

**STEREOTIP *CINA ITAM* TERHADAP PEDAGANG PIDIE
(Studi di Wilayah Keutapang Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh
Besar)**

S K R I P S I

Diajukan Oleh:

AZ-ZAHRA

NIM. 180501114

Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2022 M/ 1444 H**

**STEREOTIP CINA ITAM TERHADAP PEDAGANG PIDIE
(Studi di Wilayah Keutapang Kecamatan Darul Imarah
Kabupaten Aceh Besar)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam

Diajukan Oleh:

AZ-ZAHRA
NIM. 180501114

Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Jurusan Sejarah dan Kebudayaan Islam

Disetujui Untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

M. Thalal, Lc, M.Si., M.Ed.
NIP. 197810162008011011

Putra Hidayatullah, S.Pd.I., M.A
NIP. 198804112020121011

Mengetahui
Ketua Prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam

Hermansyah, M.Th, M.A. Hum
NIP. 198005052009011021

STEREOTIP CINA ITAM TERHADAP PEDAGANG PIDIE
(Studi di Wilayah Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar)

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Adab dan Humaniora
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana dalam Ilmu Sejarah dan Kebudayaan Islam

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 22 Desember 2022
28 Jumadil Awal 1444 H

di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua*



Muhammad Thalal, Lc., M. Si., M.Ed
NIP. 197810162008011011

Sekretaris



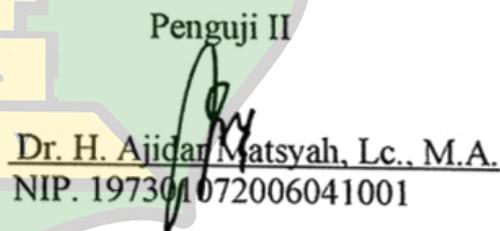
Putra Hidayatullah, S.Pd.I., M.A.
NIP. 198804112020121011

Penguji I



Drs. Anwar Daud, M.Hum
NIP. 196212311991011002

Penguji II



Dr. H. Ajidar Matsyah, Lc., M.A.
NIP. 197301072006041001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Darussalam – Banda Aceh



Syarifuddin, M.Ag., Ph.D

NIP. 197001011997031005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Az-zahra

NIM : 180501114

Jenjang : Strata Satu (S1)

Program Studi : Sejarah dan Kebudayaan Islam

Judul Skripsi : Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar)

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “ Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia akademis kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Banda Aceh, 22 Desember 2022



Yang Membuat Pernyataan,

Az-zahra

NIM. 180501114

ABSTRAK

Nama : Az-zahra
NIM : 180501114
Fakultas/Prodi : Adab dan Humaniora/Sejarah dan Kebudayaan Islam
Judul : Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar)
Tanggal Sidang : 22 Desember 2022 M/28 Jumadil Awal 1444 H
Tebal Sripsi : 107 Halaman
Pembimbing I : Muhammad Thalal, Lc., M.Si., M.Ed
Pembimbing II : Putra Hidayatullah, S. Pd. I., M.A

Kata Kunci: Stereotip, *Cina Itam*, Pedagang Pidie.

Penelitian ini tentang Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar. Tulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis yang berupa kajian lapangan dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa asal usul sebutan *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie terkait dengan sejarah perdagangan Aceh dengan mancanegara pada masa Sultan Iskandar Muda yang sebagian besar dilakukan oleh pedagang Pidie. Diskursus sebutan *Cina Itam* karena prestasi mereka yang dianggap sejalan dengan keberhasilan ekonomi para saudagar Cina. Adapun kosakata "*itam*" karena wajah dan postur fisik sebagian orang Pidie mirip dengan wajah orang Hindustan. Antara pedagang Pidie dan pedagang Cina memiliki banyak kesamaan dalam hal merantau, dagang, anak magang dan juga strategi dagang. Adapun perbedaan pedagang Cina dan pedagang Pidie ialah terletak pada penerapan nilai-nilai agama. Karena para pedagang Pidie cenderung dianggap sukses secara ekonomi dan mampu menguasai pasar, stereotip atau prasangka akan menyertai mereka akibat kecemburuan sosial karena persaingan dagang. Sebagian besar masyarakat sekitar pasar Keutapang percaya bahwa pedagang Pidie lebih memiliki etos kerja yang baik dan pandai berdagang. Namun, selain stereotip positif yang muncul, ada pula stereotip negatif yaitu masyarakat Pidie pelit dan tidak mau kalah saing. Adanya stereotip tentang pedagang Pidie, menimbulkan tanggapan yang berbeda-beda di kalangan pedagang Pidie. Ada yang menganggap sebagai pujian, ada pula yang menganggap sebagai ejekan. Namun sebagian besar pedagang Pidie di Keutapang sekarang tidak memperlakukan pernyataan tersebut dan dianggap menjadi kebanggaan bagi pedagang Pidie di Keutapang.

KATA PENGANTAR



Puji syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, taufiq dan karunia- Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang sangat sederhana ini dengan baik. Dan tak lupa pula Shlawat beriring salam penulis sampaikan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat beliau yang telah menuntun umat manusia dari alam kebodohan menuju ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan juga membimbing kita semua menuju agama yang paling benar di sisi Allah yaitu Agama Islam.

Alhamdulillah dengan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya kecil yaitu skripsi penulis yang berjudul “ **Stereotip Cina Itam Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar)** ”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini:

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis persembahkan yang istimewa kepada kedua orang tua yaitu Ayahanda tercinta Basri M. Aji dan Ibunda tercinta Mutia Faridah yang selalu mendidik, mendukung, memberikan segala bentuk pengorbanan, nasehat, do'a yang tidak pernah henti-hentinya serta

memberikan dukungan moral dan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian ucapa terimakasih juga kepada saudara kandung saya Khairul Rijal, Akmalul Zikry, dan juga Muhammad Faiz yang turut serta memberikan semangat, dukungan dan juga segala bentuk pengorbanan kepada penulis selama ini.

