

ETHNIC CHINESE TRADE STRATEGY IN LANGSA

Maulida

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Email: maulida0404@gmail.com

Muhammad Thalal

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Email: mthalal@ar-raniry.ac.id

Reza Idria

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Email: rezaidira@ar-raniry.ac.id

Abstract

Before independence, during the Dutch era, ethnic Chinese first appeared in Langsa. Originally from the Toko Rear Area, or Chinatown Area, they are now dispersed around the city on streets such Jenderal Ahmad Yani Street, Aggusalim Street, Teuku Umar Street, Pasar Hugs, and others. The goal of this study was to learn more about the tactics used by ethnic Chinese traders in Langsa as well as the impact of their commerce on the local populace. By merging data from the literature with field research data, this study employs qualitative research. Interviews, documentation, and non-participant observation were the methods employed in this study. Data reduction, data presentation, and data verification are all types of data analysis techniques. The study's findings demonstrate that elements like religion, culture, (tradition and kinship), education, trade structure, and a suitable environment also have an impact on the habits, capital, and work ethic of the Chinese ethnic group in Langsa. This increased, increased, and advanced the ethnic Chinese trade, which had a significant impact on Langsa's trade growth sector. On the other hand, the influence of ethnic Chinese trade on local communities also had a positive effect, such as the lack of competition between Chinese and local traders; rather, the presence of Chinese traders makes local traders feel profitable because they can buy goods at low prices from Chinese stores. The service system is effective and welcoming, the stock is complete, and the newness of the items is assured. Many locals have also found employment in ethnic Chinese stores. A lot of local community activities, including as weddings, funerals, social meetings, and other events are also attended by ethnic Chinese. In addition to trade contacts, relationships with their surroundings are also firmly formed. To this day, the Chinese continue to uphold the ideals of harmony between the ethnic Chinese and the local community by remembering to give food or ampau to the local children when they celebrate festivals like Chinese New Year.

Keywords: *Manuscript; Dawat Al-Qulub; Sufism; Muhammad Khatib Langgien*

STRATEGI PERDAGANGAN ETNIS CINA DI LANGSA

Abstrak

Keberadaan awal etnis Cina di Langsa sudah ada sebelum merdeka, pada zaman Belanda, dan dulunya mereka menetap di Kawasan Toko Belakang, atau Kawasan Pecinan, dan sekarang tersebar di berbagai daerah perkotaan misalnya di jalan Jenderal Ahmad Yani, jalan Aggusalim, jalan Teuku Umar, Pasar Peukan, dan lain sebagainya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang etnis Cina di Langsa, dan pengaruh perdagangan etnis Cina terhadap masyarakat lokal di Langsa. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggabungkan data dari kepustakaan, dan data penelitian di lapangan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi perdagangan yang digunakan oleh etnis Cina di Langsa seperti habitus, modal, etos kerja dan juga dipengaruhi oleh faktor seperti agama, budaya, (tradisi, dan kekerabatan), pendidikan, struktur perdagangan, dan lingkungan memadai. Hal tersebut membuat perdagangan etnis Cina semakin berkembang, meningkat dan maju, sehingga memberikan pengaruh besar bagi sektor pertumbuhan perdagangan di Langsa. Sedangkan pengaruh perdagangan etnis Cina terhadap masyarakat lokal juga memberikan dampak yang positif, seperti tidak adanya persaingan antara pedagang Cina dan pedagang lokal, malah sebaliknya dengan adanya pedagang Cina, pedagang lokal merasa menguntungkan karena barang yang dibeli di toko Cina mereka dapatkan dengan harga yang murah, stoknya lengkap, terjamin baru, dan sistem pelayanan yang baik dan nyaman. Sejumlah warga lokal juga mendapatkan pekerjaan di toko etnis Cina. Selain hubungan dalam perdagangan, hubungan interaksi dalam lingkungan mereka juga terjalin dengan baik, pada sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lokal, etnis Cina juga ikut serta dalam kegiatan tersebut seperti pada acara pernikahan, kematian, arisan, dan lain sebagainya. Begitu juga dengan etnis Cina ketika merayakan hari raya seperti imlek, mereka tidak lupa membagikan makanan ataupun ampau kepada anak-anak masyarakat lokal, sehingga hal tersebut menjaga nilai-nilai keharmonisan antara etnis Cina dengan masyarakat lokal sampai sekarang.

Kata kunci: *Strategi; perdagangan Etnis Cina; Langsa*

Pendahuluan

Di Provinsi Aceh terdapat 23 Kabupaten, termasuk Kota Langsa yang merupakan salah satu kota di Aceh, Indonesia. Langsa terletak dari Kota Banda kurang dari lebih 400 km. Langsa sebelumnya berstatus Kota Administratif Langsa kemudian diubah statusnya

menjadi Kota Langsa menurut Undang-Undang Nomor 3 tanggal 21 Juni 2001. Langsa yang berada di pesisir Timur provinsi Aceh ini adalah bagian dari Kabupaten Aceh Timur. Dikenal sebagai kota besar yang memiliki kemajuan dan berkembang di Aceh, Langsa

bersinggungan langsung dengan dua Kabupaten ialah Aceh Timur dan Aceh Tamiang. Hari jadi kelahiran Langsa jatuh pada tanggal 17 Oktober 2001. Pada awal berdirinya, Langsa terdiri dari tiga kecamatan diantara Langsa Barat, Langsa Kota dan Langsa Timur. Menurut Qanun Kota Langsa No 5 Tahun 2007, kemudian diuraikan lagi menjadi dua kecamatan yaitu Langsa Lama dan Langsa Baru.

Langsa merupakan kota yang memiliki beragam etnis, diantaranya terdapat etnis masyarakat Aceh, Jawa, Batak, Melayu, Gayo, Minangkabau, Cina, dan lain sebagainya. Dari sensus kependudukan dapat kita lihat perbandingan antara penduduk lokal dengan penduduk etnis Cina. Yang dimana jumlah penduduk lokal adalah 185.622.000 jiwa, sedangkan jumlah penduduk Cina adalah 684.000 jiwa, atau sekitar 4,6% saja, mereka mendarat dengan budaya asli yang kuat, dan penuh dengan sebuah keberanian, ketekunan dan kegigihan (Ramzan 2016). Walaupun memiliki perbedaan antara budaya, tradisi, dan keagamaan antara penduduk lokal dengan masyarakat penghuni komunitas etnis Cina mereka hidup dengan kedamaian, ketetraman dan memiliki sikap yang saling kuat

dalam menghormati dan menghargai agama, tradisi dan budaya.

