* (Yang Ilahi). Nilai transendental ini terutama termuat dalam apa yang disebut sebagai *kejawen* (mistik Jawa) yang dalam sastra disebut *suluk*, *wirid*, *primbon*, *serat* atau istilah lain yang sejenis. Sifat transendental itu

dilatarbelakangi keyakinan bahwa hidup selalu bergantung kepada Tuhan Yang Maha Kuasa (Gunawan Sumodiningrat, 2003, hlm. 8).

Mengingat dunia kehidupan Jawa begitu luas dan heterogen, maka tidak mudah menentukan salah satu daerah mana yang pasti memilikikonsep inti budaya Jawa dengan tiga karakteristik: harmonis, struktural fungsional dan transendental tersebut. Karenanya Hans Antlov menjelaskan, budaya Jawa tidak dapat dibatasi hanya pada ide tentang kekuasaan, dan ide tentang kekuasaan tidak dapat dibatasi hanya pada masalah tentang keteladanan. Oleh karena itu, tidak seorangpun mengatakan yang lebih baik daripada Eldar Braten bahwa, budaya Jawa adalah sekumpulan ide, norma, keyakinan dan nilai yang sangat beragam sehingga tidak mungkin bisa dilukiskan sebagai “keseluruhan yang padu”, yang sama-sama dipakai oleh orang Jawa. Sebaliknya, perhatian kita hendaknya dipusatkan pada distribusi dan reproduksi dari pengetahuan yang demikian beragam di masyarakat (Hans Antlov dan Sven Cederroth (ed.), 2001, hlm. 19).

Mencermati berbagai uraian tentang budaya Jawa tersebut dapat dijadikan acuan etosnya para pedagang atau sebagai etos dagang orang Jawa, makadisatu pihak ditetapkan baik berdasar padadunia kehidupan maupun di pihak lainnya, disesuaikan dengan sikap moral dan sikap batin yang sudah terbiasa. Dimaksud terbiasa yaitu, sikap batinnya atau etosnya selalu dilatarbelakangi oleh peradaban, nilai-nilai, ciri keagamaan, pandangan dunia masyarakat Jawa sesuai pada masanya. Magnis Suseno menjelaskan, *dunia kehidupan* merupakan konteks bersama sekelompok orang terdapat cakrawala pengetahuan-pengetahuan, nilai-nilai dan norma-norma yang bagi para ahli sebagai barang tentu, yang tidak direfleksikan dan merupakan latar belakang pendapat dan penilaian-penilaian untuk dipersoalkan sesuatunya. Dunia kehidupan sebagai *andon* anggapan-anggapan, latar belakang yang diorganisasikan dalam bahasa, yang mereproduksi diri dalam bentuk tradisi kultural dan berfungsi sebagai *konteks* komunikasi. Ia sebagai *andon* pengetahuan dan anggapan yang perlu diandaikan untuk mengambil sikap (Franz Magnis Suseno, 2000, hlm. 223).

Mengenai etos Magnis Suseno lebih menjelaskan, terdapat kesamaan antara sikap moral dengan etos tetapi tidak identik. Kesamaannya terletak pada kemutlakan sikapnya, sedang perbedaannya terletak pada tekanannya. Sikap moral, menegaskan orientasi kepada norma-norma sebagai suatu standar yang harus diikutinya sementara etos menegaskan bahwa sikap tersebut merupakan sikap yang sudah mantap dan sudah menjadi kebiasaan, suatu yang sudah nyata-nyata mempengaruhi, dan menentukan bagaimana seseorang atau sekelompok orang mendekati dan melakukan sesuatu pekerjaan. Karenanya, istilah *etos* diungkapkan sebagai semangat batinnya seseorang atau sikap batin yang tetap pada seseorang (sekelompok orang) sejauh didalamnya termuat tekanan-tekanan moral atau nilai-nilai moral tertentu (Franz Magnis Suseno, 1992, hlm. 120).

Menurut K. Bertens, *etos* termasuk salah satu kata Yunani yang masuk ke dalam banyak bahasa (termasuk di bahasa Indonesia). Kata tersebut menunjukkan ciri-ciri, pandangan, nilai-nilai yang menandai suatu kelompok atau seseorang. Dijelaskan, dalam *Concise Oxford Dictionary* (1974), kata *etos* disifatkan sebagai *characteristic spirit of community people or system*. Maksudnya, etos adalah suasana khas yang menandai suatu kelompok, seseorang atau sistem. Etos

menunjukkan pada suasana khas yang meliputi kerja atau profesi, dan perlu ditekankan bahwa, kata “suasana” harus dipahami dalam arti baik secara moral. Karenanya, jika bicara *etos* dalam profesi tertentu, mesti sebagai hal baik atau yang terpuji (K. Bertens, 2005, hlm. 226). Itulah sebabnya, misalnya sikap komersial pedagang sebagai profesinya, tentu *etos* dagangnya cenderung kurang baik jika satu-satunya tujuan bisnis adalah maksimalisasi keuntungan kepada yang hanya berupa uang.

Mencermati penjelasan tentang *etos* tersebut di atas maka, dalam kata *etos* mengandung dua nilai sebagai satu kesatuan kebaikan tindakan yang selalu dilakukan atau sebagai tindakan terpuji yang sering dilakukan pada bidang profesi tertentu. *Pertama*, orientasi nilai-nilai moral sebagai dasar sikap moral seseorang dalam bersikap dan bertindak sebagai bagian profesinya dan dapat menjadi standar yang sebaiknya atau seharusnya diikuti oleh orang dan masyarakat sesuai pada masanya. *Kedua*, bukti praktiknya dan cara pelaksanaannya tentang hal itu. Eksistensi nilai-nilai moral sebagai dasar sikap moralnya tindakan terpuji ini berarti, di satu pihak berada pada dataran pikiran atau konsep serta dihayati pelaksanaannya dalam kehidupan terutama dalam hal ini di bidang dagang pada pihak lainnya.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, maka untuk memahami rincian kebaikan nilai-nilai moral *etos* dagang orang Jawa, juga diperlukan dua petunjuk penting lainnya. *Pertama*, perlu analisa pemahaman terhadap berbagai ungkapan Jawa sebagai bagian budaya dalam dunia kehidupannya baik dengan pemahaman-pemahamannya maupun caranya bersikap atau bertindak terutama di bidang dagang. *Kedua*, perlu bukti konsep pemikiran nilai-nilai moral Jawa dengan pemahaman caranya bersikap sebagai pelaksanaan *etos* dagangnya, seperti telah dijelaskan di muka, pernah berhasil dipraktikkan oleh para priyayi dahulu. Sebagai buktinya salah satu priyayi yang pernah berhasil yaitu raja Mangkunegara IV. Pegeaud menjelaskan, kerajaan Mangkunegaran pada masa pemerintahan raja Mangkunegara IV berhasil meraih berbagai kemajuan terutama dalam bidang perekonomian (Th.G.Th.Pegeaud, 1987, hlm. 3). Menurut Pringgodigdo, raja Mangkunegara IV merupakan peletak dasar ekonomi perkebunan Jawa modern pada masanya, maka pada waktu itu pemerintahannya disebut *Kala Sumbaga* maksudnya, masa yang sangat sejahtera (Pringgodigdo, 1987, hlm. 47). Abdullah menjelaskan, raja Mangkunegara IV termasuk salah seorang filsuf dunia dari Indonesia yang tercatat dalam *Dictionnaire des Philosophes* (Abdullah Ciptoprawiro, 2000, hlm. 52). Karenanya, berbagai pemikiran yang tertulis dalam karya-karyanya mengandung nilai-nilai moral yang dapat dijadikan sebagai acuan *etos* dagang orang Jawa.