Terimakasih kepada Bapak Syarifuddin, M.Ag., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, para Wakil Dekan beserta stafnya yang telah banyak membantu kelancaran skripsi. Terimakasih juga kepada Bapak Hermansyah, M, Th., M.A.Hum. selaku ketua program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam (SKI) UIN Ar-Raniry beserta para staf dan jajarannya yang telah membantu peneliti untuk mengadakan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini. Teimakasih juga kepada seluruh dosen maupun pegawai lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu beserta karyawan Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam (SKI) Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan banyak ilmu dan bimbingan kepada penulis.

Selanjutnya, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muhammad Thalal, Lc., M.Si., M.Ed. selaku pembimbing I dan terimakasih juga kepada Bapak Putra Hidayatullah, S.Pd.I., M.A. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan arahan dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini yang dengan segala kemurahan hatinya dalam meluangkan waktu, fikiran, dan juga tenaga untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan

penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik. Kemudian, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Anwar Daud, M. Hum. selaku penguji I dan kepada Bapak Dr. H. Ajidar Matsyah, Lc., M.A. selaku penguji II yang telah menguji dan memberikan arahan serta masukan untuk penulisan skripsi yang lebih baik dan sempurna.

Teimakasih kepada seluruh dosen maupun pegawai lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu beserta karyawan Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam (SKI) Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan banyak ilmu dan bimbingan kepada penulis.

Ucapan terima kasih juga kepada seluruh informan yang telah turut serta membantu memberikan informasi kepada penulis. Dan juga kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah berkontribusi mendukung dan juga memberikan motivasi kepada penulis.

Terima kasih juga kepada sahabat seperjuangan yang tercinta “Secawan Madu”: Mia, Cut Eliza, Rosa, Naiza, Intan, Fika, Arda, Farhati, dan Rita, serta teman-teman KPM DRI-5 Gampong Reudeup Aceh Besar, yang telah turut serta mewarnai hidup penulis, senantiasa menemani dikala suka maupun duka, dan juga selalu setia menemani dalam setiap waktu yang turut serta membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis ucapkan juga kepada rekan-rekan mahasiswa/I Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-

Raniry Banda Aceh dan masih banyak lagi yang tidak sempat penulis sebutkan semuanya, yang juga telah menemani penulis selama masa perkuliahan, terima kasih atas dukungan teman-teman semuanya.

Segegap kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak bila terdapat kekurangan dan kekhilafan dari segi isi dan aspek penyajian skripsi ini, demi kesempurnaan karya tulis ini di masa yang akan datang. Akhirnya kepada Allah jualah penulis berserah diri karena tidak satupun yang terjadi melainkan atas kehendak-Nya. Segala usaha telah penulis lakukan untuk mnyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga segala bantuan dan jasa yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Banda Aceh, 22 Desember 2022
Penulis,

Az-zahra
NIM.180501114

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penjelasan Istilah.....	6
F. Kajian Pustaka	8
G. Metode Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Konsep Stereotip	16
B. Prasangka (<i>Prejudice</i>)	22
C. Hubungan Stereotip Dengan Ekonomi.....	28
BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Asal-Usul Pelabelan <i>Cina Itam</i> Terhadap Pedagang Pidie.....	33
B. Faktor Kesamaan dan Perbedaan Pedagang Cina dan Pedagang Pidie	39

C. Stereotip yang Berkembang Terhadap Pedagang Pidie	54
D. Respon Pedagang Pidie Terhadap Pelabelan <i>Cina Itam</i> dan Stereotip yang Diberikan Kepada Mereka.....	66