Langsa sejak dulu telah menjadi pusat pertumbuhan dalam bidang perdagangan dan juga sering dikunjungi oleh penduduk luar dalam melakukan bisnis komersial, termasuk etnis Cina yang hingga saat ini sebagian besar bertempat tinggal di Kawasan Toko Belakang jalan Jenderal Ahmad Yani. Hal ini terjadi karena usaha perdagangan mereka dilakukan ditempat yang sangat strategis sehingga mudah untuk dikenali oleh banyak orang, dan lingkungan atau fasilitas-fasilitasnya juga sangat memadai sehingga banyak penduduk imigran yang melakukan transaksi jual beli terutama etnis Cina. Orang Cina di beberapa kota besar awal-awalnya membentuk sebuah tempat berkumpulnya bagi para pedagang. Tempat para berdagang etnis Cina ini dibekerja untuk kepentingan anggota-anggotanya, khususnya ialah untuk mengurus pajak. Disamping itu juga ada perkumpulan para pedagang yang berdasarkan asal satunya yang berasal dari daerah di negara Cina.

Berdasarkan leluhur tradisi dan budaya etnis Cina diperkirakan ribuan tahun telah melakukan jalur perdagangan di Nusantara. Jauh sebelum

Islam, Nusantara menjadi kerajaan kepulauan Indonesia. Dan kemudian didirikan untuk menjalin hubungan diplomatik dengan kerajaan yang menguasai Cina. Hubungan ini membuka jalan bagi interpretasi ke Indonesia dengan Aceh. Orang Cina dari kelompok etnis di seluruh dunia diidentifikasi sebagai petualang dengan mengejar ambisi yang beragam, termasuk aspek-aspek seperti politik, ekonomi, bisnis, dan perdagangan/kewirausahaan (Usman 2009). Sehingga sebagian besar dari masyarakat Cina di Indonesia sekarang memang hidup dari perdagangan dan hal ini juga merupakan suatu fakta terutama di Langsa. Setiap pertokoan rata-rata usaha perdagangan dan kewirausahaan memang merupakan mata pencaharian penting dalam kehidupan etnis Cina di Indonesia. Aktivitas berdagang dan berbisnis sangat digemari masyarakat Cina. Berdasarkan pengamatan rata-rata masyarakat lokal di Langsa lebih cenderung untuk membeli memenuhi kebutuhan sehari-hari di tempat toko etnis Cina. Misalnya toko rempah-rempah, barang-barang elektronik, toko emas, toko bangunan, bengkel peralatan mobil dan sepeda motor, apotik, dan lain sebagainya.

Perkembangan budaya, tradisi dan peradaban Tionghoa berkembang melalui bidang perdagangan. Sistem perdagangan dipengaruhi dan sudah ada sejak lahirnya ajaran Taoisme dan ajaran Konfusianisme. Kemudian, sejak awal abad kedua, pada masa Dinasti Han, kelompok Tionghoa menjalin hubungan dengan dunia luar. Ekspansi dagang Cina yang pertama mulai pada dari masa dinasti Tang (618-907 M). pada saat juragan pedagang telah mengungkapkan sebuah hubungan antarnegara sejauh jalur yang dikenal dengan jejak Sutra. Jejak Sutra dimulai di Xi-An, Ibu kota Cina selama Dinasti Tang memerintah, terus berlanjut melalui di negara-negara seperti Rusia, India Utara, Afganistan, Persia, dan berakhir di kota Pelabuhan Tirus, yang terletak di Lebanon. Ekspansi yang cepat juga terjadi pada zaman dinasti Ming (1368-1644 M).

Ekspansi Cina dan misi perdagangan dimulai pada periode ke-7, membuka hubungan perdagangan antar negara. Setelah pelayaran ke Timur Tengah dan Asia Timur, misi perdagangan berlanjut pada periode ke-14, melibatkan banyak pelaut pada saat itu. Menurut Zheng He, ekspansi bisnis komersial Cina di Asia Tenggara dimulai pada periode ke-15. Sejak saat itu,

banyak empu Tionghoa yang menginjakkan kaki di wilayah Indonesia. Pada periode ke-16, sebagian besar orang Tionghoa menetap di Palembang. Sejak itu, suku-suku Tionghoa yang tak terhitung jumlahnya telah tersebar di pulau-pulau di Asia Tenggara. Perdagangan telah mencari nafkah sejak awal kedatangan orang Tionghoa di Indonesia. Perwakilan nirlaba selama beberapa ribu tahun terakhir telah menjadi peradaban yang terkait dengan generasi berikutnya. Hal ini karena budaya dan aspirasi masyarakat Tionghoa untuk bekerja masih mengkhawatirkan para perdagangan dunia. Cina dan Aceh memiliki hubungan yang dimulai pada periode ke-17. Saat itu para saudagar Tionghoa yang datang ke Aceh sedang bertukar pandangan mengenai proses melakukan perdagangan di Aceh. Aceh dijadikan tempat persinggahan pelaut dari berbagai negara untuk melakukan sebuah transit pelabuhan, dan ekspor barang dan jasa, menunggu cuaca yang mendukung sehingga bisa melakukan pelayaran ke berbagai negara. Mereka bekerja sebagai pedagang baik itu sebagai pedagang musiman maupun pedagang tetap. Sehingga pada periode ke-19 Cina adalah salah satu negara

perdagangan terbesar di dunia. Masyarakat Tionghoa dikenal sangat dinamis dan konsisten, dalam membangun dan mengembangkan budaya, tradisi dalam negeri maupun luar negeri.