Dua petunjuk penting tersebut merupakan satu kesatuan ungkapan baik tentang kebaikan nilai-nilai moralnya maupun cara bersikap sebagai implementasi *etos* dagangnya. Terdapat berbagai macam ungkapan Jawa dengan nilai-nilai moralnya memerlukan analisa pembahasan yang luas dan panjang. Karenanya, dalam tulisan ini untuk sementara hanya akan diuraikan bahasannya terhadap ungkapan-ungkapan Jawa yang terkait dengan masalah perdagangan. Misalnya, dalam dunia kehidupan Jawa ada ungkapan: *Timun wungkuk jaga imbuh*. Artinya, timun yang bengkok disiapkan untuk tambahan

gratis bagi konsumen, maksud maknanya adatiga. Pertama, timun bengkok sebagai simbol barang dagangan yang cacat, tidak berdaya jual beli, atau sebagai barang yang tidak berguna atau remeh. Bagi pedagang Jawa dagangan yang cacat bukan ditutupi atau dicampur dengan yang baik, karena itu akan mengecewakan atau membohongi konsumen. Kedua, barang-barang yang sering dianggap tidak ada hubungan dengan dagangan atau hal-hal yang tidak berdaya jual beli sering dianggap tidak berguna atau remeh seperti, kebersihan dan keindahan lingkungan, cara bicara dan berbagai tingkah laku ketika melayani konsumen. Semua itu tetap dijaga dengan sebaik-baiknya sebagai ungkapan sikap baik atau hormat (sopan santun) pedagang Jawa baik kepada apa saja (lingkungan) maupun kepada sesama (konsumen). Ketiga, makna pertama dan kedua itu bagi etos dagang orang Jawa, tidak dihitung dengan memasukkan harga tambahan pada barang dagangan, walaupun diakuinya itu termasuk rugi. Namun, kebaikan sikap-sikap tersebut diyakini dapat menjadi "iklan jalan" maka akan menambah pelanggan atau persaudaraan yang juga meningkatkan sikap gotongroyong dalam berbagai bidang kehidupan sosialnya. Karenanya, berdasarkan pada tiga makna tersebut dalam dunia kehidupan etos dagang orang Jawa terkait erat dengan ungkapan *tuna saktak bathi sanak* maksudnya, biarlah rugi sedikit (seukuran tertentu: jerih payah) tetapi pasti mendapat laba persaudaraan atau sebagai pelanggan (Bdk. Yacob Oetomo, 2001, hlm. 28).

Rincian nilai-nilai moral dengan contoh cara bersikap dalam dunia kehidupan etos dagang orang Jawa sebagai implementasi dua ungkapan tersebut, melalui tujuh sikap sebagai berikut. *Pertama*, bermuka manis dan bermata lembut atau susila bertingkah laku serta menghindari kecurigaan. *Kedua*, berbicara halus atau melalui berkata-kata yang enak didengar. *Ketiga*, ramah-tamah atau bersikap manis yaitu perilaku yang memperlihatkan keakraban. *Keempat*, pandai membawakan diri agar menyesuaikan dengan adat-istiadat masyarakat luas. *Kelima* merendah diri (*andhapasor*) mesti berpangkat tinggi. *Keenam*, bicara yang bermanfaat atau jika tidak dapat maka lebih baik diam dan *ketujuh*, sederhana atau wajar (*prasojo*) maksudnya dalam bertingkah laku tidak dibuat-buat. Rincian berbagai perilaku etis tersebut berdasarkan pada pemikiran raja Mangkunegara IV yang diungkapkan dalam karyanya *Serat Darmalaksita* sebagai berikut:

"Rambah malih wasitaning siwi, wikanana patraping agesang, kang kanggo salawase, manising netra ruruh, angedohken mring salah tampi, wong kang trep sileng tata, tan agawe rengu, wicara lus kang mardawa, iku datan kasendu marang sasami, wong kang rumaket ika. Karya resep mring rewange linggih, wong kang manut mring caraning bangsa, watek jembar pasabane, wong andhap asor iku, yekti oleh panganggep becik, wong meneng iku nyata, neng jaban pakewuh, wong prasojo solahora, iku ora gawe ewo kang ningali, wong nganggo tepaniro"

Terjemahannya: "Tambah lagi beberapa petunjuk untuk anak, ketahuilah tatakrama pergaulan hidup yang hendak dipakai selama-lamanya, bahwa manis dan lembutnya pandangan mata, menjauhkan kesalahpahaman orang-orang yang menerapkan tata susila tidak diragukan orang, bicara halus dan sedap didengar, tidak bakal diungkat orang, yang menunjukkan keakraban itu menyenangkan orang. Yakni membuat senang temannya semajlis orang yang bisa mengikuti adat

tata cara suatu bangsa, ia berwatak luas pandangannya dan jauh jelajahi negeri yang ia kunjungi, orang yang merendahkan diri (rendah hati) niscaya ia dipandang orang baik budi, orang yang bersifat pendiam apabila ia tidak dapat berbicara tentang sesuatu yang berguna adalah lebih baik dan selamat dari bencana lidah, orang yang berperilaku sederhana dan wajar tidak membuat orang dengki dan antipasti, bahkan perilakumu dijadikan teladan bagi orang lain (Sri Mangkunegara IV, "Serat Darmalaksita", dalam Ki Padmasusastra, 1889, hlm.98-99).

