



RELASI SOSIAL PEDAGANG ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI PASAR TRADISIONAL

Puji Riyanti ✉

SMA Muhammadiyah Binangun, Banjarnegara, Jawa Tengah, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Desember 2012

Disetujui Januari 2013

Dipublikasikan Maret 2013

Keywords:

social relations;

traders;

ethnicity.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan relasi sosial pedagang etnis Cina dan etnis Jawa di pasar tradisional. Penelitian dilakukan di Pasar Tradisional Klampok Purwaja. Relasi sosial antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa di pasar Purwareja Klampok tercermin dalam beberapa aktivitas yang dilakukan yaitu "relasi sosial di pasar" dan "di luar pasar". Relasi di luar pasar masih terlihat adanya jarak sosial yang lebih banyak dipengaruhi oleh etnisitas, tetapi relasi dalam pasar tampak lebih egalitarian. Pelayanan kepada para pelanggan tidak memperdulikan adanya perbedaan etnis. Secara umum, mereka dapat hidup berdampingan dengan baik, keduanya saling diuntungkan secara ekonomis. Namun stereotype etnis diantara keduanya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial kedua etnis dalam kehidupan sehari-hari.

Abstract

The objective of this study is to describe the social relations between ethnic Chinese merchants and the Java community in traditional markets. The research was conducted in Klampok market, Purwareja. Social relations between ethnic Chinese merchants and traders in the market of ethnic Javanese Purwareja Klampok reflected in two forms: "relations inside the market" and "relations outside the market". Relations outside the market is characterized with stereotypes, shaped by ethnicity. In contrast, relations inside the market is more egalitarian. Service to the customer is not influenced by ethnicity difference. In general, these two groups can coexist, and economically they are mutually advantaged. However, ethnic stereotypes still exist and thrive in a society and affect both ethnic social relations in everyday life.

© 2013 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

SMA Muhammadiyah Binangun, Banjarnegara,

Jawa Tengah, Indonesia, 53453.

E-mail: puji_riyanti@yahoo.co.id

ISSN 2086-5465

PENDAHULUAN

Dalam masyarakat multikultural, masing-masing budaya berdiri secara otonom sehingga tampak sebagai bentuk masyarakat multietnis atau polietnis. Dalam pengamatan psikologi bahwa masyarakat multietnis memuat gambaran adanya stereotipe antar etnis yang terdiri dari enam faktor yang dianggap sebagai kriteria atribusi dari stereotip etnis menurut Warnean (dalam Suparlan 2002:144), yaitu sifat yang ditolak, sifat efektif dan menyenangkan, sifat manusia modern, sifat manusia ekonomi, sifat hedonis, dan sifat sederhana, serta kekanak-kanakan. Temuan yang sangat menarik adalah bahwa beberapa dimensi stereotip itu tidak menjadi baik akibat banyak terjadinya kontak sosial. Semakin banyak kontak, isi stereotip semakin jelas dan semakin seragam, tetapi preferensi etnis tidak selalu menjadi semakin positif bahkan bisa menjadi semakin negatif.

Konsekuensi paling nyata perbedaan sosial sebagai unsur penyokong kemajemukan kultural adalah "perbedaan cara pandang atas satu hal yang sama" yang sangat berpeluang membuat interaksi sosial antar anggota kelompok yang berbeda menjadi sulit terlaksana menurut Lippman (dalam Salim 2006:13). Perbedaan semacam ini sering kali juga disertai berkembangnya stereotip satu kelompok atas kelompok lain yang dengan sendirinya kian menurunkan kualitas interaksi sosial yang berlangsung. Padahal kualitas interaksi sosial memiliki peran yang sangat signifikansi dalam aspek kehidupan perseorangan maupun kolektif.

Para ahli Sosiologi sering kali menggunakan istilah "kelompok etnis" untuk menyebutkan setiap bentuk kelompok yang secara sosial dianggap berada dan telah mengembangkan subkultur sendiri. Dengan kata lain, suatu kelompok etnis adalah kelompok yang diakui oleh masyarakat dan oleh kelompok etnis itu sendiri sebagai suatu kelompok yang tersendiri. Istilah etnis dengan demikian bukan hanya menyangkut kelompok-kelompok ras, melainkan juga menyangkut kelompok-kelompok lain yang memiliki asal-muasal yang sama, dan mempunyai kaitan antara yang satu dengan yang lain dalam

segi agama, bahasa, kebangsaan, asal daerah atau gabungan antara faktor yang satu dengan faktor yang lainnya.

Dalam suatu negara sering kali terdapat berbagai kelompok etnis yang berbeda. Di Indonesia misalnya, kita mengenal ada etnis Jawa, Ambon, Madura, Cina, Minang, Batak, dan sebagainya. Keberadaan kelompok etnis tersebut tidak selamanya permanen dan bahkan acapkali hilang karena adanya asimilasi dan amalgamasi. Yang dimaksud asimilasi adalah pembauran budaya dimana dua kelompok melebur kebudayaan sendiri sehingga melahirkan satu kebudayaan. Sedangkan yang dimaksud dengan amalgamasi adalah pembauran biologis antara kelompok manusia yang masing-masing memiliki ciri-ciri fisik yang berbeda sehingga keduanya menjadi satu rumpun. Di berbagai negara akibat globalisasi dan proses keterbukaan, kecenderungan terjadinya asimilasi dan amalgamasi makin lama makin meningkat.