Ketika status etnis Cina disahkan menjadi kewarganegaraan etnis Cina di Indonesia oleh Presiden Soekarno, penduduk etnis Cina semakin hari semakin bertambah khususnya terjadi di Langsa. Pada periode ke-60 an, etnis Cina di Langsa mulai menetap di berbagai wilayah yang memiliki tempat lokasi yang strategis dekat dengan daerah perkotaan seperti di Peukan Pasar Langsa, jalan Aggusalim, jalan Teuku Umar, jalan Jenderal Ahmad Yani, dan lain sebagainya. Hal tersebut disebabkan karena masyarakat etnis Cina mempunyai tradisi dan budaya dalam memilih lokasi yang menguntungkan bagi mereka dalam penggerakan modal seperti memiliki kemudahan dalam perparkir kendaraan baik itu roda dua, maupun roda empat, dan juga tidak jauh dari pusat pemerintah. Kebiasaan dalam perdagangan sudah menjadi turun-temurun dari leluhurnya mereka, sehingga keterampilan dalam ilmu bisnis telah didapatkannya. Sejak dini keturunan anaknya diberikan dan

dipraktekkan langsung dalam ilmu berdagang, dimulai dari suatu hal yang paling sederhana ialah mengambil sebuah plastik keemasan barang, atau hanya sekedar melihat orang tuanya dalam berdagang, dan juga bagaimana cara untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya. Keberhasilan bisnis etnis Cina memberikan gambaran atas perkembangan budaya mereka. Hal ini terjadi karena sebuah bisnis yang dijalankannya memiliki kegigihan, ketekunan, tidak menyerah, tidak merasa puas atas keberhasilan, bisa menerima pahitnya sebuah kehidupan dan juga mereka bisa beradaptasi dalam lingkungan hidup mereka. Demikian juga di faktorkan dengan sumber daya manusia yang mencukupi sehingga menjadi mereka semakin berjaya. Hubungan yang dibina oleh masyarakat Cina tersebut adalah sebagai simbol dalam bidang perdagangan yang masih berjalan sampai saat ini. Hubungan itu dimulai dari tingkat keluarga yang kemudian diperluas dengan daerah asal, akhirnya membentuk suatu jaringan untuk mengembangkan suatu jaringan bisnis yang memadai. Sehingga landasan tersebut menjadi sebuah keharusan terutama pada tahap perkembangan bisnis. Dalam perkembangan bisnis

perdagangan etnis Cina diakibatkan karena memiliki hubungan informasi dalam jaringan perdagangan sehingga perdagangan mereka semakin hari semakin maju dan juga berkembang, selain itu disebabkan karena mereka memiliki strategi dalam melakukan suatu perdagangannya, seperti habitus, modal, etos kerja, ketiga strategi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, agama, budaya (kekerabatan, dan tradisi), pendidikan, dan lingkungan memadai. Alasan melakukan kajian penelitian ini, terutama untuk masyarakat lokal dalam berdagang, supaya mereka mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha perdagangan mereka, seperti hal yang dilakukan oleh masyarakat etnis Cina dalam mengembangkan usaha perdagangannya. Untuk menjawab permasalahan di atas, maka metode yang digunakan adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data meliputi survei atau observasi, wawancara dan dokumentasi. Semua data yang dikumpulkan akan dianalisis sehingga menjawab permasalahan di atas dapat diselesaikan dengan baik.

Sejarah Asal-Usul Etnis Cina di Langsa

Keberadaan awal etnis Cina di Langsa sudah ada sebelum merdeka pada zaman Belanda, dan dulunya mereka menetap di Kawasan Toko Belakang, atau Kawasan Pecinan, yang dimana dulunya tempat tersebut merupakan tempat awal tinggal para komunitas Etnis Cina di Langsa. Di kawasan ini masih terlihat sebagian bangunan yang memiliki ciri, bentuk, dan khas, yang dulunya menjadi tempat tinggal mereka. Tetapi dengan seiring perkembangan zaman sebagian bangunan tersebut telah dihancurkan oleh pemerintah, dan bangunan itu sekarang dibentuk menjadi lebih modern. Pada awal kedatangan mereka dengan memulai perdagang pada zaman Belanda di daerah Kawasan Toko Belakang dan Peukan Pasar Langsa sekitaran tahun 60an. Dan juga status mereka masih warga negara asing Indonesia khususnya di Langsa, pada tahun sekitaran 1958-1969 baru disahkan menjadi Kewarganegaraan etnis Cina di Indonesia, sehingga mengakibatkan etnis Cina di Langsa beramai-ramai datang hingga sampai sekarang ini, jumlah mereka semakin bertambah berdasarkan sensus penduduk.¹ Pada awal kedatangan etnis

Cina di Langsa, mereka memulai membangun usaha perdagangannya dari kecil, yang dimana sejak awal kedatangan mereka di daerah perantauan hanya mempunyai pakaian yang dikenakan, dan tidak memiliki aset yang lain misalnya seperti berupa materi. Mereka hidup dengan kondisi kekurangan, sehingga hal tersebutlah yang menjadi pendorong kesuksesan mereka dalam berdagang. Sehingga sampai sekarang ini perkembangan usaha mereka semakin maju, terbuktinya terdapat banyak toko cabang etnis Cina di Langsa. Semakin hari semakin bertambah dalam membuka usaha perdagangan, dan juga usaha mereka semakin hari semakin berkembang pesat di Langsa

Dengan perkembangan zaman, sekarang berdagang etnis Cina di Langsa semakin berkembang dan berhasil di berbagai daerah yang dekat dengan perkotaan misalnya di Jalan Aggusalim, Jalan Jenderal Ahmad Yani, Peukan Pasar Langsa, Jalan Teuku Umar, dan lain sebagainya. Sehingga dalam bidang perdagangan rata-rata dikendalikan oleh etnis Cina. Pedagang toko Etnis Cina yang pertama kali adalah yang menjual

¹ Hasil wawancara dengan Mulyadi, 42 tahun, Sekdes Peukan Langsa, 04 Juli 2022.

kebutuhan sembako yang letaknya di Peukan Pasar Langsa sebelum dihancurkan, sekarang lahan daerah toko tersebut telah menjadi milik pemerintah, dan sekarang dibangun Langsa Town Square (Latos). Pedagang Etnis Cina di Langsa yang paling kaya yaitu pedagang toko emas, dan toko bengkel, karena mereka telah membuka toko di beberapa cabang di daerah perkotaan, dan dikelola oleh anaknya.

Penduduk etnis keturunan Cina di Langsa merupakan minoritas, berdasarkan data sensus penduduk dari Badan Statistik di tahun 2010 bulan Mei, keturunan mereka sebanyak 684.000 jiwa atau hanya sekitar 4,6%. Tetapi dalam perdagangan membuktikan bahwa mereka, warga keturunan etnis Cina menjadi sumber meningkatnya roda kehidupan masyarakat dalam bidang perdagangan.

Strategi Perdagangan Etnis Cina di Langsa

Dalam mengembangkan sebuah usaha perdagangan, mereka tidak mendapatkannya dengan mudah, tetapi memerlukan waktu yang panjang, sehingga proses tersebut menjadi pengalaman yang mereka rasakan, misalnya ketika mengalami kesulitan

modal, tokonya sepi pelanggan, dan hingga mengalami kebangkrutan. Berdasarkan atas pengalaman tersebut, memberi pelajaran yang berharga, sehingga etnis Cina ini tahu bagaimana cara untuk meningkatkan visi/misi dalam strategi agar berkualitas dalam berdagang misalnya, dalam meningkatkan produk barang yang dijual, memberikan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat, tidak mengambil keuntungan dalam berdagang, sistem pelayanan yang diberikan nyaman dan memuaskan hati pelanggan, menyimpan uang dalam bentuk modal maupun investasi, bergabung dengan asosiasi perdagangan, dan menjunjung tinggi sebuah kepercayaan yang diberikan pemilik toko dengan rekan bekerja.