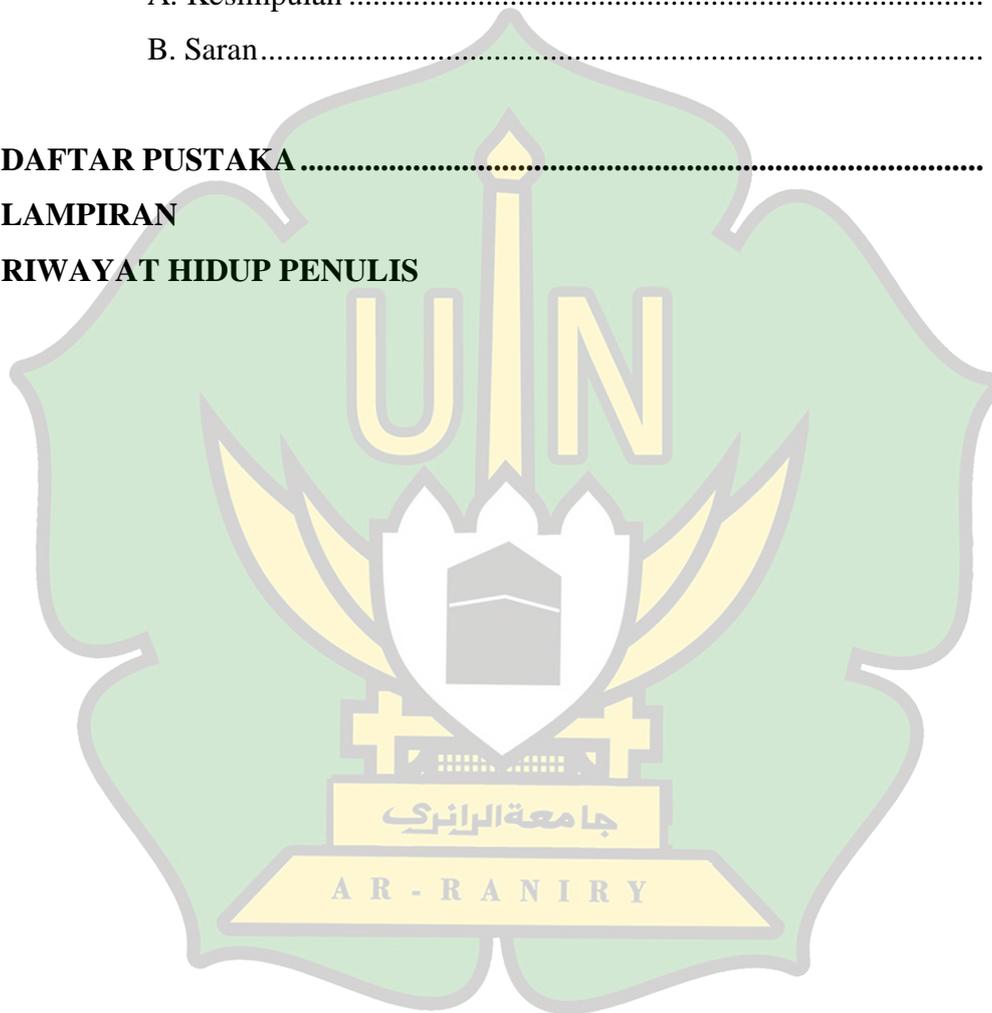
BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Induk Semang Sedang Mengajarkan Anak Semangnya Tentang Cara Mengisi Catatan Dagang	46
Gambar 3.2 Kegiatan Aneuk Keudee di Lingkungan Toko.....	47
Gambar 3.3 Suasana Pasar Keutapang di Malam Hari	65
Gambar 3.4 Suasana Keudee Di Malam Hari Yang Masih Di Kunjungi Pembeli	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Pembimbing Skripsi

Lampiran 2: Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dekan Fakultas Adab dan
Humaniora

Lampiran 3: Daftar Wawancara

Lampiran 4: Daftar Informan

Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 6: Dokumentasi Sidang

Daftar Riwayat Hidup Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kerangka komunikasi antarbudaya, tentunya terdapat perbedaan diantara para komunikator baik dalam memahami bentuk-bentuk komunikasi antarbudaya, maupun dalam memahami latar belakang budaya itu sendiri. Perbedaan latar belakang budaya seringkali menjadi kendala karena perbedaan penilaian baik dan buruk dan benar salahnya pengukuran.¹ Perbedaan penilaian tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam hal persepsi yang menimbulkan prasangka.

Prasangka yang muncul dalam kehidupan antar kelompok seringkali menimbulkan konflik dan perselisihan antar sesama manusia. Berbagai alasan dijadikan oleh para elit untuk membangun sentimen rasisme tidak hanya terkait dengan masalah doktrin dan pemahaman agama semata, akan tetapi juga berisikan seperti persoalan politik, ekonomi, sosial, dan juga budaya. Banyak pemerhati konflik sosial keliru dalam menafsirkan mengenai kekerasan komunal atau kekerasan etnik dan juga kelompok di Indonesia. Faktor sejarah, politik, dan juga ekonomi selalu menjadi akar terbentuknya konflik antar sesama kelompok. Seperti kasus yang terjadi di Kalimantan Barat pada tahun 1999 yang memakan banyak korban jiwa. Prasangka sosial yang berhubungan dengan isu imigran, yang

¹ Nurja, *Stereotip Mahasiswa Unsyiah Terhadap Sifat Orang Simeulue (Studi Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Unsyiah Terhadap Orang Simeulue)*, Skripsi, (Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala, 2018), hlm. 1

di dalamnya terdapat berbagai isu seperti persaingan ekonomi, dan politik diantara masyarakat menjadi pemicu konflik tersebut.

Prasangka sering di pahami sebagai perlakuan tidak adil terhadap seseorang atau kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa prasangka merupakan bagian integral atau yang tidak dapat dipisahkan dari posisi sikap seseorang terhadap etnis orang lain. Prasangka memainkan peran yang sangat penting dalam proses komunikasi antar budaya. Prasangka yang salah terhadap seseorang akan menimbulkan perilaku yang salah sehingga lahir bentuk prasangka yang lain yaitu Stereotip.²

Stereotip menentang kelompok yang tidak sistematis dimana semua anggota itu sama dan memiliki citra yang tunggal atau seragam. Dengan demikian orang cenderung tidak akan mengklasifikasikan kebenaran kelompok yang distereotipkan tetapi langsung menerima dan mengikuti stereotip tersebut. Dari penjelasan tersebut kita melihat stereotip dapat menjadi penghambat dalam proses komunikasi karena stereotip dapat menimbulkan penilaian negatif antar suku dan kelompok etnis.

Pidie adalah salah satu kabupaten di provinsi Aceh, Indonesia. Menurut Basri Daham dalam laporannya di Harian Kompas (2001) warga Pidie dikenal suka merantau dan berdagang. Mereka mendominasi pasar-pasar di berbagai wilayah di Aceh. Migrasi dan berdagang merupakan warisan budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi oleh masyarakat Pidie dan masih dipraktekkan oleh masyarakat Pidie hingga saat ini. Prestasi kesuksesan ekonomi

² Muizatun Hasanah dan Nurkhalis “ Stereotip Budaya Antarmahasiswa di Lingkungan Fakultas Dakwah”, *Laporan Penelitian*, (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, hlm 50.

serta tradisi merantau yang padat di kalangan masyarakat Pidie, banyak yang menyebut mereka dengan istilah “The Black Chinese” atau *Cina Itam*. Tetapi ada juga yang menyebut dengan sebutan ‘Minang-nya Aceh’ karena dianggap tradisi merantau orang Pidie sama dengan tradisi orang Minang atau Padang. Namun panggilan Minang-nya Aceh tidak terlalu populer dibandingkan dengan *Cina Itam*.