Rincian tujuh nilai moral dengan contoh caranya bersikap bagi etos dagang orang Jawa tersebut merupakan acuan penting bagi dunia kehidupan Jawa. Acuan pentingnya yaitu, pada nilai-nilai moral tersebut terkandung kesadaran bahwa, manusia hendaknya selalu bersikap *tahu diri* sama dengan *eling*. Sebab *jagad ora sagodhong kelorartinya*, dunia tidakhanya sebesar daun kelor. Karenanya, pedagang hendaknya juga mampu bersikap *pinter ojo kuminter, sugih ojo semugih* artinya, kepandaian dan atau kekayaan sebaiknya jangan dipamer-pamerkan. Makna etisnya dua ungkapan Jawa tersebut di satupihak terkait dengan sikap *eling* juga mengimplikasikan sikap *nrima* pada pihak lainnya. Kedua sikap batin itu mengandung maksud bahwa, pedagang dalam keadaan kecewa atau dalam kesulitan-pun hendaknya bereaksi dengan rasional, dengan tidak putus asa dan juga dengan tidak menentang secara percuma. Pedagang dengan sikap itu suatu malapetaka kehilangan rasa sengsaranya sebagaimana terungkap pada kata-kata Jawa: *bungah sajroning susah, prihatin sajroning bungah* maksudnya, ia tetap gembira dalam penderitaan dan prihatin dalam kegembiraan. Oleh karena itu, pedagang hendaknya memiliki semangat batin *ojo leren lamun durung sayah, ojo mangan lamun durung luwe* maksudnya, jangan berhenti bekerja sebelum capai, jangan makan sebelum lapar. Dua sikap batin tersebut memiliki alasan kesadaran mendalam yaitu, karena *wong urip ora gampang, diarani gampang yo gampang, diarani angel yo angel* artinya, hidup itu tidak mudah, disebut mudah ya mudah, disebut sulit ya sulit (Bdk. Soetrisno, 1977, hlm. 21-26).

Menurut raja Mangkunegara IV, acuan nilai-nilai moral dengan contoh caranya bersikap dalam dunia kehidupan etos dagang orang Jawa sebagai implementasi berbagai ungkapan Jawa tersebut di atas adalah, pedagang hendaklah ber-etos dengan lima sifat dan delapan macam cara bersikap etis yang berguna (*Asta Gina*). Dimaksudkan etos lima sifat adalah, rajin (*sregep*), bersungguh-sungguh (*pethel*), tabah-hati (*tegen*), tekun (*wekel*), berhati-hati (*pangati-ati*) (Sri Mangkunegara IV, "Serat Darmalaksita", dalam Ki Padmasusastra, 1889, hlm. 96). Maksudnya *Asta Gina* yaitu *pertama*, membudidayakan berbagai bidang usaha sebatas kemampuan maksimal sesuai dengan kondisi jamannya (*panggautan gelaring pambudi*). *Kedua*, pandai mencari jalan keluar untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan (*rigen*), yang *ketiga*, hemat dan hati-hati membelanjakan atau menggunakan penghasilan (*gemi*), *Keempat*, teliti dan cermat dalam memeriksa pekerjaan agar mendapatkan sesuatu yang pasti dengan tidak meraba-raba (*nastiti*) demi langkah-langkah selanjutnya. *Kelima*, memahami perhitungan biaya dan mampu merencanakan belanja terutama tentang berapa besar biaya hidup yang diperlukan (*wruh ing petungan*). *Keenam*, rajin bertanya kepada para ahli menurut ilmunya masing-masing dengan tidak malu-malu untuk menambah pengetahuan dan atau ketrampilan (*taberi*

tatanya). *Ketujuh*, mencegah atau menahan kehendak hawa nafsu dari berbagai keinginan yang tidak berfaedah serta menjauhi pemborosan (*nyegah kayun pepinginan.....tan boros marang arto*). *Kedelapan*, bertekad bulat atau berniat yang teguh. Sikap demikian itu akan dapat berpengaruh bagi tercapainya berbagai cita-cita dalam waktu yang tidak lama (*nemen ing seja, watekira sarwa gelis ingkang kinapti*)(Sri Mangkunegra IV, "Serat Darmalaksana", dalam Ki Padmasusastra, 1889, hlm. 93).

Bersikap sopan santun atau ramah tamah memang berperan penting, namun setiap *stakeholders* hendaknya bisa bersikap tahu diri (*eling*) secara wajar (*prasojo*). Caranya adalah, selalu waspada atau berhati-hati baik dalam bicara maupun bersikap dengan mempertimbangkan situasi dan atau kondisi lingkungan. Acuan teknisnya yaitu, dengan selalu menyesuaikan diri terhadap dimaksudkalimat-kalimat: *ngono yo ngono, ning ojo ngono* artinya, barangkali engkau betul, tetapi jangan memakai cara seperti itu. Sebab, *becik ketitik ala ketara* maksudnya, yang baik akan nampak dan yang jelekpun akan kelihatan (Bdk.Yacob Oetomo, 2001, hlm. 25). Magnis Suseno menjelaskan, setiap *stakeholders* dapat bersikap *eling* secara wajar (*prasojo*) jika masing-masing dirinya selalu melakukan proses *dialogis partisipasi pada kesadaran transendental*. Maksudnya adalah, proses komunikasi antar semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder* SDA dan SDM) terjalin dalam dalam suatu dialogis yang bebas dari kekuasaan. Terwujudnya proses komunikasi itu merupakan kepentingan *transendental* manusia. Maksudnya adalah, seperti ketika para pedagang, manajer, karyawan, pemasok, pelanggan, konsumen, dan lingkungan masyarakat, atau sang tuan dengan si budak suatu saat secara bersama-sama memikirkan pemecahan sebuah masalah, mereka bukan lagi seperti tuan dan budak melainkan sam-sama sebagai sesama manusia (Franz Magnis Suseno, 2005, hlm. 158).

Magnis Suseno menjelaskan, dalam proses dialogis partisipatif pada kesadaran transendental ini mengandung tiga sikap adalah, *eling* (tahu diri), *aja mitunani wong liya*, dan bersikap *ngemong*, maknanya sama dengan bersikap integrasi. Ketiga sikap tersebut juga sebagai satu kesatuannya sikap *sepi ing pamrih*. Penjelasan dimaksud berbagai sikap tersebut yaitu, hendaknya kita jangan melakukan sesuatu demi kepentingan diri kita sendiri yang dapat mengganggu atau merugikan lingkungan, membahayakan orang lain dan mengurangi kualitas hidup generasi-generasi yang akan datang. Karenanya, kita harus *sepi ing pamrih* artinya, kita hendaknya bersedia untuk tidak mementingkan kepentingan individual kita tanpa peduli terhadap sesame. Kepentingan kita diakui, tetapi jangan dikejar secara eksklusif. Usaha agar kita dapat *sepi ing pamrih*, kita harus bersikap tahu diri (*eling*). *Eling* berarti, kita jangan menganggap diri sebagai pusat dunia, sebagai satu-satunya yang penting. Bersikap *eling* artinya, ingat, siapa kita, bahwa kita berasal dari orang lain, merupakan anugerah Tuhan bahwa kita hidup dari masyarakat dan dari alam, dan oleh karena itu jangan pernah memeralat mereka demi kepentingan kita sendiri. Orang akan tahu diri apabila ia *eling* atau *ingat*. Jika orang memiliki sikap-sikap itu akan sanggup menjalin hubungan serasi dengan alam sekeliling yang kebaikan moralnya yaitu, kita jangan mencari kemenangan, sama dengan bermaksud *daja mitunani wong liya* (jangan merugikan

orang lain). Melainkan, demi *keseimbangan* lingkungan kehidupan (Franz Magnis Suseno, 2001, hlm. 168).