Dari hasil penelitian yang dilakukan atas dasar teori yang diutarakan oleh Bourdieu, bahwa dalam membangun strategi usaha bisnis yang harus diterapkan seperti habitus, sikap dan etos kerja, serta tiga jenis modal yang harus diterapkan, yaitu modal ekonomi, modal sosial, dan modal budaya. Dalam modal ekonomi diterapkan pada hal-hal yang berhubungan terlihat dan jelas bentuk fisiknya dan dapat digunakan ketika

mengalami kesulitan misalnya seperti uang, tempat tinggal, dan aset-aset lainnya. Modal sosial diterapkan pada hal-hal yang berhubungan dengan komunikasi antara satu manusia dan manusia lainnya, misalnya seperti mampu meyakini seorang dengan perkataan dan perbuatannya. Modal kultural atau modal budaya diterapkan atas pemahaman wawasan serta kepribadian yang dipunyai oleh seseorang yaitu budaya tidak boros.

Habitus

Habitus adalah sebuah kebiasaan individual yang terbentuk berdasarkan lingkungan sosialnya terhadap objek yang ada di pikiran masing-masing individu. Kebiasaan dapat digambarkan ada terhadap diri seseorang, karena hasil dari sikap (persepsi), tindakan, pikiran, yang diperoleh hasil suatu kegagalan dalam hidupnya dan pengalaman hidup pribadi dirinya. *Habitus* merupakan suatu hal-hal yang dapat disadari dan diyakini oleh seorang melalui interaksi sosial manusia dalam waktu yang lama, sehingga terjadi sebuah kebiasaan, hal ini disebabkan karena cara berpikir serta pola perilaku yang tinggal pada diri orang tersebut. Dalam penggerak tindakan, pemikiran *habitus* bersifat

dinamis yang dimana mudah bergerak, untuk berubah sesuai keadaan baik ditempat atau lingkungannya dalam menyesuaikan dirinya.

Kebiasaan seseorang tumbuh dan berkembang secara spontan dengan sendirinya didalam kehidupan masyarakat melalui metode, karena kehidupan sosial yang sangat panjang, maka akan terinternalisasi dan berakulturasi dalam masyarakat secara terstruktur didalam masyarakat dengan sendirinya. Seperti halnya dengan kebiasaan yang dilakukan oleh etnis Cina yang memilih mata pencaharian dalam berdagang dalam membuka bisnis usaha toko, hal ini disebabkan karena atas hasil dari metode sosial yang dikembangkan dari zaman dahulu yang langsung terbentuk sehingga menjadi terinternalisasi hingga sampai saat ini. Pandangan masyarakat lokal pun tidak merasa sadar bahwa kebiasaan etnis Cina yang rata-rata mata pencaharian mereka adalah berdagang, sehingga membuat masyarakat lokal pun juga ikut dalam berdagang.

Kebiasaan pedagang etnis Cina yang pandai dan ahli dalam bidang perdagangan diajak dan dibentuk oleh orang tuanya yang selalu mengajak anaknya sejak dini untuk selalu ikut serta

dalam berdagang, sehingga kebiasaan inilah yang membentuk karakter dalam diri seseorang dengan keahlian yang dimilikinya tanpa ada kata keraguan akan kesalahan dalam melakukan perdagangan. Dalam dunia usaha dagang yang dijalankan, lingkungan pendidikan tidak terlalu mempengaruhi dalam berbisnis. Hal ini karena orang-orang etnis Cina sejak dini mereka sudah terbentuk dan memiliki ilmu dalam berdagang.

Etnis Cina melibatkan anak dalam berdagang sejak dini merupakan suatu pemindahan ide atau gagasan dari yang dilakukan oleh orang tua bagi anaknya sampai kemudian menjadi tahu teknik-teknik yang dilakukan dalam berdagang, sehingga terbentuknya sifat karakter, atau kebiasaan, sehingga terinternalisasi bagi anak sejak dini, mengakibatkan anak tersebut pun paham dan mengerti tentang ilmu berdagang. Anak dalam hal ini juga mendapatkan ilmu pengetahuan tentang berdagang menjadi suatu modal kultural ataupun modal budaya. Kebiasaan yang sering dilakukan oleh etnis Cina dalam berdagang sejak kecil yaitu cara untuk berinvestasi dan juga memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Kebiasaan mereka yang dipengaruhi oleh struktur yang mereka

dapatkan dari leluhur hingga sampai saat ini bahwasanya orang Cina bekerja hanya sebagai pedagang, pengaruh dari leluhur yang menjadi sumber patokan dalam mengajarkan berdagang sejak dini, hidup dalam kesederhanaan, memiliki semangat bekerja yang tinggi serta berinvestasi. Selain kebiasaan, mempunyai modal juga mempengaruhi dalam perdagangan misalnya harta, uang, kemudian diperbanyak dalam modal sosial misalnya mampu membentuk hubungan yang baik kepada distributor, para pedagang kecil maupun pedagang besar, kepada pelanggan yang sering datang ke toko, dan juga diperbanyak dengan modal kultural yaitu bekerja keras, tidak mudah menyerah, mengamalkan ajaran agama, serta tidak menyia-nyiakan waktu.

Etnis Cina di Langsa merupakan minoritas, dalam berdagang mereka mencari tempat lokasi yang sangat strategis dan mudah dikenali oleh banyak orang yaitu di wilayah perkotaan. Etnis Cina rata-rata masyarakatnya dilahirkan dan dibesarkan di Langsa, dan meneruskan dan mengelola usaha orang tuanya, kedua orangtuanya sudah meninggal dan juga usaha toko bengkel sepeda motornya terletak di wilayah perkotaan jalan Aggusalim yang

merupakan warisan dari orang tuanya. Sehingga anaknya tersebut tidak perlu repot-repot lagi dalam mencari tempat lokasi yang strategis untuk berdagang, dan hasil pendapatannya dalam seminggu sekitaran 15 juta.