Secara kuantitatif, etnis Cina merupakan minoritas ditengah kemajemukan etnis Indonesia. Pada tahun 1961, Coppel memperkirakan ada sekitar 2,45 juta jiwa etnis Cina atau sekitar 2,5 persen dari total penduduk Indonesia. Sementara itu Wibowo, menaksir kalau jumlah etnis Cina di Indonesia sekitar 3 persen. Lebih tinggi dari kedua taksiran tersebut, sedangkan Taher menyebut angka 4-5 persen. Dari data sensus penduduk yang dipublikasikan oleh BPS pada tahun 2000, komposisi Etnis warga negara Indonesia khususnya di Jawa Tengah, adalah etnis Jawa (97,96%), etnis Sunda (1,05%), etnis Cina (0,54%), Batak (0,05%), Madura (0,05%), Arab (0,03%), dan etnis lainnya (0,24%). (Suparlan 2005:50)

Dari segi tempat tinggal mereka, ada perbedaan pola sebaran antar berbagai pulau di Indonesia. Menurut Coppel khusus untuk Jawa dan Madura, presentase terbesar (78,4%) bertempat tinggal di wilayah perkotaan, sedangkan sisanya (21,6%) bertempat tinggal di pedesaan. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar etnis Cina di Jawa dan Madura berkegiatan ekonomi pada sektor perdagangan dan industri perkotaan. Walaupun telah dikecam karena tidak didasarkan pada temuan penelitian empirik, Wibowo penda-

pat bahwa minoritas etnis Cina di Indonesia telah menguasai 70-80% perekonomian Indonesia (Suparlan 2005:50).

Sejarah membuktikan, para pedagang berkulit kuning itu sudah menjelajah ke pelosok wilayah kerajaan-kerajaan di Nusantara. Menurut Zein penting kita tahu adanya peninggalan di Keraton Yogyakarta, sebelum memasuki bangunan yang dijuluki Sitinggil, kita akan disugahi pemandangan yang terpampang dikiri-kanan ruangan. Salah satu pemandangan itu menggambarkan bagaimana suasana pertemuan Kanjeng Sultan dengan utusan-utusan yang datang dari berbagai Kabupaten dibawah pengaruh kekuasaannya, dengan berbagai keperluan. Ada yang menyampaikan upeti, ada yang sekadar melaporkan kondisi di daerah masing-masing. Satu hal yang menarik, tergambar pula sosok orang Cina hadir dalam pertemuan tersebut (Zein 2000:120).

Ini menunjukkan, sebagai pedagang, orang-orang Cina sejak dahulu berhubungan dengan penduduk di Nusantara. Peran etnis Cina sebagai pedagang diakui pihak kerajaan. Bahkan, terkadang kerajaan menempatkan beberapa orang Cina sebagai penasihat perdagangan mereka. Memang gambaran ini bisa pula sedikit menjelaskan bagaimana hubungan antara pedagang Cina dengan penguasa, sebagai suatu simbiosis (Zein, 2000:120).

Namun keuletan kaum Cina itu sebenarnya tidak melulu bergantung pada kedekatan dengan penguasa dan pangreh praja. Sebagai pedagang perantau, pedagang Cina-pun bisa hidup dan berkembang dikawasan pesisir yang panas dan keras. Dipantai utara Jawapun, pedagang-pedagang Cina memegang peran yang penting sebagai pemula dan pendorong usaha diberbagai bidang kegiatan ekonomi. Umumnya, pedagang Cina berdagang kain atau barang-barang kelontong. Namun, ada pula yang menjadi pengrajin, atau pedagang besar antar pulau, antar negeri (Zein 2000:120).

Dalam hubungan dengan masalah perdagangan antar etnis, pasar merupakan pusat kegiatan ekonomi dimana terjadi relasi antara warga negara Indonesia dari kalangan etnis Cina dengan mereka yang disebut pri-

bumi, oleh karena itu sangat menarik mengungkap masalah relasi sosial antara etnis Cina dan etnis Jawa tersebut, serta usaha sosialisasi multikultural yang dilakukan para pedagang di pasar melalui interaksi sosial.

Penelitian tentang etnis Cina dan kiprahnya di Indonesia sudah banyak dilakukan, salah satunya oleh Puji Lestari (2007) dalam Jurnal Ilmu Komunikasi berjudul "Stereotip dan Kompetensi Komunikasi Bisnis Antarbudaya Bali dan Cina". Lestari menyatakan bahwa banyaknya suku dan etnik dapat menimbulkan stereotip antaretnik. Stereotip antaretnik yang mendekati realitas sering merupakan ekspresi rasa kesukubangsaan, namun di sisi lain stereotip yang tidak sesuai dengan realitas etnik tertentu dapat menjadi bumerang dan kesalahpahaman hubungan antaretnik. Sebaliknya, stereotip yang positif (mendekati realitas) akan mampu meningkatkan kompetensi komunikasi antarbudaya, khususnya di bidang bisnis.

Dalam penelitian tersebut, Lestari menguji pengaruh budaya terhadap komunikasi. Konsep budaya ditinjau melalui variabel stereotip antaretnik dan konsep komunikasi dari variabel kompetensi komunikasi bisnis antarbudaya. Hasilnya adalah nilai-nilai budaya, pengalaman antaretnik, dan prasangka sosial, mempengaruhi stereotip antaretnik di kalangan pengusaha perak Bali dan Cina. Hasil penelitian Lestari menguatkan teori komunikasi antarbudaya Gudykunst & Kim, bahwa dalam komunikasi antarbudaya, manusia selalu dipengaruhi oleh *cultural* (antara lain nilai-nilai budaya), *sociocultural* (antara lain pengalaman antaretnik), dan *psychocultural* (antara lain prasangka sosial). Motivasi, pengetahuan, dan keahlian komunikasi mempengaruhi kompetensi komunikasi bisnis di kalangan pengusaha Bali dan Cina.

Selanjutnya, hasil ini juga menguatkan model kompetensi komunikasi antarbudaya Spitzberg bahwa motivasi, pengetahuan dan keahlian komunikasi membentuk kompetensi komunikasi antarbudaya. Stereotip antaretnik mempengaruhi tingkat kompetensi komunikasi bisnis yang terjadi di kalangan pengusaha Bali dan Cina. Singkat kata, penelitian yang dilakukan Lestari menyimpulkan bahwa stereotip antaretnik mempenga-

ruhi kompetensi komunikasi antarbudaya, yaitu semakin positif stereotip antaretnik (semakin mendekati realitas), semakin tinggi kompetensi komunikasi di antara mereka.