Aja mitunani wong liya merupakan norma moral terpenting atau prinsip dasar etika sosial Jawa. K. Bertens lebih menjelaskan, jangan merugikan orang lain itu termasuk dasar sikap baik yang hakiki atau terpenting dalam dagang. Maksudnya, janganlah dagang sampai menjadi pekerjaan kotor. Karenanya, dalam dagang harus disertai dengan sikap tahu diri (bhs Jawa: *eling*), sehingga sudah semestinya memperhatikan rambu-rambu moral sebagaimana *teori perhatian semestinya* (*the due care theory*). Kata “perhatian” harus dipahami sebagai perhatian efektif yang bersedia mengambil tindakan seperlunya. Norma dasar yang melandasi teori perhatian semestinya adalah, *seseorang tidak boleh atau jangan merugikan orang lain* dalam kegiatannya. Teori tersebut tidak memfokuskan pada kontrak sosialnya dalam persetujuan antara konsumen dan produsen saja, melainkan terutama kualitas produk serta tanggung jawab produsen atau pedagang. Karenanya, tekanannya bukan hanya pada hak legal atau hukum saja, melainkan pada etika dalam arti luas. Motto yang berlaku pada teori perhatian semestinya bukan *caveat emptor* (“hendaklah si pembeli hati-hati”) saja, melainkan juga *caveat venditor* (“hendaklah si penjual hati-hati”). Norma dasar “tidak merugikan” ini dapat diterima atau memiliki kesesuaian baik dengan teori etika deontologi maupun utilitarianisme, teori hak, juga dalam teori keadilan, makanya teori perhatian semestinya memiliki basis etika yang teguh (K. Bertens, 200, hlm. 236-237). Orang dapat memiliki kekuatan moral *aja mitunani wong liya* (jangan merugikan orang lain) dalam dagang, jika memiliki sikap integrasi artinya, bersedia bersikap terbuka keluar. Maksudnya, bersedia bersikap hormat atau bersikap baik terhadap aneka tradisi atau budaya, pandangan hidup atau agama yang berbeda bagi setiap orang yang hidup bersama dalam masyarakatnya demi tercipta suasana yang tenang, gembira, bebas dari rasa takut dan bebas dari rasa tekanan (Franz Magnis Suseno, 2001, hlm. 97).

Mencermati berbagai penjelasan implementasi nilai-nilai moral diberbagai sikap moral melalui proses dialogis partisipatif pada kesadaran transendental tersebut berarti, dalam dunia kehidupan etos dagangnya orang Jawa dituntut mampu mengendalikan berbagai keinginan hawa nafsunya. Menurut Magnis Suseno, yang dipandang sebagai hawa nafsu (nafsu jelek) dan berbahaya bagi orang Jawa hampir tidak berbeda dari pandangan orang Eropa Barat yang normal. Banyak dalam kepustakaan dan tradisi pendidikan Jawa didaftar nafsu-nafsu yang berbahaya, antara lain yang sangat populer disingkat “malima”: *main, madon, madat, minum, maling* (Franz Magnis Suseno, 2001, hlm. 139). Bahaya lain yang harus diperhatikan orang Jawa adalah *pamrih*. Bertindak yang berdasarkan pada *pamrih* berarti, hanya mengusahakan kepentingan diri sendiri saja dengan tidak menghiraukan kondisi dan berbagai kepentingan masyarakat. *Pamrih* kelihatan dalam tiga nafsu yaitu, *nepsu menange dewe* artinya, selalu mau menjadi orang yang pertama, *nepsu benere dewe* artinya, menganggap diri selalu betul dan, *nepsu butuhe dewe* maksudnya, hanya memperhatikan kebutuhannya sendiri. Orang yang dikuasai tiga nafsunya *pamrih* perilakunya cenderung menjadi *adigang, adigung, adiguna* maksudnya, suka memperlihatkan (pamer) kekuasaan, kekayaan dan, kekuatan (kesaktian). Perilaku orang dengan sifat-sifatnya disebut

terakhir itu cenderung mudah menimbulkan semua sifat yang amat dibenci oleh orang Jawa seperti, *dahwen* dan *open* artinya, sering mencampuri urusan orang lain. *Drengki* sama dengan bersikap dengki artinya, tidak suka melihat orang lain sukses, *srei* atau suka iri, *jail* artinya, suka main intrik dan, *methakil* artinya, suka bersikap kasar. (Soetrisno, 1977, hlm. 22-28).

Pedagang yang terus berusaha dan berhasil mengendalikan berbagai hawa nafsu tersebut di atas dapat memiliki etos dagang orang Jawa yang diharapkan atau dimungkinkan sesuai, baik dengan dunia kehidupan maupun bagi kemajuan manusia di masanya. Maksudnya sesuai dengan dunia kehidupan dalam hal ini tiga, *pertama* etos dagangnya sesuai dengan karakteristik budaya Jawa: harmonis, struktural fungsional dan, *transendental*. *Kedua*, etosnya juga sesuai dengan nilai-nilai moral budaya Jawa dipraktikkan melalui berusaha bersikap baik atau hormat dan *rukun* yang sesuai dengan tata krama Jawa di masanya. Kesesuaian tata karma Jawa yang diimplementasikan sebagai etos dagang orang Jawa ada tiga. *Pertama*, bersikap baik atau hormat dan peduli terhadap apa saja, *kedua*, bersikap baik atau hormat dan peduli serta *rukun* terhadap sesama manusia dan, yang *ketiga*, sesuai dengan budaya atau pengalaman keagamaan Islam Jawa (lihat Daryono 2007, hlm. 200-263).

Rincian nilai-nilai moral dengan contoh cara bersikap yang sesuai, baik dalam dunia kehidupan etos dagang orang Jawa maupun dengan tata karma Jawa pada masanya, sebagaimana diungkap melalui berbagai kalimat Jawa. Seperti, *timun wungkuk jaga imbuh*. *Tuna saktak bathi sanak* dan lain sebagainya seperti telah dijelaskan di muka. Sedangkan yang sesuai dengan tata krama Jawa sebagaimana yang pernah dipraktikkan raja Mangkunegara IV dengan nilai-nilai moralnya yang diungkap di berbagai karya sastranya di muka. Inti terpenting tujuan tata krama Jawa melalui bersikap baik atau hormat dan *rukun* sebagai etos dagang orang Jawa adalah, *aja mitunani wong liya*. Untuk itu pedagang dituntut bersikap *eling* (tahu diri) dan *ngemong* (integrasi). Acuan dasar ketiga sikap moral tersebut dapat dipraktikkan dalam dunia kehidupan etos dagang orang Jawa, apabila memiliki semangat batin atau memiliki etos *sepi ing pamrih*.