Sistem Pelayanan

Dalam bisnis kualitas pelayanan sama pentingnya dengan barang yang dijual. Tidak peduli seberapa bagus kualitasnya, layanan yang buruk dapat mengurangi atau menilai secara negatif. Bahkan jika dilihat, itu tidak akan terjual tanpa layanan. Layanan hanyalah dukungan, tetapi penting di mata pembeli. Menjadi sederhana berarti menggunakan sesuatu dengan hati-hati. Di sisi lain, menurut Mohammad Maslan, berhemat mewakili pengelolaan dan pengeluaran uang dan kekayaan yang cermat dan menyeluruh, yang penting.

Ada beberapa layanan seperti konsultasi gratis, pengiriman, pemasangan, perawatan, perbaikan, dan lain sebagainya. Layanan yang baik bagaikan lem pekat yang membuat pelanggan datang kembali ke toko. Untuk memberikan layanan yang baik, kita harus mengidentifikasi kegiatan-kegiatan yang melibatkan pertemuan pembeli dan pihak toko. Ini meliputi

pertemuan pembeli dan penjual dari awal sampai akhir. Di setiap pertemuan kita upayakan memberikan layanan yang istimewa. Setiap orang sudah tentu akan merasa senang jika diberi pelayanan yang lebih dibandingkan orang lain.

Hubungan persahabatan ini menciptakan kepercayaan antara dealer dan pelanggannya. Biasanya, kami tidak berurusan dengan pedagang yang mencurigakan. "Kami senang berurusan dengan pedagang yang kami kenal dan percayai dan merasa lebih mudah". Ini adalah bentuk seni komersial yang digunakan orang Cina untuk menarik pelanggan. Skenario ini menjelaskan mengapa banyak orang lokal lebih suka berkunjung dan membeli di toko Cina di bandingkan di toko etnis lokal. Orang Cina tidak menggunakan ilmu pengasih (jimat), tetapi seni dagang yang mereka pelajari dari hubungan manusia itu sendiri.

Sikap Hemat Sebagai *Habitus*

Hemat adalah mampu mengatur uang dan harta, baik itu dalam bentuk pengeluaran maupun pembelajaran. Etnis Cina dikenal dengan kepandaian dan kedisiplinan dalam menerapkan sikap hidup hemat, ada dua alasan yang mendasar, yaitu pertama mereka tahu

mendapatkan uang itu sangat sulit, makanya ketika mendapatkan uang lebih baik untuk ditabung, karena mendapatkan uang tidaklah semudah dengan membalikkan telapak tangan, tetapi harus dengan berusaha bersungguh-sungguh, sehingga mereka pun sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Yang kedua karena etnis Cina mereka tahu arti sebuah ketidakpastian dalam hidup, yang artinya hari ini belum tentu bisa mempunyai uang, besok atau hari selanjutnya, hal ini dilakukan karena ketidakpastian itu yang membuat mereka untuk antisipasi agar bisa bertahap hidup (Salim 2010).

Etnis Cina, mereka dianjurkan sejak dini untuk hidup hemat tidak menghambur-hamburkan uang untuk hal-hal yang tidak penting. Mereka diajarkan untuk menabung uangnya untuk menyediakan sejumlah dana darurat yang bisa digunakan sewaktu-waktu. Prinsip orang lain biasanya menabung dengan tujuan membeli apa yang mereka inginkan di masa depan. Suatu ketika ingin membeli barang tersebut untuk memenuhi keinginan semata, sehingga hal tersebut tidak mewujudkan gaya hidup sederhana, hanya menunda pemborosan sesaat.

Tetapi berbeda dengan etnis Cina sejak kecil mereka sudah terbiasa hidup berhemat salah satunya mereka tidak membeli rumah malah tokonya dijadikan tempat tinggal. Hal ini disebabkan karena anak mereka juga harus melihat bagaimana orang tuanya dalam berdagang misalnya melayani pembeli dan juga karyawannya yang bekerja. Salah satu cara mereka berhemat adalah tidak suka diajak ke kafe ataupun ke tempat pusat pembelajaran, karena bagi mereka itu adalah hal-hal yang membuang-buang waktu dan juga uang. Selain itu juga etnis Cina sangat hemat dalam kebutuhan makanan yang mereka makan. Di sekolah maupun di tempat bekerja etnis Cina suka membawa makan dari rumah dan juga botol minum. Karena mereka lebih memilih untuk menabung uangnya untuk dipergunakan untuk mengembangkan bisnisnya, dan juga membuka usaha yang baru salah satunya yaitu memberikan stok barang yang lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ketika hari libur Islam baru mereka bisa berlibur ke luar kota bersama keluarganya untuk memberi barang-barang yang perlu dibeli.

Sikap dan Etos Kerja

Etos adalah pandangan hidup yang khas dari suatu golongan sosial, yang tidak semua dimiliki oleh individu, sehingga masyarakat lokal menganggap bahwa etnis Cina dilahirkan hanya menjadi sebagai pedagang. Keahlian bakat yang etnis Cina miliki ini didapatkan secara cepat karena kebiasaan mereka, etos kerja yang mereka miliki hasil dari gambaran usaha kerja keras, tindakan, sikap, perilaku yang mendasar atas kepribadiannya dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Etnis Cina memiliki keahlian dan keterampilan dalam dunia perdagangan, kedua hal tersebut tidak mudah didapatkan tetapi melalui proses yang sangat panjang yaitu, yang dimana merasa bersaing dengan usaha lain, kerugian, dan bahkan sampai dibohongi oleh pembeli.

Etnis Cina mempunyai rasa semangat dalam mengelola usaha perdagangan, yang merupakan salah satu motivasi yang membuat mereka menyukai pekerjaannya. Mereka bekerja membuka toko pada pagi hari jam 06:30 dan menutup tokonya pada jam 18:30, ini salah satu kerja keras mereka yang tidak pernah merasakan bosan dan lelah dalam bekerja. Ini merupakan sikap lain mereka yang terlihat untuk fokus dalam

menjalani usahanya, dan keseriusan mereka dalam mengembangkan dan meningkatkan, merupakan ciri khas etnis Cina yang selalu ada dalam jiwa mereka.