Ini mungkin merujuk pada prestasi mereka yang dianggap sejalan dengan keberhasilan ekonomi dan komersial bangsa Cina. Saiful Akmal, (2019) menyebutkan bahwa putera kelahiran Pidie cenderung dikenal di perantauan sebagai orang yang sukses, dan tidak hanya sebagai pengusaha, pedagang maupun politikus yang memegang posisi penting di kursi pemerintahan.³

Menurut Damsar, (2002) pedagang Pidie yang mencari nafkah dan melakukan transaksi jual beli biasanya akan memilih tempat yang dianggapnya strategis seperti halnya pasar yang merupakan tempat jual belinya barang untuk memenuhi kehidupan sehari-hari serta institusi yang paling berpengaruh untuk menggerakkan roda perekonomian dalam kehidupan masyarakat.⁴ Ini tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi sekelompok pedagang yang datang dari Pidie untuk menetap di wilayah tersebut.

Selain dikenal dengan kemampuannya dalam berdagang, orang-orang Pidie juga kerap dianggap mampu mengelola keuangan dengan baik sehingga masyarakat cenderung melabelkan bahwa orang Pidie *Kriet* atau pelit..

³ Saiful Akmal, dkk., “ *Muhammadiyah di Ujung Barat: Sumbangan Pemikiran Angkatan Muda*” (Banda Aceh: Padebooks, 2019), hlm. 49.

⁴ Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 83

Perkembangnya stereotip tersebut selanjutnya dapat menjadi potensi hambatan dalam komunikasi antarbudaya warga Aceh Besar dengan orang Pidie dan juga suku lainnya yang menempati lingkungan Aceh Besar. Stereotip tersebut dapat bersifat negatif terhadap orang Pidie yang dapat menimbulkan sikap dan perilaku negatif terhadap orang Pidie. Dan jika kebenaran tentang stereotip tersebut memang terjadi pada beberapa orang, tentu tuduhan itu akan langsung ditujukan pada orang Pidie yang belum tentu orang Pidie yang melakukannya sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan konflik.

Hal ini tentunya akan muncul dua perspektif di kalangan masyarakat mengenai sisi positif dan negatif dari stereotip tersebut dan juga bagaimana respon dari para pedagang Pidie mengenai pelabelan tersebut. Terkait dengan Stereotip *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie, penulis nantinya akan mewawancarai beberapa pedagang Pidie yang ada di sekitaran pasar Keutapang dan juga beberapa masyarakat lokal di daerah tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar) ”**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana asal-usul pelabelan *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie?

2. Apa saja faktor persamaan dan perbedaan pedagang Cina dan pedagang Pidie?
3. Apa-apa saja stereotip yang berkembang terhadap perdagangan Pidie ?
4. Bagaimana respon pedagang Pidie terhadap stereotip dan pelabelan *Cina Itam* yang diberikan kepada mereka?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui asal-usul pelabelan *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie.
2. Untuk mengetahui faktor persamaan dan perbedaan pedagang Cina dan pedagang Pidie.
3. Untuk mengetahui Stereotip yang berkembang terhadap perdagangan Pidie.
4. Untuk mengetahui respon pedagang Pidie terhadap stereotip dan pelabelan *Cina Itam* yang berikan kepada mereka.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Secara Akademik maupun teoritis penelitian ini akan memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pengembangan dalam bidang pendidikan. Dan diharapkan dengan menulis penelitian ini pembaca akan dapat lebih memahami permasalahan dan juga memahami mengenai stereotip itu sendiri.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan resep dan tambahan pengetahuan bagi penulis sendiri, serta masukan bagi mahasiswa dan masyarakat

yang membacanya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengarah pada penelitian selanjutnya tentang stereotip.

E. Penjelasan Istilah

Agar terhindar dari kesalahpahaman dan salah penafsiran pembaca tentang pemahaman topik ini, maka penulis perlu mengklarifikasi beberapa kata yang tersirat dalam penelitian ini. Istilah-istilah yang akan dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Stereotip

Stereotip adalah penilaian tentang seseorang hanya didasarkan pada persepsi suatu kelompok yang dapat dikaitkan dengan orang tersebut. Stereotip adalah jalan pintas pemikiran yang digunakan secara intuitif oleh manusia untuk menyederhanakan hal-hal yang rumit dan membantu mereka membuat keputusan secara cepat. Hubungan dan interaksi antar suku bangsa yang berbeda di Indonesia, sering kali seseorang memiliki pandangan yang subyektif terhadap suku-suku lain.⁵ Stereotip juga tidak selalu berbicara mengenai hal negatif, namun juga terkadang memberi gambaran yang positif. Stereotip bisa dapat berbentuk negatif dan positif, adakalanya bisa seluruhnya benar dan bisa juga seluruhnya salah.⁶

⁵ Hari Purwanto, Hubungan Antar Suku-Bangsa dan Golongan Serta Masalah Integrasi Nasional, *Jurnal Ketahanan Nasional (JKN) Program Studi Ketahanan Nasional*, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada), vol.10,2005, hlm. 2.

⁶ Murdianto, Stereotipe, Prasangka dan Resistensinya (Studi Kasus pada Etnis Madura dan Tionghoa di Indonesia) ”, *Jurnal Qalamuna*, Vol. 10 No.2, (Desember 2018), hlm. 141-142.