Artikel kedua yang mengupas etnis Cina ditulis oleh Iwan Permadi dan Imam Kuswahyono dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Etnis Cina dalam Kompleksitas Persaingan Usaha: Perspektif Antropologi Hukum”. Tulisan yang dimuat dalam Jurnal Aplikasi Manajemen (2007) mengemukakan tentang posisi etnis Cina yang minoritas di Indonesia namun kuat dalam bidang perekonomian bahkan nilai-nilai bisnis etnis Cina diadaptasi dalam kebijakan perekonomian di Indonesia. Beberapa orang etnis Cina diketahui sebagai pengusaha berpengaruh di Indonesia bahkan Asia. Permasalahan muncul ketika terjadi monopoli dan dominasi oleh etnis minoritas tersebut dalam sektor strategis perekonomian. Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) merancang regulasi untuk mengatur persaingan usaha yang sehat dengan menerapkan etika bisnis baku yang tidak saja milik etnis Cina namun warga negara Indonesia secara keseluruhan.

Tulisan ketiga tentang etnis Cina dan sektor keuangan adalah hasil penelitian Dwi Suhartini dan Jefta Ardhian Renanta (2007) yang berjudul “Pengelolaan Keuangan Keluarga Pedagang Etnis Cina” dimuat dalam Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis. Pedagang etnis Cina di Kya-Kya, Surabaya memiliki prinsip “*generation to generation*” atau generasi turun-temurun yang menjadi pondasi kuat bagi langkah mereka. Prinsip “*generation to generation*” mengatur pola hubungan keluarga dalam setiap lingkup keluarga etnis Cina. Di dalam prinsip itu, terdapat suatu sistem yang disebut “*lingkaran dalam*” yaitu mengacu kepada melibatkan anggota keluarga dalam merencanakan keuangan keluarga. Etnis Cina mempunyai kecenderungan terbuka dalam keuangan keluarga terhadap anggota keluarganya, keluarga Etnis Cina sering kali bertukar pendapat atau melakukan perbincangan yang mendalam secara rasional dari hati ke hati dengan masing-masing anggota keluarga yang sudah dianggap dewasa tentang tujuan dan rencana keluarga di masa

yang akan datang karena para orang tua etnis Cina beranggapan bahwa mereka bekerja sekarang adalah untuk masa depan anak mereka.

Etnis Cina mempunyai cara tersendiri dalam menyusun anggaran keuangan keluarganya. Anggaran keluarga bagi etnis Cina merupakan hasil pengumpulan dan perangkuman semua ekspektasi pemasukan dan pengeluaran yang dilakukan setiap bulan, dimana terdapat seluruh pengeluaran dari seluruh anggota keluarga dan dana untuk keperluan darurat. Selain itu, terdapat pemasukan yang berasal dari laba usaha yang mereka jalankan, meskipun usaha yang mereka jalankan milik mereka sendiri atau bisa disebut dengan usaha keluarga, dalam pencatatan keuangan terdapat pencatatan yang berbeda antara catatan keuangan keluarga dan usaha. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui antara keperluan rumah tangga dan keperluan usaha, karena dalam usaha Etnis Cina menilai pengeluaran yang dilakukan dalam sebuah usaha sepenuhnya adalah investasi.

Ketiga artikel jurnal diatas mengisyaratkan bahwa keberadaan etnis Cina di Indonesia mudah dikenali dalam sektor perekonomian dan sepak terjangnya tidak jauh dari sektor keuangan. Keahlian etnis Cina sebagai pendatang untuk bertahan hidup dan beradaptasi di Indonesia terwujud dalam kelihaihan mereka berdagang. Namun demikian, dalam hubungan sosial dibutuhkan keahlian berinteraksi dan berkomunikasi dengan kelompok lain. Permasalahan itu yang diungkap dalam penelitian ini bagaimana pedagang etnis Cina dan etnis Jawa berinteraksi dalam hubungan sosial di masyarakat.

Untuk menelisik lebih jauh masalah ini, maka konsep tentang adaptasi, relasi, dan integrasi penting untuk diungkap terlebih dahulu. Adaptasi sering diartikan sebagai proses yang menghubungkan sistem budaya dengan lingkungannya. Antropolog melihat suatu budaya yang sedang bekerja, dan menganggap bahwa warga budaya itu telah melakukan semacam adaptasi terhadap lingkungannya secara berhasil dengan baik. Seandainya tidak demikian, budaya

itu niscaya sudah lenyap, dan kalaupun ada peninggalannya berupa kenangan arkeologis tentang kegagalan budaya itu beradaptasi. Artinya, kegagalannya untuk lestari sebagai sebetuk budaya yang hidup. (Laksono 1999 :114)

Seorang antropolog, mengamati dua budaya dalam suatu lingkungan yang sama, dan menemukan bahwa satu budaya melebarkan sayap dengan merugikan budaya yang lain. Kelestarian budaya yang pertama itu terjelaskan sebagai "adaptasi yang lebih baik" terhadap lingkungan tertentu, dalam bandingannya dengan adaptasi yang dilakukan oleh budaya yang digusurnya itu. Petunjuk atau buktinya justru diambil dari kenyataan ekspansi yang terjadi itu. Atau kadang-kadang dinyatakan bahwa suatu budaya (atau suatu tipe struktural) "membuktikan adaptasi menyeluruhnya" dengan melebar luas ke zona-zona lingkungan atau *Niche* ekologis yang luas lingkupnya. Jelas lagilah kiranya, bahwa petunjuk utama mengenai adaptasi total atau adaptasi segala bidang inipun adalah fakta ekspansi itu sendiri. (Kaplan 2002:113)

Pada masa sebelum globalisasi melanda dunia, relasi sosial banyak dipengaruhi oleh sentimen primordialisme, keluarga, hubungan darah, dan sebagainya yang dikategorikan sebagai relasi sosial tradisional. Namun pada era globalisasi, relasi sosial diambil alih oleh adanya persamaan pekerjaan, minat, bakat dan sebagainya yang tidak memiliki ikatan tradisional. Resultan dari relasi sosial tersebut menghasilkan kelas menengah yang banyak dicirikan oleh masyarakat profesional.