Menurut K. Bertens, *sepi ing pamrih* merupakan keutamaan moral atau etos Jawa yang belum muncul dalam cakrawala pandangan moral Aristoteles dan termasuk sebagai salah satu dari etos pokok yaitu, iman atau kepercayaan, pengharapan dan, cinta kasih atau *tresno* (K. Bartens, 2005, hlm. 222). Magnis Suseno menjelaskan, orang (pedagang) yang bertindak karena *pamrih*-nya sendiri sama dengan egoisme. Artinya, ia hanya mengusahakan kepentingan individualnya saja dengan tidak menghiraukan berbagai kepentingan masyarakat. Ia mencari berbagai kepentingan dalam dunia dan dengan demikian mengikat dirinya terhadap alam luar sehingga ia kehilangan kesanggupan untuk memusatkan kekuatan dalam batinnya sendiri (*rasa*-nya) menjadi dangkal atau mati. Manusia dapat dikatakan *sepi ing pamrih* apabila ia tidak lagi mengejar kepentingan-kepentingan individualnya (*egonya*) sendiri tanpa memperhatikan keselarasan sosial seluruhnya. Karenanya, ia yang *sepi ing pamrih* (bebas dari *pamrih*) akan mengembangkan sikap-sikap etis seperti, *nrimo*, *ikhlas* dan *rila* atau *lila* (*legawa*) (Franz Magnis Suseno, 2001, hlm. 140-147). Sikap moral yang sering diucapkan bersama dengan etos *sepi ing pamrih* adalah *rame ing gawe*.

Mulder menjelaskan, *rame ing gawe* artinya, setiap pihak hendaknya memenuhi kewajiban pada tempatnya masing-masing di mana kita harus berperan, entah sebagai petani, pedagang, abdi, pegawai atau sebagai raja (pajabat negara) (Niels Mulder 1978, hlm. 37).

Berbagai penjelasan tersebut mengimplikasikan maksud, pedagang bisa dikatakan telah memiliki etos dagang orang Jawa: *sepi ing pamrih, rame ing gawe*, apabila ia dengan tenang, rendah hati (*andhapasor*) atau tanpa pamor dan pamer selalu memenuhi berbagai kewajibannya sehari-hari. Ia tidak lagi mengejar kepentingan-kepentingan individualnya tanpa memperhatikan keselarasan keseluruhan, maka ia berada di tempat yang tepat sesuai dengan maksud struktural fungsionalnya dalam dunia kehidupan Jawa. Karenanya, Magnis Suseno menjelaskan bahwa, laba (keuntungan) bagi pedagang Jawa bukan dianggap sebagai kebutuhan demi memenuhi kepuasan diri sendiri. Melainkan, laba adalah sebagai kebutuhan yang dapat menyenangkan, membahagiakan dan atau menyelamatkan semua pihak (SDM dan SDA) yang terlibat dalam dunia kehidupannya. (Franz Magnis Suseno, 1992, hlm. 86).

Mencermati berbagai penjelasan tersebut maka, tujuan efisiensi etos dagang orang Jawa adalah, barangkali di satu sisi (dalam cita ideal) menghendaki terciptanya keadaan keselarasan ekonomi (*economic harmonis*) dengan ahli efisiensi (*efficiency engineer*) yang dapat melahirkan suasana *kemajuan yang manusiawisesuai* pada masanya pada sisi lain. Winardi menjelaskan, keselarasan ekonomi (*economic harmonis*) artinya, kekuatan-kekuatan yang bisa menimbulkan kemakmuran masyarakat secara keseluruhan, apabila setiap individu mengejar kepentingan sendiri. Kekuatan-kekuatan itu seperti dijelaskan Adam Smith, bukanlah berasal dari manusia melainkan manusia yang "dipimpin" oleh "tangan yang tak-kelihatan" (*invisible hand*) untuk membantu tercapainya tujuan yang bukan (yang mungkin?) merupakan bagian dari keinginannya. Adapun dimaksudkan ahli efisiensi (*efficiency engineer*) adalah orang yang ahli dalam bidang metode-metode produksi dan pengawasan yang mengusahakan agar dihindari pemborosan dan ditentukan prosedur yang efektif (Winardi, 1984, hlm. 179 dan 187). Menurut Magnis Suseno, maksudnya *kemajuan yang manusiawi* yaitu, kemajuan hanya bersifat manusiawi apabila manusia menjadi lebih bebas dari penderitaan dan rasa takut, apabila ia merasa semakin tentram dan selamat, apabila ia sanggup untuk mewujudkan kehidupannya sebagai individu dalam lingkungannya sesuai dengan cita-citanya, apabila ia tidak diperbudak (Franz Magnis Suseno, 2001, hlm. 155).

Salah satu bukti tercapainya tujuan dalam dunia kehidupan etos dagang orang Jawa yang sesuai pada masanya tersebut, mungkin sebagaimana yang pernah diraih oleh kerajaan Mangkunegaran pada masa pemerintahan Mangkunegara IV. Kemungkinannya tersebut berdasarkan penilaian Pegeaud dan Pringgodigdo bahwa, kerajaan Mangkunegaran pada masa pemerintahan Mangkunegara IV berhasil meraih kemajuan di berbagai bidang kehidupan khususnya pada bidang perekonomian. Karenanya, di satu sisi raja Mangkunegara IV dinilai sebagai peletak dasar perekonomian Jawa modern dan pada masa pemerintahannya disebut sebagai *Kala Sumbaga* yang artinya, masa yang sangat sejahtera pada sisi lainnya, seperti telah dijelaskan di muka. Agar tujuan

keberhasilannya tersebut dapat dipahami maksud dalamnya, maka perlu dibandingkan perspektif pemahamannya dengan budaya dagang keturunan Cina (etnis Cina).

Alasan perlu dibandingkan dengan budaya dagangnya keturunan Cina ada dua yaitu, *pertama*, menurut Lombard, hubungan perdagangan dan pertukaran budaya termasuk antara Jawa dengan Cina telah berlangsung sejak awal Masehi. Mencapai puncaknya pada abad XIII hingga XVII M sebelum VOC menancapkan hegemoni kekuasaannya di negeri ini (Dennys Lombard, 1996, hlm. 88). *Kedua*, Berdasarkan kesimpulan penelitiannya Hana Tjandradiredja yang dilakukan selama tujuh tahun, sejak 1994 sampai 2001. Hasilnya telah dibukukan berjudul *Budaya dan Strategi Berkarakteristik dalam Mencapai Keunggulan Pemasaran*. Menurutny, populasi masyarakat Indonesia pada saat ini berjumlah kurang lebih 200 juta orang yang dicirikan oleh dominannya produktivitas ekonomi oleh etnis Cina. Cerminannya cukup obyektif, yaitu sekita 3% keturunan Cina mewakili golongan menengahnya menguasai 90% kemampuan ekonomi di Indonesia (Hana Tjandradireja, 2002, hlm. 102). Perspektif pemahamannya jika dibandingkan dengan etos dagang Jawa kurang lebih sebagai berikut.