2. *Cina Itam*

Cina Itam merupakan pameo panggilan di masyarakat bagi mereka yang pandai mengatur strategi dalam berdagang dan juga mendominasi pasar yang artinya mereka mampu bersaing dalam soal dagang dengan Cina yang berkulit putih.⁷ Mungkin hal ini mengacu pada pencapaian yang oleh sebagian orang dianggap setara dengan tingkat keberhasilan ekonomi dan perdagangan bangsa Tionghoa.

3. Dagang

Secara Terminologi dagang dapat didefinisikan sebagai pertukaran aset dengan cara tertentu atau pertukaran apa yang diinginkan dengan sesuatu yang setara dengan cara tertentu yang mendatangkan keuntungan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dagang adalah pekerjaan yang dilakukan dengan membeli dan menjual barang untuk mendapatkan keuntungan.⁸ Perdagangan adalah suatu bentuk bisnis, dimana pengertian bisnis secara umum dipahami sebagai suatu kesatuan ekonomi yang dilakukan untuk tujuan ekonomi dan sosial.

Pedagang adalah seorang yang membeli dan menjual. Pedagang adalah bagian dari usaha yang bekerja sebagai penyalur barang hasil produksi dalam bidang ekonomi, yaitu bidang pertanian, bidang industri, dan bidang jasa yang diperlukan dan dibutuhkan masyarakat sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Kegiatan ini sangat logis karena dapat bermanfaat bagi masyarakat.⁹

⁷ Badruzzaman Ismail, dkk., *Ensiklopedia Budaya Adat Aceh*, (Banda Aceh: Majelis Adat Aceh (MAA), 2018), hlm. 77.

⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 179.

⁹ Gufon, *Fiqh Muamalah Konseptual...*, hlm. 119.

F. Kajian Pustaka

Untuk kelengkapan tulisan ini, penulis mengambil beberapa kutipan yang berkaitan dengan Stereotip dari berbagai kutipan atau sumber. Tinjauan Pustaka merupakan salah satu bentuk upaya peneliti mencari referensi baik berupa buku, artikel, maupun penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya apabila penelitian tersebut mempunyai variabel yang sama dan penelitian yang dilakukan penulis dapat bebas dari plagiarisme. Tinjauan pustaka ini bertujuan untuk memberikan pandangan wawasan tentang perbedaan atas kajian-kajian sebelumnya dengan karya penulis ini.

Penelitian tentang Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie, setelah di telusuri tentang penelitian tersebut, penulis belum menemukan adanya peneliti yang menulis atau menelitinya secara khusus dan juga tidak sama dengan penelitian-penelitian yang lain dan hanya memiliki kesamaan sedikit. Namun, ada beberapa karya ilmiah dan skripsi yang saling berkaitan dengan tulisan ini diantaranya:

Dalam skripsi Teuku Miftahuddin dengan judul: “*Stereotip Warga Banda Aceh Terhadap Sifat-Orang Pidie*” yang ditulis pada tahun 2015, menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya stereotip terhadap orang Pidie serta bagaimanakah stereotip warga Banda Aceh terhadap orang Pidie di daerah Banda Aceh.

Iskandar dalam tesisnya yang berjudul “ *Kewirausahaan Pengusaha Aceh Asal Pidie di Kota Medan (Suatu Tinjauan Antropologis)*” yang ditulis pada tahun 2005, menjelaskan mengenai faktor penyebab munculnya kelompok

masyarakat bisa dikatakan memiliki jumlah wirausaha (pengusaha) yang sangat sedikit sedangkan ada juga kelompok masyarakat lain yang memiliki wirausaha yang lebih banyak seperti masyarakat Aceh khususnya masyarakat Pidie yang telah lama dikenal sebagai kelompok sosial dengan jumlah kelompok pengusaha yang banyak.

Nurkhalis dalam skripsinya yang berjudul “*Stereotip Budaya Antarmahasiswa di Lingkungan Fakultas Dakwah*” yang di tulis pada tahun 2018, menjelaskan mengenai Stereotip terjadi dalam komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi di latarbelakangi oleh mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dan latarbelakang budaya yang berbeda.

Dalam buku “*Muhammadiyah di Ujung Barat: Sumbangan Pemikiran Angkatan Muda*” yang ditulis oleh Saiful Akmal dkk yang ditulis pada tahun 2019, menjelaskan tentang latar belakang adanya klaim *Cina Itam* dan juga menjelaskan tentang diskursus tentang merantau dalam masyarakat Pidie.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh orang-orang di atas, penulis menyadari bahwa karya ilmiah tentang Stereotip *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie sudah ada yang membahasnya, tetapi penulis melihat belum ada yang membahas secara khusus tentang Stereotip *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie (Studi di Wilayah Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar). Karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat tema ini untuk diteliti lebih lanjut, sehingga bisa menghasilkan sebuah penelitian yang menarik untuk di pelajari.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis merupakan metode yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini yang mana menggambarkan fenomena yang terjadi. Langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di sekitaran pasar Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian ditempat tersebut karena ada beberapa pedagang dan masyarakat Pidie yang menetap di daerah tersebut. Selain itu lebih *aksesible* atau mudah akses baik secara waktu, ekonomi, dan tenaga.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah para pedagang Pidie yang ada di sekitaran pasar Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar. Pedagang Pidie yang ada di Keutapang bisa dikatakan lumayan banyak. Hal ini bisa kita lihat dari beberapa sektor perdagangan yang memang di dominasi oleh para pedagang Pidie.