Sebagai makhluk sosial, manusia dituntut untuk melakukan hubungan atau relasi antarsesamanya dalam hidupnya, di samping tuntutan hidup berkelompok. Para ahli Sosiologi membedakan relasi sosial menjadi dua yaitu relasi biasa yang disebut relasi sosial dan relasi yang disebut proses relasi. Dalam pengertian genetik, proses sosial adalah relasi sosial yang khusus, atau dengan kata lain relasi sosial mengandung pengertian umum (*genus*), sedangkan proses sosial mengandung pengertian khusus (*species*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena berusaha untuk mempelajari sedalam-dalamnya mengenai relasi sosial yang terjadi antara etnis Cina dan etnis Jawa khususnya di pasar Purwareja Klampok, Banjarnegara. Dengan metode kualitatif, hakekat hubungan antara peneliti dengan responden dapat disajikan secara langsung, selain itu metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pasar Purwareja Klampok, Banjarnegara. Pemilihan lokasi tersebut ditentukan dari topik penelitian ini yang berusaha mengetahui relasi sosial antara pedagang etnis Cina dan etnis Jawa di pasar Purwareja Klampok. Selain itu pasar Purwareja Klampok merupakan salah satu pasar yang memiliki heterogenitas secara sosial budaya dimana terdapat beberapa macam etnis, diantaranya etnis Cina dan etnis Jawa. Untuk mendapatkan data penelitian, penelitian ini menggunakan empat sumber, yaitu: informan, foto/dokumentasi, kenyataan yang diamati dan pustaka.

Dalam proses pengumpulan data, dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data ditempuh dengan mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Purwareja Klampok adalah sebuah pasar di Kecamatan Purwareja Klampok, Banjarnegara. Pasar ini berada dibagian barat kota Banjarnegara akan tetapi pasar ini ramai dengan pengunjung dan pedagang yang berjejal dan tempat jual-beli ini bisa dibilang sebagai pasar yang cukup besar di Kabupaten Banjarnegara. Luas pasar ini 5.450 m² Pasar ini terdiri dari 31 buah los dan 737 buah petak dan jumlah kios 65 buah.

Dari papan monografi pasar Purwareja Klampok dapat diketahui Luas pasar 5.450 m² dengan pemakaian tanah seluas 1984 m²,

yang terdiri dari berbagai hubungan dengan kepentingan pasar. Diantaranya los, dan kios pedagang, tempat parkir, serta mushola yang dilengkapi dengan MCK (mandi, cuci, kakus). Para pedagang di los dan kios banyak berjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari, diantaranya: makanan, sayuran, pakaian, barang-barang kelontong, bumbu dapur dan lain sebagainya.

Di dalam pasar Purwareja Klampok tempat untuk berjualan para pedagang sudah tertata dengan rapi sesuai dengan pengaturan tempat yang sudah ada di pasar, akan tetapi banyak para pedagang yang tidak mempunyai tempat tetap atau los untuk berjualan, banyak yang berjejer berjualan di tepi-tepi los para pedagang yang lain sehingga menimbulkan suasana di dalam pasar yang semakin berjejal dan sesak.

Sebagaimana pasar-pasar yang lain, di halaman depan pasar Purwareja Klampok berjejal becak-becak dan angkutan umum yang siap mengantar para pedagang dan pengunjung di pasar Purwareja Klampok sesuai dengan kepentingan masing-masing. Becak-becak dan tempat parkir kendaraan bermotor yang tidak tertata rapi sering menjadikan lalu-lintas terhambat, karena laju kendaraan banyak yang lambat. Selain itu angkutan kota yang mencari penumpang terkadang tidak mau mengalah dengan kendaraan yang lain. Kebersihan pasar yang kurang diperhatikan para pedagang menyebabkan banyak sampah-sampah yang berserakan di depan pasar Purwareja Klampok, keadaan ini menambah kumuhnya keadaan pasar ini.

Pada pagi hari dimana kebanyakan orang masih tertidur lelap dan menikmati dinginnya fajar, pasar Purwareja Klampok sudah memulai aktivitasnya. Terutama pedagang sayur-sayuran, buahan dan jajanan pasar sudah memulai aktivitasnya di pagi hari sekitar pukul 05.00. Suasana pasar pun tidak sepi sepenuhnya ketika malam hari tiba banyak pedagang makanan seperti pedagang sate, roti bakar dan lain sebagainya, yang baru berjualan ketika sore tiba sampai dengan malam hari. Terkadang ada juga pasar malam pada saat ada acara-acara tertentu yang menyediakan barang-barang murah seperti: pakaian, boneka serta beberapa tempat un-

tuk bermain.

Pedagang di pasar Purwareja Klampok memiliki karakteristik multikultural dan memiliki tingkat heterogenitas yang tinggi. Di pasar ini ada beberapa macam etnis misalnya: Jawa, Cina, Padang, dan Sunda. Etnis yang terdapat di pasar Purwareja Klampok umumnya terbagi menjadi 2 golongan besar yaitu etnis Cina sebagai golongan mayoritas dan etnis Jawa sebagai golongan mayoritas. Sedangkan etnis-etnis lain jumlahnya sangat sedikit dan sulit diidentifikasi baik fisik maupun budayanya, selain itu tidak ada perhitungan khusus dari pihak pasar, dengan demikian tidak memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan sosial di pasar ini.

