



INTISARI

Orang Tionghoa di Indonesia dikenal sebagai wirausahawan, bahkan mereka dikenal telah memiliki jiwa wirausahawan sehingga banyak dikalangan mereka berhasil dan tidak sedikit yang menjadi pengusaha besar. Faktanya orang Tionghoa memiliki latar belakang agama yang berbeda-beda, sehingga menarik kalau dipelajari lebih lanjut mengenai *spirit* wirausaha dikalangan orang Tionghoa yang beragama Islam. Spirit wirausaha ini dapat dilihat dari berbagai nilai yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis, etika, strategi dan penggunaan hasil bisnis bagi kesejahteraan, kemajuan bisnis dan kesalehan sosial.

Penelitian ini akan mempelajari bagaimana semangat bisnis orang Tionghoa Islam atau biasa dikenal dengan orang Muslim Tionghoa di Yogyakarta ditengah menghadapi persaingan usaha baik dalam lingkungan internal maupun terhadap etnis Tionghoa non-Muslim dan etnis lainnya. Untuk mendalami spirit bisnis maka penulis menggunakan teori antropologi ekonomi yang berada dalam pendekatan substantivis. Pendekatan ini memahami ekonomi antropologi sebagai etno-ekonomi yang di dalamnya terkandung tentang pengetahuan masyarakat mengenai bagaimana seharusnya mencari nafkah sesuai dengan tata nilai, norma dan resep-resep yang terlembaga dalam praktik orang Muslim Tionghoa dalam menjalankan kegiatan ekonomi.

Untuk mendalami masalah penelitian ini penulis menggunakan studi kasus orang Muslim Tionghoa dengan menggunakan metode etnografi. Studi menemukan sejumlah temuan. Pertama, orang Muslim Tionghoa memiliki semangat wirausaha yang bersumber dari nilai-nilai yang berasal dari budaya etnis Tionghoa di Indonesia, dan nilai-nilai yang sejalan dengan ajaran agama Islam. Semangat dalam berwirausaha dari unsur etnis Tionghoa antara lain gigih, ulet, rajin, semangat kerja yang tinggi dan hemat, sedangkan dari unsur ajaran Islam antara lain jujur, adil, keberkahan dan kebermanfaatn. Kedua, semangat wirausaha orang Tionghoa telah mendorong mereka mengembangkan etika dan strategi bisnis yang sukses. Ketiga, berpijak dengan semangat wirausaha yang bermoral menggabungkan nilai-nilai budaya dan agama, maka dalam mengejar kekayaan bukanlah hanya sekedar kaya sekaya-kayanya namun, melakukan distribusi kekayaan secara adil dan merata atau berbagi dengan orang yang membutuhkan. Serta keuntungan yang diperoleh dalam usaha tersebut tidak hanya digunakan sepenuhnya untuk kebutuhan sehari-hari, melainkan ditabung untuk masa depan serta memanfaatkan peluang dalam menambah usaha lagi. Orang Muslim Tionghoa cenderung menggabungkan nilai budaya Tionghoa dan ajaran agama Islam dalam berwirausaha, seperti halnya melakukan pelayanan yang baik kepada pelanggan, mendapatkan banyak kepercayaan dari banyak orang, optimis dan jujur.

Kata Kunci : *Ekonomi Antropologi, Wirausaha, Semangat Wirausaha, Muslim Tiongho*



ABSTRACT

Chinese people in Indonesia are known as entrepreneurs, in fact they are known to have an entrepreneurial spirit so that many of them are successful and not a few are big entrepreneurs. The fact is that Chinese people have different religious backgrounds, thus drawing further attention to the entrepreneurial spirit among Chinese Muslims. This entrepreneurial spirit can be seen from the various values that have become new in doing business, ethics, strategies and the use of business results for welfare, business progress and social righteousness.

This research will study how the business spirit of Chinese people or commonly known as Chinese Muslims in Yogyakarta in the midst of business competition both within the internal environment and non-Muslim Chinese and other ethnicities. To explore the spirit of business, the authors use economic anthropology theory which is in a substantivis approach. This approach understands anthropological economics as ethno-economics, which contains people's knowledge of how to make a living in accordance with the values, norms and prescriptions institutionalized in the practice of Chinese Muslims in carrying out economic activities.

In order to explore this research problem, the writer uses a case study of Chinese Muslims using ethnographic method. The study found a number of findings. First, Muslim Chinese have an entrepreneurial spirit that comes from values originating from the Chinese Ethnic culture in Indonesia, and values that are in line with the teachings of Islam. The spirit of entrepreneurship from elements of Chinese ethnicity includes persistence, tenacity, diligence, high and frugal working morale, while elements of Islamic teachings include honesty, fairness, blessings and benefits. Second, the entrepreneurial spirit of the Chinese people has driven them to develop successful business ethics and strategies. Third, based on a moral entrepreneurial spirit combining cultural and religious values, in pursuing wealth only as much as possible, distributing fairly and equitably or sharing with people in need, and the benefits obtained in the business are not only used for meet daily needs, but save for the future and take advantage of opportunities to add more businesses. Chinese Muslims tend to combine Chinese cultural values and Islamic teachings in entrepreneurship, such as doing good service to customers, getting a lot of trust from many people, being optimistic and honest.

Keywords: *Anthropological Economics, Entrepreneurship, Entrepreneurial Spirit, Chinese Muslim*