Etnis Cina dikenal karena pekerja keras, khususnya dalam bidang perdagangan, hal ini dapat dilihat pada toko usaha bisnis etnis Cina, didalam toko Cina mereka membagikan tugasnya yang dimana pemiliknya atau istilah orang Cina *tauke* pun tetap bekerja menghitung barang yang dibeli membuat struk dan total harganya, sedangkan karyawan pekerja yang lain yang mempersiapkan barang pembeli dan diletakkan di meja kasir pembayaran. Sikap atau etos kerja yang diterapkan oleh etnis Cina dalam melakukan bisnis yaitu, mereka tidak akan membuang waktu untuk bermain maupun hanya sekedar bercanda, dan juga hidup berhemat berhati-hati dalam pengeluaran yang tidak diperlukan misalnya tentang materi. Misalnya di toko Cina yang menjual sembako, ketika pembeli datang mereka langsung dengan singgap menanyakan kepada si pembeli "mau beli apa"? dan karyawannya pun langsung mengambil pesanan yang diminta oleh si pembeli, dan meletakkannya di meja kasir dan juga pemilik toko atau taukenya langsung

singgap mencatat dan menghitung barang yang dibeli oleh si pembeli tersebut.

Struktur Perdagangan

Salah satu pendorong dalam keberhasilan yang didapatkan di bidang perdagangan tidak lepas dari selama berabad-abad atas pengalaman yang dirasakan oleh etnis Cina. Kehebatan yang dimiliki mereka selalu unggul dalam bidang perdagangan walaupun mereka adalah minoritas, tersebut dikarenakan mereka selalu bisa dapat beradaptasi dengan lingkungan. Dalam perdagangan etnis Cina mereka memiliki ciri-ciri dalam berdagang yaitu sabar, tidak mudah untuk menyerah, mempunyai komunikasi yang baik, menjunjung tinggi kepercayaan yang diberikan baik itu pelanggan maupun distributor, dan mempunyai stamina dan semangat juang yang tinggi (Wang 2021).

Didalam Etnis Cina di Langsa mereka dalam melakukan aktivitas kehidupan sehari-harinya dalam membuka dan menjalani usaha bisnis perdagangan memiliki prinsip hidup yang harus diterapkan, yaitu pola hidup sehat, hidup dalam kesederhanaan, hidup dengan berhemat tidak menghamburkan

uang untuk suatu hal yang tidak dianggap penting, dan hasil dari jualan yang mereka dapatkan untuk ditabung dan juga investasi. Karena hal-hal tersebut merupakan sesuatu hal yang membuat keberhasilan etnis Cina, dan yang paling terpenting bagi mereka dalam berdagang itu merupakan dari hasil susah payah, dan keringat mereka dalam mengembangkan usaha tokonya untuk selalu maju dan dikunjungi oleh banyak orang, sehingga etnis Cina bisa mendapatkan keuntungan dalam modal yang baru sehingga dapat membuka toko ditempat lain misalnya toko emas, yang dimana terdapat beberapa cabang baik itu di jalan Jenderal Ahmad Yani, dan di Peukan Langsa. Etnis Cina ketika usaha mereka berkembang, mereka akan membuka usaha di tempat lain, hal tersebut dipikirkan dan dilakukan untuk mempersiapkan masa depan anaknya.

Pengaruh Perdagangan Etnis Cina Terhadap Masyarakat Lokal di Langsa

Dahulu, para pedagang tidak mendapatkan tempat yang tinggi dalam masyarakat Cina. Mereka menduduki strata sosial paling rendah dalam struktur masyarakat pada masa itu yang berpegang teguh pada ajaran konfusianisme. Dalam ajaran ini,

golongan sarjana dan ilmuwan yang disanjung dan menduduki hierarki (pegawai administrasi kerajaan dan tentara) paling tinggi dalam sistem sosial etnis Cina. Golongan pedagang tidak begitu dihormati karena mereka terlibat dalam kegiatan pengambilan untung secara berlebihan. Oleh karena itu, kehadiran mereka dianggap sebagai penindasan terhadap banyak orang.

Akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman pada masa sekarang, golongan pedagang mempunyai kedudukan dan peranan yang cukup penting dalam kehidupan, khususnya pedagang etnis Cina di Langsa, meskipun mereka minoritas pendatang sebagai pedagang di Langsa, mereka memiliki manfaat yang cukup bermanfaat dalam kehidupan sektor perdagangan di Langsa khususnya dalam membuka toko usaha perdagangan, hal ini disebabkan karena masyarakat pribumi tidak memiliki cukup modal, takut bersaing dan takut akan mengalami kerugian. Tetapi sebaliknya malah etnis Cina mereka malah membuka usaha atau bisnis dengan membuka toko merupakan alternatif usaha yang paling realistis disegala zaman, alasan mengapa etnis Cina kebanyakan membuka toko hal ini disebabkan karena bagi mereka sangat

menguntungkan hidup, dan dari toko yang menjadi ciri khas kehidupan orang Cina, dan dalam berdagang memungkinkan mereka berubah dan menjadi golongan yang dinamis. Dunia perdagangan tidak ada batasnya. Dalam perdagangan juga dapat meningkatkan keterampilan berkomunikasi, interaksi, dan hubungan interpersonal. Selain itu juga karena yang pertama, dalam pikirannya bisnis adalah pekerjaan yang menjanjikan untuk maju, kedua, orang Cina memandang membuka toko merupakan pekerjaan bergengsi tidak akan dipandang rendah, ketiga, mereka juga tidak perlu takut kehilangan pekerjaan, tidak ada hal yang perlu mereka khawatirkan, kecuali menjaga hati pelanggan dan memahami kehendak pasar. dan yang keempat, kebanyakan orang Cina membuka usaha toko, karena merupakan warisan dari keluarganya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Bandingkan dengan pekerjaan lain seperti dokter, pilot, pengacara, arsitektur bangunan yang lebih sulit diwariskan begitu saja ke anak-anaknya. Itulah sebabnya, tidak sedikit orang Cina yang menjalankan bisnis toko karena

warisan orangtuanya.² Hal ini dapat dibuktikan misalnya dalam suatu keluarga memiliki beberapa anak, maka mereka yang akan melanjutkan usaha toko orangtuanya.