Adapun pedagang yang berjualan di pasar ini, sesuai dengan data yang ada di pasar adalah sebagai berikut: pedagang yang berjualan di los pasar 363 orang, dan 260 orang berjualan di luar los pasar atau di Kios dengan jumlah pedagang etnis Cina 37 pedagang dan etnis Jawa 586 pedagang yang menempati los maupun kios. Menurut pengelola pasar data tentang pedagang tersebut belum keseluruhannya terhitung, yaitu pedagang yang tidak memiliki tempat di pasar ini, biasanya mereka pedagang berkeliling di dalam pasar dalam menjual barang dagangannya.

Pembeli dan masyarakat merupakan pengunjung di pasar Purwareja Klampok yang kesehariannya tidak tetap jumlahnya. Para pembeli biasanya berkunjung ke pasar ini dari pagi hingga sore hari dengan pengunjung yang berbeda-beda. Pengunjung sebagian besar termasuk golongan mayoritas atau etnis Jawa. Masyarakat disekitar pasar inipun mayoritas etnis Jawa sedangkan etnis Cina hanya sebagian kecil saja.

Selain ramai, biasanya etnis Cina memilih berjualan di pasar Purwareja Klampok karena usaha dagangannya merupakan warisan nenek moyang yang dijalankan secara turun-temurun dijalankan keluarganya. Tidak ada pembagian tempat untuk berjualan para pedagang baik itu etnis Cina maupun etnis Jawa, kepemilikan suatu los maupun kios tergantung pada daya beli pedagangannya dalam memilih tempat berjualan.

Adanya kepemilikan los di dalam pa-

sar oleh etnis Cina secara berurutan bukan karena faktor perbedaan etnis akan tetapi lebih kepada faktor daya beli pedagang dalam membeli tempat berjualan tersebut. Hal itu dibenarkan oleh Dirun sebagai kepala pasar, bahwa kepemilikan los di dalam pasar oleh etnis Cina karena pada saat tempat tersebut dijual yang membeli terlebih dahulu adalah etnis Cinanya. Sehingga dalam hal kepemilikan tempat berdagang tidak ada hubungannya dengan etnis.

Selain itu tidak ada faktor kesengajaan penjualan kepada etnis Cina akan tetapi alasan informasi kepada siapa yang lebih dahulu mengetahui adanya penjualan los tersebut. Siapapun yang mengetahui informasi dan dana yang tersedia maka dia berhak untuk membeli tempat tersebut.

Para pedagang biasanya memilih tempat berjualan dengan alasan masing-masing, seperti yang sudah dijelaskan di atas, alasan yang paling banyak diakui oleh para pedagang terutama etnis Cina karena tempat tersebut yang digunakan sekarang untuk berjualan merupakan warisan dari keluarganya, ada juga yang dikarenakan harga dan lokasi dimana tempat berjualan tersebut disesuaikan dengan kemampuan pedagang yang membeli.

Alasan memilih barang dagangan yang dijualpun macam-macam, alasan modal dan ketahanan barang dagangan yang dijual juga merupakan alasan pedagang menjual barang dagangan yang sekarang dijual. Seperti pedagang pakaian yang mengaku modalnya terjangkau serta bila barang tidak disukai pasar maka tidak rusak atau dapat ditukarkan kembali, pedagang bumbu dapurpun memiliki alasan tersendiri dalam memilih barang dagangan yang dijualnya. Ada juga pedagang etnis Cina yang menjual barang dagangan sesuai dengan kemauan pasar, bila dagangan yang dijual sudah tidak diminati pasar maka ia akan berganti barang dagangan.

Baik pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa dalam melayani pembeli tidak melihat perbedaan etnis, semua pembeli dilayani sama, perbedaan layanan hanya pada pembeli yang sudah berlangganan saja, itupun biasanya pada harga saja. Dalam ma-

salah administrasipun antara pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa tidak ada perbedaan. Kewajiban seluruh pedagang di pasar Purwareja Klampok semuanya sama, apabila para pedagang tidak dapat memenuhi kewajiban administrasinya di pasar maka pedagang tersebut akan mendapat sanksi sesuai dengan peraturan yang ada.

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang digunakan seseorang untuk saling berinteraksi. Bahasa Jawa memiliki suatu sistem tingkat-tingkat yang sangat rumit, terdiri dari paling sedikit 9 gaya bahasa. Sistem ini menyangkut perbedaan-perbedaan yang wajib digunakan, mengingat perbedaan kedudukan, pangkat, umur, serta tingkat keakraban antara yang menyapa dan yang disapa. Dalam konsepsi orang Jawa, berbagai gaya ini menyebabkan adanya tingkat-tingkat bahasa yang berbeda-beda tinggi rendahnya. Tiga gaya yang paling dasar, yaitu gaya tak resmi, gaya setengah resmi, dan gaya resmi (*Ngoko*, *Madya*, dan *Krami*), (Kontjaraningrat 1994 :21-22).

Adat sopan-santun Jawa yang menuntut penggunaan bahasa yang tepat, tergantung dari tipe interaksi tertentu, memaksa orang untuk terlebih dahulu menentukan setepat mungkin kedudukan orang yang diajak berbicara dalam hubungan dengan kedudukannya sendiri. Sebagai etnis pendatang, etnis Cina sudah mampu fasih berbahasa daerah yaitu bahasa Jawa Ngoko atau biasa disebut bahasa Ngapak sebagai bahasa pergaulan sehari-hari, walaupun terkadang juga menggunakan bahasa Indonesia akan tetapi para pedagang sebagian besar menggunakan bahasa daerah ketika melayani pembeli.

Dipasar Purwareja Klampok kerjasama antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa ada suatu perbedaan, akan tetapi perbedaan tersebut tidak sampai menimbulkan suatu konflik yang serius. Sebagian besar pedagang etnis Cina bersedia bekerjasama dengan semua pedagang baik sesama pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa, akan tetapi berbeda dengan pedagang etnis Jawa yang lebih suka bekerjasama dengan pedagang yang satu etnis, yaitu etnis Jawa dengan alasan, apabila satu etnis jadi dalam bekerjasama jadi lebih mudah, hu-

bungan kekeluargaan atau juga karena dari pedagang etnis Cina yang sulit untuk diajak bekerjasama.