3. Sumber data

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Kemudian adanya kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah penelaahan dokumen, informasi, foto, wawancara dan sebagainya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang digunakan untuk, mengumpulkan suatu informasi secara langsung terhadap sumber aslinya, biasanya dilakukan dengan wawancara, pendapat perorangan ataupun kelompok, atau dapat melalui hasil observasi. Data primer pada penelitian ini berupa wawancara langsung dengan pedagang asli Pidie, dan juga masyarakat Keutapang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang digunakan peneliti untuk merancang suatu penelitian. Data ini bisa didapat dari hasil observasi dan data dokumentasi dari lapangan. Selain itu, dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan sumber dari buku, jurnal, artikel, situs website (internet) dan referensi lainnya yang berkenaan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan data

Untuk dapat menggambarkan tentang pandangan masyarakat dalam menyikapi tentang hal stereotip ini, langkah yang harus dilakukan ialah mengumpulkan sumber data yang terkait dengan tulisan ini. Saat mengidentifikasi data, peneliti mengumpulkan data melalui:

a. Observasi

Observasi yaitu pengamatan atau pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang dipelajari atau diamati terhadap objek penelitian. Observasi ini akan dilakukan oleh peneliti terhadap para pedagang Pidie dan juga masyarakat lokal yang ada di sekitaran pasar Keutapang. Peneliti akan langsung mendatangi tempat penelitian tersebut guna melakukan pengamatan dengan menentukan

durasi waktu (hari dan jam) sesuai dengan situasi dan kondisi tempat yang akan di teliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan percakapan antara kedua belah pihak untuk tujuan tertentu. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang penelitian ini. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya.¹⁰ Sehubungan dengan informan dalam penelitian ini, penulis nantinya akan mewawancarai beberapa pedagang asli Pidie dan juga beberapa masyarakat lokal yang ada di sekitaran pasar Keutapang yang pernah berinteraksi langsung dengan pedagang Pidie.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah alat yang digunakan untuk penelitian yang menjadi bahan pelengkap dan digunakan untuk bukti pendukung yang sumbernya tidak dari manusia yang memungkinkan dilakukannya pengecekan untuk mengetahui kesesuaiannya.¹¹ Untuk memperoleh data yang valid, maka penulis perlu mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan dengan objek yang hendak dikaji nantinya, seperti mengambil foto, rekaman serta karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti.

Data yang diperoleh sebagian didapat dari sejumlah buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis dan lainnya yang sesuai dengan bahan tulisan ini sebagai pendukung

¹⁰ TIM IAIN Ar-Raniry, *Panduan Karya Ilmiah (Skripsi, Thesis, Disertasi)*, (Banda Aceh: Ar-Raniry Press,2004), hlm.23.

¹¹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Renika Cipta, 2004), hlm. 62.

penjelasan dan kesempurnaan dalam penelitian ini. Data tersebut sebagian terdapat pada taman baca Fakultas Adab dan Humaniora, Perpustakaan UIN Ar-Raniry, Perpustakaan Wilayah Aceh, dan Perpustakaan Museum Aceh. Sebagian data terdapat pada buku dan jurnal yang ada di media online.

Dalam skripsi ini teknik penulisannya berpedoman pada buku *Pedoman Penulisan Skripsi Untuk Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Tahun 2021*.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menganalisis data dari sebuah penelitian. Analisis data ialah pekerjaan yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, memilah dan juga memilih, mengelompokkan dan mengubah data data itu menjadi unit-unit yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, mengidentifikasi apa yang penting untuk dipelajari, dan menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Kemudian setelah semua data dikumpulkan maka penulis akan memverifikasikan data mana saja yang dianggap penting (primer) dan juga data mana yang dirasa kurang penting (sekunder), sehingga bisa diatur menurut kesesuaiannya, maka penulis akan menggunakan metode deskriptif analisis guna memperoleh hasil yang maksimal. Sehingga metode tersebut memberi gambaran dari objek yang hendak diteliti nantinya melalui data-data yang sudah terlebih dahulu terkumpul.

Sugiono berpendapat setidaknya ada tiga komponen yang paling utama dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut:¹²

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah langkah pemulihan data yang menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari catatan yang tertulis di lapangan. Reduksi data juga bisa disebut sebagai bentuk analisis data yang berusaha untuk mereduksi, menyempurnakan, menghilangkan hal yang tentu kurang diperlukan, dan menyusunnya sehingga dapat dijadikan suatu kesimpulan akhir.

b. Penyajian Data

Penyajian data ialah memaparkan dari berbagai informasi yang telah disusun secara keseluruhan kemudian digunakan untuk memberi peluang sehingga terjadinya sebuah kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan ialah tahapan paling akhir yang dilakukan dalam sebuah penelitian, yang mana data yang sudah diperoleh atau didapatkan akan dibuat sebuah kesimpulan yang dirangkum keseluruhan dari penelitian yang telah dilakukan tersebut. Sehingga penelitian tersebut memiliki tujuan dan manfaat yang jelas, sehingga pembaca dengan mudah memahami dan menguasai apa saja yang telah dibahas dalam penelitian tersebut.

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 110.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penting untuk diuraikan agar mempermudah dalam memunculkan poin-poin dari sub-bab yang nantinya akan dicantumkan di daftar isi dan juga untuk memudahkan pembaca memahami sub-bab yang ada dalam tulisan ini.

BAB I Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan terakhir yaitu sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teoritis, dalam bab ini memuat tentang landasan teoritis yang terdahulu yang terkait dengan tema skripsi. Bab ini memuat uraian tentang Konsep Stereotip, Konsep Prasangka, dan juga Hubungan Stereotip dengan Ekonomi.

BAB III menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan Stereotip *Cina Itam*. Dalam bab ini juga membahas tentang hasil penelitian mengenai asal-usul pelabelan *Cina Itam*, stereotip yang berkembang terhadap pedagang Pidie, dan juga respon pedagang Pidie mengenai stereotip dan pelabelan *Cina Itam* yang berikan kepada mereka.