Perbandingan Pemahaman Etos Dagang Jawa dengan Budaya Dagang Etnis Cina

Menurut sistem nilai moral Cina, seorang karyawan diharapkan sebagai pengikut, penurut dan acapkali sebagai seorang yang tidak perlu melakukan banyak pertanyaan. Seorang pemimpin dianggap segalanya, paling pandai dari suatu kelompok (Martin, 1989, hlm. xxi). Pertanyaan dan pendapat berbeda dianggap sebagai sikap mengganggu harga diri pimpinannya. Perilaku yang otoriter diharapkan datang dari superior sedangkan bawahan hanya bersifat pasif saja (Martin, 1989, hlm. 75). Menurut Chan dan Moore, sikap masyarakat Cina kepada lingkungan cenderung menerima daripada berusaha mengubahnya. Mereka mencari kecocokan dirinya kesamaan bagi suatu tindakan yang dapat membuat keharmonisan lingkungan (Nikhilesh Dholakia (ed.), 1987, hlm. 55). Disimpulkan oleh Hendry dan Fye bahwa, bagi masyarakat Cina pembuatan keputusan secara perlahan-lahan dan setahap demi setahap. Masyarakat Cina bukan masyarkat yang mudah terpancing cepat untuk mengambil keputusan (Martin, 1989, hlm. 76). Sikap masyarakat Cina itu searah dengan hasil penelitiannya Hana, dimana pedagang keturunan Cina mayoritas di Jawa tidak menyukai konsultasi dengan superiornya (pimpinan atau atasan). Hal itu wajar mengingat pedagang Cina sebagai minoritas dan sering kali mendapat perlakuan yang berbeda menjadikan mereka dalam bertindak lebih mempercayai kemampuan pribadinya (Hana Tjandradiredja, 2002, hlm.137).

Landasan utama akan sikap tersebut nampaknya berkaitan erat dengan pandangan atas harga diri dari kehidupan masyarakat Cina seperti tersebut di muka. Menurut Chen, masyarakat Cina akan merasa terhina jika disentuh kehormatannya atau prestisenya. Norma kehidupan yang dianutnya, mereka berdasarkan kekeluargaan dan hubungan antarpribadi yang saling ketergantungan satu sama lainnya. Eksistensi individu dalam masyarakat Cina harus dihargai atau

dihormati. Kondisi tersebut memberi konsekuensi bahwa, jenjang hierarki sebagai lambang kehormatan menentukan tanggung jawab seseorang. Norma tersebut hampir sama dengan yang dianut masyarakat Jepang (Nikhilesh 1987, hlm. 57-59). Acuan norma dalam bersikapnya tersebut berdampak pada strategi penggunaan sumber daya *stakeholders* terutama bagi pengendalian lingkungan dan penggunaan informasi. Menurut hasil penelitian Hana, pedagang keturunan Cina cenderung bersikap mencari dan mengendalikan lingkungan seperti budaya Barat. Keadaan yang sebenarnya tidak masalah, maksudnya, kecenderungan untuk melakukan negoisasi dan tawar-menawar dalam memecahkan permasalahan penggunaan sumber daya untuk mengendalikan lingkungan lebih besar. Sikapnya tersebut juga berdampak dalam hal menghadapi persaingan yang disebabkan adanya pertukaran antara berbagai pihak lain yang terlibat dalam dunia perdagangan. (Hana Tjandradiredja, 2002, hlm. 138-139).

Menurut Hana, dalam budaya Barat pertukaran didasarkan pada prinsip keseimbangan dan hubungan khusus, sedang dalam budaya Cina hal itu didasarkan pada keterikatan moral jangka panjang, dalam hal ini hutang budi merupakan bentuk pertukaran jangka panjang yang tidak pernah dilupakan. Oleh karena itu, hubungan kerjasama selalu didasarkan pada kekeluargaan. Perdagangan yang dibangun oleh keluarga-keluarga Cina berdasar pada kepercayaan pribadi atau *guanxie* yang berarti, ikatan manusia yang bersifat pribadi, khas, dan non-ideologis, tetapi karena kesamaan identitas. Kesamaan tersebut akan lebih diprioritaskan di lingkungan keluarga, marga, dan atau keturunan Cina-nya baru kemudian ke arah kesamaan lain, misalnya agama atau daerah. Sikap-sikapnya tersebut telah menjadi spontanitas etos kerjanya, termasuk dalam dagangnya melekat secara turun-temurun (Hana Tjandradiredja. 2002, hlm. 143). Berbagai sikapnya tersebut mesti juga berhubungan erat dengan etika dalam menghadapi berbagai masalah sosial.

Bagi masyarakat Cina dengan berprinsip pada Konfusianisme, etika dalam melihat permasalahan demi keberhasilan lebih mengutamakan pada idealisme moral dan menempatkan hukum sosial di atas pertimbangan kegunaannya (Nikhilesh Dholakia (ed.), 1987, hlm. 57). Menurut Luthans, pandangan demikian itu digolongkan pada etika utilitarianisme ideal adalah, suatu bentuk etika yang menekankan konsekuensi atas satu tindakan yang dapat dinilai dengan mempertimbangkan aspek yang lebih luas, seperti nilai internal manusia serta hubungan teman serta pengetahuannya (Fred Luthans (ed.), 1985, hlm. 76).

Penjelasan terakhir tersebut jika dihubungkan dengan pedagang keturunan Cina di Jawa, seperti hasil penelitian Hana, disebutkan bahwa mereka memiliki kecenderungan etika utilitarianisme yang tinggi. Para pedagang keturunan Cina menilai lembaga, hukum, konsistensi dalam prinsip, serta kebiasaan dianggap cukup penting demi menentukan suatu konsekuensi dalam dagangnya terhadap masyarakat. Disimpulkan bahwa, semangat moral atau etika dagangnya keturunan Cina di Jawa cenderung bersifat *feminin* artinya, tindakan-tindakannya lebih rasional dan atau lebih diperhitungkan untung rugi dalam menilai suatu konsekuensi dari tindakannya tersebut (Hana Tjandradiredja, 2002, hlm. 150).

Menurut kesimpulan Hana selanjutnya, hubungan manajemen *stakeholders approach* dengan sub-variablenya, baik budaya dagang keturunan

Cina maupun Jawa memiliki pandangan yang cenderung sama. Keduanya berpandangan dalam cara untuk berusaha menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, konsumen, pemasok, pemerintah (superior) dan lingkungannya. Caranya itu merupakan manifestasi norma kehidupan berdasarkan pada kehormatan dan keharmonisan. Namun, berbeda dalam hal hubungannya dengan situasi keputusan pemasaran yang penuh resiko karena persaingan dagang yaitu masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar antar pembeli dan pemasok. Kasus situasi pemasaran sehingga diketahui apakah perlu melakukan kerja sama sebagai bagian menjaga hubungan baik, atau tidak sama sekali, atau kombinasi keduanya (Hana Tjandradiredja, 2002, hlm. 151).