Pasar sebagai tempat dimana banyak kegiatan yang terjadi antara pedagang dan pembeli, banyak kegiatan sosial yang biasanya dilakukan dilakukan para pedagang di pasar, diantaranya saling tukar menukar uang, berbincang-bincang sesama pedagang, antara sesama pedagang saling membeli barang dagangan yang pedagang lain menjualnya sedangkan sendiri tidak menjual barang tersebut, misalnya seorang pedagang etnis Cina yang menjual barang elektronik membeli makanan dari seorang pedagang etnis Jawa yang menjual makanan.

Di pasar Purwareja Klampok juga dibentuk suatu paguyuban pedagang yang mengikut sertakan para pedagang pada setiap kegiatannya. Selain kegiatan jual beli sesama pedagang, para pedagang disini juga mengadakan kegiatan untuk menyambut hari kemerdekaan RI pada tanggal 17 agustus dengan mengadakan lomba yang peserta dan panitianya pedagang yang ada di pasar Purwareja klampok.

Meskipun di pasar terlihat adanya pembauran antar pedagang etnis cina dan pedagang etnis Jawa, namun di luar pasar (perdagangan) tampak adanya kelompok-kelompok etnis. Etnis Cina dalam kegiatannya sehari-hari cenderung lebih suka bergaul dengan sesama etnisnya, demikian juga sebaliknya. Kunjungan sesama pedagang di pasar biasanya dilakukan untuk kepentingan tertentu saja, diantaranya menghadiri hajatan bila diundang, dan kematian, tidak lebih dari itu. Pedagang etnis Cina jarang berkunjung kerumah etnis Jawa begitupun sebaliknya. Selebihnya waktu digunakan untuk istirahat, berkumpul dengan keluarga, pergi ke Gereja an lain sebagainya. Saat liburan pun digunakan untuk pergi kerumah saudara atau rekreasi di luar kota.

Pasar Purwareja Klampok merupakan pasar yang banyak menyediakan barang-barang kebutuhan yang banyak dibutuhkan oleh para pengunjungnya. Para pembeli yang biasanya belanja di pasar ini dari berbagai lapisan sosial masyarakat, selain tempatnya yang cukup luas, pasar inipun terkenal leng-

kap menjual barang-barang yang dibutuhkan pengunjungnya.

Sebagai wujud penghormatan terhadap etnis Cina, selain itu karena anggapan bahwa etnis cina adalah orang-orang kaya yang memiliki banyak uang. Wujud penghormatan ini adalah dalam bentuk panggilan "Mamah" atau "Nyonyah" kepada etnis Cina wanita dewasa dan "babah" kepada etnis Cina pria dewasa. Sedangkan etnis Cina wanita yang masih muda biasanya dipanggil dengan "Cik" atau "Tacik". Namun panggilan ini hanya berlaku bagi etnis Cina yang berdagang dan tinggal disekitar pusat perdagangan, disini adalah sekitar pasar Purwareja Klampok. Di luar itu biasanya etnis Cina dipanggil dengan sebutan biasa, misalnya; Pak, Bu, Mba dan Mas.

Selain lengkap dan murah, barang-barang yang diperdagangkan di pasar Purwareja Klampok pembeli juga memilih berbelanja di pasar ini karena lokasinya yang dekat dengan tempat tinggal pembeli. Sebagai pendatang etnis Cinapun berusaha untuk melayani para pembeli yang berbelanja di tempatnya dengan sebaik-baiknya, begitu pula dengan pedagang etnis Jawa. Akan tetapi seorang pembeli tidak hanya memperhatikan harga barang dagangan yang dijual para pedagang, tetapi juga melihat ramah atau tidaknya seorang pedagang melayani pembelinya.

Baik pembeli maupun penjual biasanya dalam interaksi jual beli biasanya menggunakan bahasa daerah, akan tetapi ada juga yang menggunakan bahasa Indonesia. Walaupun bukan etnis asli, etnis Cina sebagian besar sudah bisa menguasai bahasa daerah setempat. Seorang pedagang harus bisa menarik perhatian pembeli di pasar agar memiliki pelanggan. Hal tersebut berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani pembelinya. Baik pedagang etnis cina maupun pedagang etnis Jawa dalam melayani pembelinya sudah cukup baik dan ramah-ramah.

Meskipun sudah sejak lama etnis Cina bertempat tinggal di wilayah Purwareja Klampok, akan tetapi hubungan sosial antara etnis Cina yang berdagang di pasar Purwareja Klampok dengan masyarakat sekitar tempat tinggalnya masih sangat kurang. Di

luar perdagangan biasanya etnis Cina berkumpul di rumah bersama keluarganya. Namun tidak jarang juga pedagang etnis Cina yang sudah lama bertempat tinggal di Purwareja Klampok yang ikut serta dalam kegiatan yang ada dalam masyarakat.

Baik etnis Cina maupun etnis Jawa dalam pergaulan sehari-hari sebagai tetangga sudah cukup baik, jarang terjadi adanya konflik. Dalam kegiatan agamapun seorang etni Jawa yang beragama Kristen berdoa bersama dalam melaksanakan kegiatannya bersama-sama di Gereja yang sama dengan etnis Cina yang beragama di daerah Purwareja Klampok.

Sebagai etnis pendatang, etnis Cina-pun sedikit banyak sudah terpengaruh dengan budaya masyarakat etnis Jawa yang mempengaruhi bahasa dan kehidupan sosial mereka. Dalam hal bahasa hampir sebagian besar dari pedagang etnis Cina sudah tidak mampu berbahasa asli daerah mereka, bahkan mereka cenderung menggunakan bahasa daerah dalam berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Dalam perayaan tradisi-tradisi etnis Cina-pun sudah jarang dilakukan., adapun tradisi tersebut misalnya Imlek dan Cap Gomeh.