Bagi masyarakat lokal di Langsa, mereka tidak merasa bersaing dalam perdagangan dengan etnis Cina malah sebaliknya, memberikan pengaruh yang positif, para pekerja lokal mengatakan dengan adanya etnis Cina di Langsa dalam perdagangan memberikan keuntungan untuk para masyarakat lokal, karena mereka lebih mempekerjakan masyarakat lokal dalam usaha bisnis mereka, dan juga para pekerja lama dari tahun 2005 sampai sekarang tidak diberhentikan.³ Masyarakat lokal suka bekerja di toko etnis Cina karena mereka lebih mementingkan nilai-nilai kemanusiaan dan menjalin persahabatan seperti bersikap ramah, dan juga memberikan gaji para pekerja sesuai dengan yang ditulis dalam kontrak yang diberikan.⁴

Selain itu bagi para pedagang kecil mereka, mendapatkan produk barang dari usaha perdagangan sembako etnis Cina untuk memenuhi kebutuhan di toko pedagang lokal, dengan harga yang dapat dijangkau, etnis Cina juga memperbolehkan mengambil barang sesuai dengan permintaan pelanggan, dan membayarnya sesuai dengan perjanjian diantara keduanya.⁵ Para pelanggan yang sering membeli di tempat perdagangan etnis Cina juga bisa mendapatkan potongan harga, misalnya dengan membeli barang sampai dengan 2-3 kardus, dan juga barang yang dibeli di tempat tersebut akan diperjualbelikan lagi ke orang lain, karena barang yang didapatkan di sana kualitas barangnya sangat bagus tanpa adanya kerusakan, dan tanpa adanya kadarluasa.⁶

Sejak awal penduduk etnis Cina datang ke Langsa mereka diterima oleh penduduk lokal dengan baik, damai dan tidak merasa tertekan secara fisik maupun mental dari penduduk lokal pribumi dalam hubungan perdagangan.

² Hasil wawancara dengan Kriss, 27 tahun, pemilik toko keramik, etnis Cina, di Peukan Langsa, 02 Juli 2022.

³ Hasil wawancara dengan Suryadi, 47 tahun, pekerja lokal, di toko bengkel sepeda motor etnis Cina, di jalan Aggusalim, 08 Juli 2022.

⁴ Hasil wawancara dengan Ahmad, 32 tahun, pekerja lokal, di toko bengkel sepeda

motor etnis Cina, di jalan Jenderal Ahmad Yani, 08 Juli 2022.

⁵ Hasil wawancara dengan Rivai, 34 tahun, pedagang lokal, etnis Aceh di Gampong Sungai Pauh, 03 Juli 2022.

⁶ Hasil wawancara dengan Usman, 62 tahun, pelanggan pedagang lokal, di Gampong Blang, 03 Juli 2022.

Di Langsa etnis Cina hidup dengan sangat cepat berinteraksi menyesuaikan dirinya dengan lingkungannya. Salah satunya cara interaksi etnis Cina dengan masyarakat lokal dalam perdagangan adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia bahkan ada juga Etnis Cina yang sudah lama tinggal di Langsa terkadang menggunakan Bahasa Aceh agar terlihat lebih akrab dalam memuaskan hati pelanggan di pasar. Melalui perdagangan, seseorang memiliki kesempatan berjumpa dengan berbagai golongan manusia. Hal ini dapat membentuk keterampilan berinteraksi dan menambah pengetahuan berkenaan dengan psikologi manusia. Memang tidak dimungkiri, tujuan utama perdagangan adalah keuntungan. Namun bagi orang Cina, perdagangan mempunyai tujuan lain selain mencari keuntungan. Orang yang berdagang selalu dikenal oleh banyak orang dan hal ini merupakan pengakuan sosial. Golongan pedagang menjadi tempat rujukan untuk menyelesaikan masalah yang melibatkan kepentingan masyarakat. Mereka juga menjadi donatur bagi segala aktivitas yang berkaitan dengan sosial, pendidikan, keagamaan, dan persatuan komunitas. Dengan menjadi pedagang, seseorang akan mudah melakukan

lompatan status untuk menjadi pemimpin pada komunitasnya.

Selain dari hubungan perdagangan, antara etnis Cina dan masyarakat lokal, yang paling terlihat dalam ranah lingkungan yaitu saling menghargai dan menghormati kepercayaan dan kebudayaan masing-masing. Yaitu salah satunya cara etnis Cina menghargai agama penduduk pribumi, mereka tidak membuka toko perdagangan ketika hari raya umat Islam selama 3-4 hari. Sebagai penduduk etnis Cina yang sudah lama menetap di Langsa, etnis Cina juga mengikuti kegiatan-kegiatan atau acara yang dilakukan oleh masyarakat lokal misalnya pada acara kematian, akikah anak, perkawinan, maulid nabi, arisan, dan lain sebagainya, mereka etnis Cina mengikuti adat dan kebiasaan masyarakat lokal, mereka ikut serta berpartisipasi dengan acara tersebut dengan cara membantu atau mempersiapkan segala yang dibutuhkan. Dan juga etnis Cina juga ketika ada perayn imlek, mereka tidak lupa akan membagikan makanannya seperti bakul,

jeruk, dan juga ampau kepada anak-anak masyarakat lokal.⁷

Kesimpulan

Keberadaan awal etnis Cina di Langsa sudah ada sebelum merdeka pada zaman Belanda, dan dulunya mereka menetap di Kawasan Toko Belakang, atau Kawasan Pecinan, yang dimana tempat tersebut merupakan tempat awal tinggal para komunitas Etnis Cina di Langsa. Sekarang penduduk etnis Cina di Langsa sudah menetap sekitar 684 jiwa di berbagai daerah perkotaan yang tersebar misalnya di jalan Jenderal Ahmad Yani, jalan Aggusalim, jalan Teuku Umar, Pasar Peukan, dan lain sebagainya. Pada awal kedatangan etnis Cina di Langsa, pada tahun 60-an, mereka memulai membangun usaha perdagangannya dari kecil, hingga sekarang usaha perdagangan etnis Cina semakin berkembang dan maju, sehingga memberikan dampak yang positif bagi sektor pertumbuhan dalam bidang perdagangan bagi masyarakat lokal setempat. Hal ini disebabkan karena etnis Cina mempunyai strategi dalam melakukan usaha perdagangan, sebagai berikut:

1. *Habitus*, dari orang tua diterapkan kembali ke penerusnya, seperti mengajarkan tentang ilmu berdagang yang baik, dan benar, dapat memuaskan hati pelanggan yang datang, harga yang didapatkan sangat terjangkau oleh pedagang kecil, kualitas barang terjamin baru tanpa adanya kadarluasa, sistem pelayanan yang diberikan membuat pelanggan menjadi senang berada di toko etnis Cina. dan kebiasaan etnis Cina dalam hidup berhemat tidak mengeluarkan uang untuk hal-hal yang tidak penting, dengan pola hidup kesederhanaan yang diterapkan.
2. Modal, khususnya modal ekonomi berupa tabungan uang dan investasi dilakukan untuk meningkatkan atau mengembangkan usaha perdagangan.
3. Sikap dan etos kerja, yang mereka miliki tidak pernah merasa lelah dalam melakukan pekerjaan, dan memiliki rasa semangat dalam mengembangkan usaha bisnisnya, tidak pernah merasa puas terhadap keberhasilan yang didapatkan.