Menurut hasil penelitian Hana, dalam keadaan nyata pemasarannya para pedagang pribumi asli (Jawa) cenderung bersikap mengajak para pendatang baru untuk bekerja sama. Sedangkan para pedagang keturunan Cina cenderung untuk mengerahkan kemampuannya secara optimal tanpa melakukan kerja sama. Cara bersikap demikian bisa saja terjadi karena dalam suatu pertukaran kerja sama dibutuhkan ikatan sosial jangka panjang. Mungkin hal itu dianggap lebih berat oleh pedagang keturunan Cina yang mendasarkan diri pada hutang budi secara moral sulit dibayar dan dilupakan. Terkait dalam hal itu dengan resiko, bagi pedagang pribumi asli nampaknya memiliki penilaian bahwa, resiko dapat disesuaikan atau dikurangi melalui kerja sama. Namun sebaliknya, bagi pedagang keturunan Cina menilai hal itu tanpa harus kerja sama, maksudnya mereka lebih berani menanggung resiko sendiri tanpa melibatkan pihak lain. Bagi mereka, resiko dapat diatasi dengan menggunakan cara lain misalnya, dengan mengendalikan sendiri dan efisiensi dalam hal waktu dan dana atau sumber daya lainnya (Hana Tjandradiredja, 2002, hlm. 153).

Mencermati penjelasan terakhir tersebut mengimplikasikan karakteristik atau sifat dagangnya etnis Cina cenderung kedalam *egoisme etis*. Menurut Mudhofir, *egoisme etis* mengandung tiga arti yaitu, orang *seharusnya* bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kepentingannya sendiri. Kedua, yang terbaik bagi kehidupan *seharusnya* memperoleh yang paling memuaskan atau yang paling menyenangkan terhadap dirinya sendiri. Ketiga, semua tindakan manusia secara disadari atau tidak didorong oleh hasrat bagi kesejahteraan dan kepuasan dirinya sendiri. Hanya nampaknya saja tindakan seseorang itu untuk kepentingan orang lain (Ali Mudhofir, 1996, hlm. 55). Motivasi dan maksud dagangnya etnis Cina tersebut, di satu sisi caranya bertindak memang lebih cenderung sesuai dengan *rame ing gawe*. Namun di sisi lain, etos dagangnya bertentangan dengan *sepi ing pamrih*, sehingga nilai moral tindakan dagangnya *egoisme etis* yang maknanya sama dengan bertindak karena *pamrih*. Makna tindakan yang demikian itu tidak dapat melahirkan kemajuan yang manusiawi karena di satu pihak, menurut Magnis Suseno, pasar dunia sekarang dalam etika pasar bebas yang berjalan dengan *era globalisasi ekonomi* di samping itu padapihak lainnya, kondisi negara Indonesia sekarang mengalami *krisis ekonomi* dan juga sebagai negara pascakolonial (*postcolonial state*) (Franz Magnis Suseno, 2005, hlm. 175).

Menurut K. Bertens, *era globalisasi ekonomi* adalah, kegiatan ekonomi mencakup seluruh dunia, sehingga hampir semua negara tercantum dalam "pasar"

sebagaimana dimengerti sekarang dan merasakan akibat pasang surutnya pasar ekonomis (K. Bertens, 2000, hlm, 347). Maksudnya *krisis ekonomi* adalah, konflik laten antar kelas menimbulkan berbagai masalah dengan berbagai caranya dan yang mengemudikan proses perekonomian (Franz Magnis Suseno, 2005, hlm. 183). Maksudnya negara pascakolonial yaitu, sebuah negara yang masih dipengaruhi secara signifikan baik secara politik, ekonomi maupun kultural oleh sang kolonial (Fitzgerald dalam Muji Sutrisno 2004, hlm. 170). Penjelasan tentang berbagai pengertian tersebut mengimplikasikan pemahaman dampaknya bahwa, apabila sifat dagangnya etnis Cina egoisme etnis seperti tersebut di atas, maka mungkin cenderung mudah menimbulkan *spiral kekerasan* daripada semangat etos *perjuangan tanpa kekerasan*. Menurut Siswanto *spiral kekerasan* yaitu, suatu kekerasan yang menimbulkan kekerasan lain dan sumber utamanya : ketidakadilan. Kekerasan *pertama* mendorong kekerasan bentuk *kedua*: pemberontakan masyarakat sipil, dan kekerasan *kedua* mengakibatkan kekerasan *ketiga*, yakni represi Negara. Sedangkan sikap *perjuangan tanpa kekerasan* artinya suatu strategi perjuangan alternatif yang menaruh sikap hormat kepada moralitas lawan (Siswanto Masruri, 2005, hlm. 388-389). Kemungkinan masalah terpenting pada kecenderungan sifat dagang etnis Cina tersebut dengan kondisi perekonomian sekarang: dalam era globalisasi ekonomi, cenderung mengandung dua kekurangan. *Pertama*, kurang realistis dan rasional, dan *kedua*, kurang sesuai dengan identitas budaya atau pengalaman keagamaan Islam Jawa yang dalam masyarakat pasca-kolonial.

Karenanya, etos dagangnya orang Jawa yang terungkap dalam nilai-nilai moral budaya Jawa dan yang pernah dipraktekkan dalam dunia kehidupan yang sesuai pada masanya sebagaimana dalam pemerintahan dan pemikiran raja Mangkunegara IV seperti diurai pada tulisan ini, kiranya pantas menawarkan diri sebagai bagian alternatif pemecahannya. Misalnya, *pertama-tama*, kedua belah pihak baik pedagang etnis Cina maupun orang Jawa, sebaiknya selalu melakukan proses dialogis partisipatif transendental dalam dunia kehidupan atau realitas sosial yang sesuai pada masanya. *Kedua*, proses tersebut teknis pemberdayaannya harus disesuaikan baik antara proses pendidikan dengan budaya maupun dengan pengalaman keagamaan Islam Jawa. Dua contoh alternatif itu seperti yang diberdayakan dalam pemikiran raja Mangkunegara IV melalui tujuh sikap dan lima sifat serta delapan macam cara bersikap etnis yang berguna (*Asta Gina*) seperti telah dijelaskan di muka. Pemikiran-pemikiran raja Mangkunegara IV itu pernah dipraktekkan dalam kehidupan sosialnya terutama di bidang dagang yang sesuai pada masanya.