Dalam lingkungan pasar adaptasi yang terjadi di sini adalah adaptasi etnis Cina yang berhubungan atau bertempat tinggal di lingkungan etnis Jawa. Seorang etnis Cina yang tinggal jauh dari lingkungan aslinya dan berusaha untuk hidup serta menyesuaikan diri dengan baik maka etnis Cina tersebut telah berhasil beradaptasi dengan lingkungan barunya. Etnis Cina sebagai pendatang berusaha bekerja di pasar Purwareja Klampok dengan berdagang di pasar ini, ada yang berjualan barang-barang kelontong, ikan asin, barang elektronik, makanan ternak dan lain sebagainya. Hal tersebut dilakukan agar etnis Cina mampu bertahan hidup di lingkungan barunya. Adaptasi inipun dilakukan bertahun-tahun untuk bisa bertahan di lingkungan masyarakat etnis Jawa. Apabila seorang etnis Cina tidak mampu beradaptasi dengan lingkungan barunya maka ia akan tersingkir dari lingkungan barunya tersebut. Misalkan usaha berdagang dari etnis Cina mengalami kebangkrutan maka ia akan pindah tempat

dari lingkungannya yang sekarang ia tempati.

Sebagai golongan minoritas, kebudayaan etnis Cina sedikit banyak mengalami perubahan budaya, di mana budaya tersebut mampu mengubah kebudayaan asli etnis Cina dengan pengaruh budaya baru yang ada di lingkungan sekitarnya. Dapat diperhatikan disini pada penggunaan bahasa sehari-hari di mana etnis Cina memiliki bahasa Ibu atau asli dari daerah asalnya, akan tetapi jarang ditemukan di sini seorang etnis Cina yang masih mampu berbahasa asli daerahnya sendiri. Bahkan etnis Cina sudah mampu fasih berbahasa daerah di lingkungan yang sekarang ini mereka tempati yaitu bahasa Jawa. Hal tersebut terjadi karena seringnya komunikasi antara pedagang etnis Cina dengan sesama pedagang etnis Jawa, pembeli dan masyarakat sebagian besar memakai bahasa Jawa dalam melakukan kegiatan di pasar maupun dalam kehidupan sehari-hari, tidak jarang juga pembeli yang tidak bisa memakai bahasa nasional yaitu bahasa Indonesia.

Dalam kegiatan keagamaanpun jarang terlihat adanya perayaan besar-besaran yang dilakukan oleh etnis Cina karena mereka juga menyesuaikan dengan agama Kristen yang dianut masyarakat disekitar lingkungan etnis Cina. Kegiatan yang sudah jarang etnis Cina lakukan adalah perayaan Imlek dan Cap Gomeh maupun pelaksanaan tradisi leluhurnya.

Etnis Cina pada umumnya masih berpegang kuat pada tradisi leluhurnya. Meskipun tidak didukung data yang tepat, Theresa (dalam <http://iccs.wordpress.com>) menyebutkan bahwa sekitar 80 % etnis Cina menggunakan tradisi leluhurnya tersebut dalam lingkaran kehidupannya seperti dalam upacara kematian, meminang pasangan, pernikahan, melahirkan, upacara tolak bala, serta masih banyak yang lainnya. Akan tetapi perayaan dan tradisi tersebut sudah jarang dilakukan oleh keluarga etnis Cina yang bertempat tinggal di Purwareja Klampok. Mereka cukup merayakan hari-hari besar mereka dalam lingkup keluarga, etnis Cina merasa toleransi adanya lingkungan dan kebudayaan lainpun perlu diperhatikan. Sehingga

daritahun-ketahun budaya etnis Cina semakin memudar. Maka dapat dilihat bahwa, adaptasi yang dilakukan oleh etnis Cina dengan lingkungan etnis Jawa merupakan usaha dari diri-sendiri untuk dapat bertahan di lingkungan barunya yang memiliki budaya berbeda, semata-mata untuk dapat bertahan di lingkungan barunya tersebut.

Etnis Cina hidup bermasyarakat dalam lingkungan etnis Jawa, dalam hal menganalisa masyarakat, perlu adanya perincian kehidupan masyarakat kedalam unsur-unsurnya yaitu, pranata, kedudukan sosial, dan pranata sosial. Tujuannya adalah untuk kemudian mencapai pengertian mengenai prinsip-prinsip kegiatan antara berbagai unsur masyarakat itu. Etnis Cina yang berada di pasar Purwareja Klampok yang sebagian besar bekerja sebagai pedagang, merupakan bagian dari masyarakat etnis Jawa yang bertempat tinggal di daerah tersebut.

Apabila dilihat dari sifatnya orang Cina memiliki etnis yang memiliki ciri-ciri suka bekerja keras dan memiliki motto bahwa "waktu adalah uang", sehingga semangat mereka untuk terus maju dimanapun mereka berada masih tetap ada. Seperti disini dapat dilihat persaingan antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa yang berusaha mendapatkan pelanggan di pasar Purwareja Klampok sebanyak-banyaknya dengan cara memberikan layanan dan harga yang dapat bersaing.

Etnis Jawa memiliki sifat kegotongroyongan yang masih sangat erat. Secara tidak langsung etnis Cina sebagai etnis pendatang dan sudah termasuk kedalam anggota masyarakat di Purwareja Klampok, maka etnis Cina pun ikut berperan serta dalam setiap kegiatan yang ada dalam masyarakat, maka etnis Cina pun ikut dalam kegiatan gotong royong dan ronda di sekitar lingkungannya tersebut.