BAB VI merupakan bagian akhir yang berisi kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat menjadi bahan masukan menuju perbaikan dan kesempurnaan.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Konsep Stereotip

1. Definisi Stereotip

Stereotip atau *stereotype* merupakan bentuk dari apa yang disebut dengan prasangka antar etnis ataupun ras. Orang cenderung mengklasifikasikan karakteristik dan perilaku orang lain didasarkan kategori, ras, jenis kelamin, kebangsaan dan cara mereka berkomunikasi baik itu verbal maupun non-verbal.¹³ Jhonson (dalam Liliweri, 2011) mendefinisikan stereotip sebagai suatu keyakinan seseorang untuk menggeneralisasi sifat-sifat tertentu yang cenderung lebih ke hal negatif terhadap orang lain biasanya dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman.¹⁴ Stereotip mengacu pada suatu keyakinan yang selalu digeneralisasikan, dibuat terlalu mudah, disederhanakan, terkadang juga dibesarkan dalam hubungannya dengan kelompok tertentu.¹⁵ Dalam artian, stereotip sebuah penggambaran yang bersifat subyektif terhadap suatu kelompok tertentu.¹⁶

Keyakinan dan juga pendapat yang standar tentang orang-orang dari budaya lain adalah sikap stereotip yang bisa bertentangan dengan fakta. Tetapi stereotip sering kali merupakan kombinasi dari kebenaran dan fiksi tentang orang-orang dari kelompok budaya tertentu. Stereotip terkadang dapat berguna dalam

¹³ Rinjani Bahri dan Subhani, *Komunikasi Lintas Budaya* (UNIMAL PRESS, 2017), hlm. 24.

¹⁴ Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur* (Yogyakarta: PT: LKiS Printing Cemerlang), hlm. 208.

¹⁵ Daryanto dan Raharjo, *Teori Komunikasi*, (Gaya Media, 2016), hlm.

¹⁶ Murdianto, *Stereotipe, Prasangka dan Resistensinya* (Studi Kasus pada Etnis Madura dan Tionghoa di Indonesia), hlm. 141.

penelitian, evaluasi, dan interaksi dengan orang-orang dari budaya lain. Namun juga dapat berbahaya dan merusak bila dipatuhi secara ketat dan diterapkan secara setara kepada semua orang dari latarbelakang budaya tertentu tanpa menyadari kemungkinan kesalahan berdasarkan stereotip tersebut serta keberadaan individu dalam suatu budaya.¹⁷

Stereotip juga merupakan upaya penggambaran atau keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu kelompok yang didasarkan pengalaman pribadi maupun orang yang ada di sekitar. Namun, stereotip terhadap orang lain sudah terbentuk untuk orang yang berprasangka sebelum mereka mengetahui atau berkesempatan untuk berkomunikasi dengan baik dengan orang lain yang berprasangka itu. Terbentuknya stereotip biasanya didasarkan pada informasi yang tidak lengkap ataupun subjektif.¹⁸ Stereotip bukan hanya berbicara mengenai penilaian yang bersifat negatif semata akan tetapi penilaian yang bersifat positif juga. Stereotip yang bersifat positif juga akan menimbulkan konsekuensi negatif karena dapat menimbulkan ekspektasi kelompok yang tinggi terhadap suatu kelompok. Stereotip juga merujuk pada kategori tertentu, seperti etnis, ras, seks, dan pekerjaan.¹⁹

Stereotip yaitu hasil daripada kategorisasi yang kita lakukan, misalnya dengan menggambarkan jenis karakteristik ras dan etnik lain. Miles Hewstone dan Rupert Brown memaparkan 3 aspek mengenai stereotip:

¹⁷ David Matsumoto, *Pengantar Psikologi Lintas Budaya*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008, hlm. 11.

¹⁸ Hartomo dan Arnicon Aziz, *MKDU: Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) hlm, 263.

¹⁹ Filosa dan Fajar Junaedi, *Komunikasi Multikultur: Melihat Multikulturalisme Dalam Gengaman Media*, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014), hlm. 31.

- 1) Stereotip berasal dari bentuk atau ciri tingkah laku yang digeneralisasikan, sehingga terkesan melekat pada semua anggota kelompok.
- 2) Seringkali keberadaan orang-orang dalam suatu kelompok diklasifikasikan dan acap kali dengan mudah diidentifikasi melalui karakter/ sifat tertentu seperti halnya kebiasaan, tingkah laku, kebiasaan tindakan, jenis kelamin, dan etnisitas atau suku bangsa.
- 3) Oleh karena itu, diasumsikan bahwa individu-individu yang membentuk kelompok mempunyai ciri-ciri, kebiasaan bertindak yang sama dengan kelompok yang digeneralisasikan.²⁰

Selain itu, stereotip juga dapat mempengaruhi komunikasi antarbudaya. Pertama, dapat menjadi pemicu kurangnya komunikasi antarbudaya dikarenakan stereotip negatif yang cenderung kuat akan menyebabkan seseorang menolak untuk berinteraksi dengan kelompok tersebut. Kedua, stereotip negatif yang kuat akan berpengaruh intensitas dan kualitas interaksi. Ketiga, stereotip yang sangat mendalam akan menimbulkan diskriminasi terhadap kelompok yang tidak dicintai tersebut.²¹

Stereotip dapat diartikan sebagai representasi atau konsepsi yang terikat kuat pada kelompok tertentu. Ini bisa terjadi ketika orang mulai membuat stereotip terhadap seseorang, dan hal pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi seseorang dari bagian tertentu dalam kelompok dan kemudian

²⁰ Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya.....*, hlm.208.