Nilai-nilai moral pada pemikiran-pemikiran raja Mangkunegara IV tersebut, mengimplikasikan kedalaman makna etos dagang orang Jawa adalah sikap *maskulin*. Hal itu seperti dijelaskan Budi Paramita, sikap yang dikembangkan orang Jawa adalah sikap *maskulin* adalah, rasional dengan memperhitungkan untung rugi, konsisten dalam prinsip serta berpikir logis dalam meninjau baik masa lampau dan masa depan, memiliki keinginan akan keberhasilan, kepahlawanan, keyakinan dan konsekuen atas keuntungan materi. Lawan dari sikap maskulin adalah *feminin* dalam dagang artinya, aktivitasnya lebih memperhitungkan maksud yang diinginkan tanpa mempertimbangkan

materi atas tindakan, lebih mementingkan hubungan teman, menekankan masa lampau daripada masa depan, berperilaku sederhana, memperhatikan yang lemah dan mementingkan mutu hidup agar lebih langgeng, lebih sama rata (Budi Paramita, 1985, hlm. 77). Budaya dagang etnis Cina cenderung bersikap feminin daripada maskulin seperti telah dijelaskan di muka. Memperhatikan penjelasan tersebut, maka sifat feminin lebih tinggi dalam dagang bisa menghasilkan keunggulan yang lebih rendah. Karena ada prinsip bahwa maskulin merupakan karakteristik pria, sedangkan feminin sebagai karakteristiknya wanita. Hal itu dijelaskan Cottle, bahwa pria memiliki orientasi pasar lebih tinggi dibanding wanita, dalam arti pria lebih memiliki orientasi ke masa depan (Fred Luthans (ed.), 1985, hlm. 57).

Memperhatikan berbagai penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa para pedagang Jawa, baik etnis Cina maupun pribumi asli, kinerja bisnisnya sebaiknya berdasar pada etos dagangnya orang Jawa yang terungkap dalam nilai-nilai moral budaya Jawa dan yang pernah dipraktekkan dalam dunia kehidupan yang sesuai pada masanya sebagaimana dalam pemerintahan dan pemikiran raja Mangkunegara IV. Dengan demikian dimungkinkan atau diharapkan etos dagangnya orang Jawa dapat meningkat terutama dalam aspek penjualan, keuntungan serta pelanggannya. Berdasarkan kemungkinan peningkatan tersebut, maka etos dagang orang Jawa dapat menjadi kerangka acuan tantangan etos dagang selanjutnya dan sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka peningkatan perekonomian Jawa Tengan khususnya dan Nasional pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Antlov, Hans dan Sven Cederroth (ed.), *Kepemimpinan Jawa Perintah Halus Pemerintahan Otoriter*, Jakarta: YOI, 2001.
- Bagus, Lorens, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia, 2000.
- Bertens, K, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- _____, *Etika*, Jakarta: Gramedia, 2005.
- Ciptoprawiro, Abdullah, *Filsafat Jawa*, Jakarta: Balai Pustaka, 2000.
- Daryono, *Etos Dagang Orang Jawa Pengalaman Raja Mangkunegara IV*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Dholakia, Nikhilesh (ed.), *Marketing as If Cultur Mattered*, University of Rhode Island: University of Rhode Preess, 1987.
- Flew, Antony (ed.), *A Dictionary of Philosophy*, New York: St. Martin's Press, 1987.
- Gertz, Clifford, "The Impact of the Concept of Cultur on the Concenp of Man", dalam John R. Platt (ed.), *New Views of the Nature of Man*, Chicago: The University of Chicago Press, 1965.
- Kodiran, "Kebudayaan Jawa", dalam: Koentjaraningrat (ed.), *Anthrophology in Indonesian A Bibliograpical Review*, 's-Gravenhage: Martinus Nijhoff, 1995.
- Lombard, Dennys, *Nusa Jawa Silang Budaya: Jaringan Asia*, jilid 2, Jakarta: Gramedia, 1996.
- Mangkunegara IV, "Serat Darmalaksita", dalam: Ki Padmasusastra, *Dwidja Isjwara*, Surakarta: Albert Rusche, 1889.
- Martin, Stephen, *Industrial Economic, Economic Analysis and Public Polisy*, New York: Mac Millan Publ. Company, 1987.

- Masruri, Siswanto, *Humanitarianisme Soedjatmoko Visi Kemanusiaan Kontemporer*, Yogyakarta: PILAR, 2005.
- Moertono, Soemarsaid, *Negara dan Usaha Bina Negara di Jawa Masa Lampau*, Jakarta: YOI, 1985.
- Mubyarto, *Ekonomi Pancasila*, Jakarta: LP3ES, 1993.
- Mudhofir, Ali, *Teori dan Aliran dalam Filsafat dan Teologi*, Yogyakarta: UGM Press, 1996.
- Mulder, Niels, *Mistisisme Jawa Ideologi Indonesia*, terj. Noor Cholis, Yogyakarta: Lkis, 2001.
- Paramita, Budi, *Struktur Organisasi di Indonesia*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1985.
- Peale, Kenneth Blanchard dan Norman Vincent, *The Power of Ethical Management*, London: Cedar Ltd., 1991.
- Pegeaud, Th.G, "Pangeran Adipati Arja Mangkoenagara IV als Dichters", terj. R.Tg.Muhamad Husodo Pringgokusumo, dalam: *Djawa*, no. 4, Agustus 1927.
- Pringgodigdo, R.M.Mr.A.K, *Sejarah Perusahaan-Perusahaan Mangkunegara*, terj. R.Tg. Muhamad Husodo Pringgokusumo, Surakarta: Yayasan Mangadeg Mangkunegaran, 1987.
- Soetrisno, *Falsafah Hidup Pancasila sebagaimana Tercermin dalam Falsafah Hidup Orang Jawa*, Yogyakarta: Pandawa, 1977.
- Sumodiningrat, Gunawan, "Budaya Jawa dan Integrasi Nasional", dalam: Laela Retna Kumala (ed.), *Keraton Surakarta dan Perubahan Masyarakat, Membumikan Nilai-nilai Tradisional*, Surakarta: Team Simposium Nasional, 2003.
- Suseno, Franz Magnis, *Pijar-pijar Filsafat dari Gatholoco ke Filsafat Perempuan dari Adam Muller ke Postmodernisme*, Yogyakarta: Kanisius, 2005.
- _____, *Etika Jawa sebuah Analisa Faksafi Kebijakan Hidup Jawa*, Jakarta: Gramedia, 2001.
- _____, *Kuasa dan Moral*, Jakarta: PT SUN, 2001.
- _____, *Berfilsafat dari Konteks*, Jakarta: Gramedia, 1992.
- Tjandradiredja, Hana, *Budaya dan Strategi Berkarakteristik dalam Mencapai Keunggulan Pemasaran*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI, 2002.
- Winardi, *Kamus Ekonomi*, Bandung: Alumni, 1984.