Sebagai golongan minoritas etnis Cina pun mematuhi dan menaati semua peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh golongan mayoritas yaitu etnis Jawa, baik dengan sendirinya dengan jalan meniru dan dengan tekanan sosial yang berupa peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh golongan yang lebih berkuasa. Dengan jalan meniru

misalnya penggunaan bahasa dalam hal perdagangan, pedagang etnis Cina meniru penggunaan bahasa Jawa dalam melayani pembeli dan dalam berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Dalam peraturan yang ditetapkan golongan misalnya keharusan untuk melengkapi administrasi pasar dalam hal perdagangan, mupun dalam masyarakat yang berupa keikutsertaan dalam setiap kegiatan di lingkungan sekitarnya, misalnya kegiatan ronda, kerja bakti atau keamanan, iuran-iuran warga dan lain sebagainya.

Dalam hal ini kekuasaan golongan mayoritas terhadap golongan minoritas bersifat tidak memaksa dan tidak menggunakan kekerasan sehingga etnis Cina pun menaati peraturan-peraturan yang ada tersebut dengan rasa hormat bukan dengan rasa takut untuk melaksanakan peraturan-peraturan tersebut.

Dengan adanya peraturan-peraturan yang memunculkan berbagai kegiatan yang ada di dalam masyarakat tersebut merupakan suatu usaha sosial untuk mengatasi perbedaan antara golongan-golongan sosial yang menjadi sumber kesukaran dalam masyarakat.

Di dalam lingkungan pasar Purwareja Klampok, relasi sosial antar pedagang terbentuk atas dasar kepentingan kerjasama dalam hal perdagangan. Ada 2 golongan mayoritas dan minoritas yang ada, dengan golongan mayoritas dikuasai oleh etnis Jawa dan golongan minoritas oleh etnis Cina. Diantara kedua golongan tersebut dalam kehidupan sehari-hari berelasi dengan wajar, sehingga tidak tampak ada kesenjangan. Namun bila seorang pengamat telah masuk dan terlibat dalam komunitas tersebut, akan tampak bahwa ada *stereotype-stereotype* tertentu yang muncul sebagai akibat adanya kesenjangan tersebut. Kesenjangan yang paling terasa adalah antara pedagang etnis Cina dan etnis Jawa.

Meskipun antara etnis Cina dan etnis Jawa masih terdapat adanya suatu kesenjangan sosial, akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa antara keduanya sudah terjadi pembauran. Adapun pembauran yang terjadi antara lain; pertama, Penggunaan bahasa Jawa Ngoko dialek Banyumasan (Bahasa yang

dipergunakan sebagian besar etnis Jawa di Purwareja Klampok dan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi etnis Cina dan etnis Jawa). Kedua, penggunaan nama-nama Jawa atau Indonesia oleh etnis Cina. Ketiga, adanya sikap toleransi antara etnis Cina dan etnis Jawa pada saat ada suatu hajatan atau resepsi, kematian dan kegiatan masyarakat lainnya, misalnya etnis Cina menghadiri undangan pernikahan dari etnis Jawa atau sebaliknya.

Dari pihak Kepala Pasar Purwareja Klampok yang mengurus kepentingan yang ada di pasar memperlakukan kepentingan semua pedagang dengan adil, baik itu pedagang etnis Cina maupun pedagang etnis Jawa. Setiap pedagang mendapatkan hak yang sama untuk memilih lokasi pasar tempat berjualan sesuai kemampuan pembeli, begitu pula dalam hal administrasi. Tanggung jawab administrasi antara pedagang etnis Cina dan etnis Jawa sama, tidak ada suatu perbedaan.

Pembelipun melakukan hubungan sosial dengan para penjual baik pedagang etnis Cina atau pedagang etnis Jawa akan tetapi ada pembeli yang memilih etnis Cina atau etnis Jawa saja karena tergantung bagaimana pedagang melayani mereka. Faktor persamaan etnis pun terkadang masih dipilih sebagai alasan mereka memilih satu etnis, karena dianggap lebih ramah, baik dan sebagainya. Biasanya ini dilakukan oleh pembeli etnis Jawa kepada pedagang etnis Jawa.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa relasi sosial antara pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa

di pasar Purwareja Klampok yang dilakukan yaitu baik di dalam pasar, maupun di luar pasar masih terlihat adanya jarak sosial yang lebih banyak dipengaruhi oleh etnisitas. Tetapi relasi sosial yang terbangun antara Pembeli dan Pedagang di Pasar Purwareja Klampok, Banjarnegara tidak membedakan adanya perbedaan etnis. Dalam kehidupan bermasyarakat, etnis Cina dan etnis Jawa hidup berdampingan dengan baik, keduanya saling diuntungkan secara ekonomis. Namun *stereotype* etnis diantara keduanya masih tetap ada dan berkembang dalam masyarakat yang cukup mempengaruhi hubungan sosial kedua etnis dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaplan, D. 2000. *Teori Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Koentjaraningrat. 1994. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka
- Laksono, P. M. 1999. *Teori Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Lestari, P. 2007. Stereotip dan Kompetensi Komunikasi Bisnis Antarbudaya Bali dan Cina. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 4 (1): 41-72.
- Listiani, T. 2011. Partisipasi Masyarakat Sekitar dalam Ritual Ban Eng Bio. *Jurnal Komunitas*. 3(2):1-8
- Permadi, I. & Imam, K. 2007. Penerapan Etika Bisnis Etnis Cina dalam Kompleksitas Persaingan Usaha: Perspektif Antropologi Hukum. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 5 (1): 40-48.
- Salim, A. 2006. *Stratifikasi Etnis : Kajian Mikro Sosiologi Interaksi Etnis Jawa dan Cina*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Suhartini, D. & Jefta AR. 2007. Pengelolaan Keuangan Keluarga Pedagang Etnis Cina. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. 7 (2): 70-81.
- Suparlan, P. 2005. *Sukubangsa dan Hubungan antar-Sukubangsa*. Jakarta: YPKIK
- Zein, BA. 2000. *Etnis Cina: dalam Potret Pembauran di Indonesia*. Jakarta: Prestasi.