Dalam melakukan ketiga strategi tersebut dipengaruhi oleh lima faktor seperti, *pertama* faktor agama, ketika

⁷ Hasil wawancara dengan Mulyadi, 42 tahun, Sekdes Peukan Langsa, 04 Juli 2022.

menjalankan kehidupan khususnya dalam membangun kesuksesan dalam perdagangan, salah satunya mereka memiliki kepercayaan *Feng Shui* artinya keberuntungan dan keberkahan, yang akan datang didalam kehidupannya. Misalnya benda, *Maneki Neko* patung kucing, dan patung Buddha. *Kedua* faktor budaya, seperti budaya Khonghu Cu dan Tao yang kuat dan kental ada dalam diri mereka, pengaruh kedua budaya ini sangat diyakini dan digunakan mereka hingga saat ini. Karena filosofinya kedua budaya ini membangun standar kehidupan sosial masyarakat etnis Cina. sehingga budaya dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kekerabatan, dan tradisi. *Ketiga* faktor pendidikan, bagi etnis Cina di Langsa bersifat formal dan informal sesuai dengan keinginan orang tuanya. *Keempat* faktor struktur perdagangan, etnis Cina mereka memiliki ciri-ciri dalam berdagang yaitu sabar, tidak mudah untuk menyerah, mempunyai komunikasi yang baik, menjunjung tinggi kepercayaan yang diberikan baik itu pelanggan maupun distributor, dan mempunyai stamina dan semangat juang yang tinggi ketika mengalami kesulitan serta kebangkrutan. *Kelima*, faktor lingkungan yang memadai, etnis Cina dalam melakukan usaha perdagangan

mencari tempat lokasi yang sangat strategis, dalam membangun usaha perdagangan, dan juga fasilitas-fasilitas yang memadai dalam pertukaran barang dan jasa, dan impor-ekspor perdagangan.

Dari strategi yang dilakukan tersebut pedagang etnis Cina dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha perdagangan, memberikan pengaruh dampak yang positif, salah satunya masyarakat lokal maupun pedagang lokal tidak merasa bersaing dengan pedagang etnis Cina, malah sebaliknya, mereka merasa menguntungkan karena rata-rata lapangan pekerjaan usaha di toko pemilik Cina, mereka lebih mempekerjakan masyarakat lokal, dan memberikan gaji sesuai dengan yang diterapkan. Sehingga hubungan yang terjalin antara pedagang Cina dengan masyarakat lokal/ pedagang lokal terjalin dengan baik, hidup dengan damai dan tetram. Selain dari hubungan perdagangan, etnis Cina dan masyarakat lokal juga saling menghormati, dan ikut serta kegiatan yang diadakan masing-masing etnis baik itu budaya, maupun tradisi, sehingga hal tersebut yang menjaga nilai-nilai keharmonisan antara etnis Cina dengan masyarakat lokal.

Referensi

- A Rani Usman, *Etnis Cina Perantauan di Aceh*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009).
- Alan Ferdian, *Eksistensi Etnis Tionghoa di Sabang*, "Skripsi" Prodi Sejarah Kebudayaan Islam, UIN Ar-Raniry, (Banda Aceh, 2019).
- Ann Wan Seng, *Rahasia Bisnis Orang Cina Kunci Sukses Menguasai Perdagangan*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2006).
- Anton Ramdan, *Bisnis Cina Memang Gila*, (Jakarta: Shahara Digital Publishing, 2005).
- A Siu dan C Salmon, *Chinese Epigraphic Materials in Indonesia Vol II Part 2*, (Singapore: South Seas Society, 1997).
- Arriyono, Siregar, dkk, *Kamus Antropologi*, (Jakarta: Akademik Pressindo, 1985).
- Denys Lombard, *Kerajaan Aceh Zaman Sultan Iskandar Muda*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986).
- Fandy Tjiptono dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2006).
- Istijanto Oei, *Rahasia Sukses Toko Tionghoa Mengembangkan Toko dari Nol dan Meraup Keuntungan Maksimal*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008).
- Joko Salim, *Prinsip Sukses Orang Tionghoa*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010).
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1990).
- Lung Wang, *Menyingkap Resep Kaya Ala Orang Cina*, (Yogyakarta: Griya Pustaka Utama, 2021).
- Lie Shi Guang, *Rahasia Kaya dan Sukses Pebisnis Tionghoa*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2009).
- Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).
- Mudrajad Kuncuro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Komperatif*, (Jakarta: Erlangga, 2005).
- Nurchahyo, Daud Ade, *Kebijakan Orde Baru Terhadap Etnis Tionghoa*, (Yogyakarta: Universitas Sanata Darma, 2016).
- Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).
- Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2007).
- Ramazan, *Upaya Masyarakat Tionghoa dalam Melestarikan Tradisi Kebudayaan di Langsa*, "jurnal", Seunebok Lada, Vol.3 No.2, 2016.
- Rachmatsyah, *Menelusuri Jejak Sejarah Langsa*, (Langsa: Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Langsa, 2014).
- Raja Gio Gerald, Sitorus, *Strategi Dominasi Etnis Tionghoa dalam Arena Bisnis di Kota Pematangsiantar*, "Skripsi", Prodi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, USU, (Medan, 2018).
- R. Bogdan, dkk, *Qualitative Research for Education: An Introduction to*

-
- Theory and Methods*, (Boston: All and Bacon Inc, 1999).
- Samsuar, *Langsa Sebagai Pusat Perdagangan Industri dan Jasa Kepelabuhan di Kawasan Timur Aceh*. "jurnal", Kertas Kebijakan, Vol.2, No 1, 2016.
- Soekanto, *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1993).
- Siswono Yudhosodo, *Warga Baru: Kasus Cina di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Padamu Negri, 1995).
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010).
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta 2007).
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Sulayanti, "8 Benda Pembawa Hoki Untuk Bisnis Menurut Kepercayaan Etnis Tionghoa", artikel: Top Karir, diakses Juli 2022.
- Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002).
- Toto Tasmara, *Etos Kerja Pribadi Muslim*, (Jakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1999).
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).
- Udin Syaefuddin Sa'ud, *Modul Metodologi Penelitian Pendidikan Dasar*, (Bandung: UPI, 2007).
- Wirtz dan Lovelock, *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*, (Jakarta: Erlangga, 2018).
- Victor Puncell, *The Chinese in Southeast Asia*, (Kuala Lumpur: Oxford University Press, 1998).