²¹ Yolla Novita Putri dan Anismar, Stereotip Mahasiswa Minangkabau Terhadap Mahasiswa Suku Aceh, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, Vol.1 No.2, (2020), hlm. 117.

mulai dengan memberi nilai pada orang tersebut.²² Munculnya stereotip ketika individu atau kelompok berbagi sikap atau stigma yang secara tidak sadar dimiliki oleh individu atau kelompok lain.

2. Pembagian Stereotip

Terdapat dua macam bentuk stereotip yaitu stereotip positif dan stereotip negatif.

a. Stereotip Negatif

Stereotip negatif adalah bentuk penggambaran yang bersifat negatif yang dikenakan pada suatu kelompok atau komunitas tertentu muncul perbedaan yang terkadang tidak dapat diterima oleh kelompok lain dan stereotip bersifat dugaan. Jika stereotip negatif hadir dalam masyarakat, ini akan menjadi ancaman bagi pelestarian persatuan dan pluralisme. Stereotip ini akan menjadi pembatas yang sangat jelas antarkelompok, sehingga dalam proses komunikasi diantara mereka akan terjadi hambatan karena adanya jarak yang terbangun karena stereotip tersebut.

Bukan hanya itu stereotip tentang suatu kelompok juga akan menjadi pemicu konflik antar kelompok, sekalipun stereotip yang dibangun dalam kelompok tersebut belum tentu dapat dibuktikan kebenarannya bahkan ada stereotip tentang suatu kelompok yang benar-benar salah. Sebagai contoh diskriminasi dan kebencian terhadap etnis Tionghoa di Indonesia. Orang Tionghoa kerap mendapatkan diskriminasi dimana mereka dianggap pelit, serakah, dan mereka dianggap bukan orang Indonesia. Stereotip tersebut terjadi

²² Sukmono, Filsofa Gita dan Fajar Junaedi, *Komunikasi Multikultur*, (Yogyakarta: Mata Padi Persindo, 2014), hlm. 31.

dikarenakan kurangnya pemahaman nasionalisme di kalangan masyarakat. Padahal jika kita telaah lebih jauh stereotip ini muncul karena adanya sifat iri dan adu domba yang memang sudah terlebih dahulu muncul sejak dulu. Dengan demikian, ketegangan sosial dan juga kasus-kasus konflik sering dilatarbelakangi dengan kuatnya stereotip mengenai kelompok lain.

Biarpun stereotip pada umumnya condong ke hal negatif, akan tetapi juga mempunyai beberapa fungsi, yang diantaranya:

- a) Bentuk penggambaran dari keadaan suatu kelompok
- b) Sebagai alat bantu bagi seseorang dari suatu kelompok untuk bersikap terhadap kelompok lainnya
- c) Memberikan dan membentuk citra kepada kelompok
- d) Stereotip dapat menilai keadaan suatu kelompok.

b. Stereotip Positif

Stereotip ini sangat berbeda jauh dengan stereotip yang negatif. Stereotip ini lebih membantu terciptanya komunikasi antarbudaya sehingga memudahkan terjadinya interaksi antar kelompok yang satu dengan kelompok yang lain pada sebuah lingkungan secara bersama-sama. Sehingga terciptanya hubungan yang harmonis antar kelompok budaya. Stereotip yang positif akan mempengaruhi kehidupan harmonis yang saling menghargai perbedaan.²³ Contohnya orang Minang menstereotipkan bahwa orang Jawa sebagai pribadi yang sopan dan juga

²³ Suci Trina, *Stereotip dan Prasangka Terhadap Umat Islam Dalam Film "Bulan Terbelah di Langit Amerika" (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, Skripsi, (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2017), hlm. 12-13.

memiliki etos kerja yang bagus, begitu pula orang Jawa menstereotipkan orang Minang sebagai pribadi yang gemar merantau dan juga berniaga.

Dalam konteks komunikasi antarbudaya, stereotip dapat dikelompokkan dalam beberapa dimensi, diantaranya:

- a) Ukuran arah, yaitu respon positif ataupun negatif.
- b) Ukuran intensitas, yaitu seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap stereotip yang dianutnya.
- c) Ukuran akurasi, yaitu seberapa dekat stereotip tersebut dengan temuan dan kenyataan yang ada di lapangan.
- d) Ukuran isi, yaitu perilaku-perilaku khusus yang berlaku untuk kelompok tertentu.

3. Penyebab Stereotip

Komunikasi adalah proses sosial dimana individu kerap memakai simbol-simbol yang mana nantinya simbol tersebut digunakan untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan komunikasi dari para individu tersebut. Jadi akan ada lima sudut pandang utama dalam komunikasi yaitu sosial, proses, simbol, makna, dan juga lingkungan.²⁴

Stereotip dalam wujud prasangka dapat menyebabkan adanya hambatan dan juga benteng dalam suatu komunikasi antarbudaya yang berhubungan dengan adanya perbedaan budaya.²⁵ Adanya persepsi yang muncul dari pengaruh

²⁴ Dewi, “ Fenomena *Culture Shock* dan *Stereotype* dalam Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Indonesia yang Studi di Amerika “, *Jurnal Ilmu Komunikasi Ultimacomm*, Vol.10 No.2, (Desember 2018), hlm, 100.

²⁵ Mohammad Shoelhi, *Komunikasi Lintas Budaya Dalam Dinamika Internasional*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 19-20.

stereotip. Biasanya stereotip tidak muncul karena sesuatu yang dibawa oleh individu sejak lahir atau muncul karena adanya naluri. Akan tetapi stereotip terjadi karena adanya faktor- faktor tertentu.

- a. Sebuah stereotip biasanya dapat muncul dari orang tua, saudara kandung atau siapa saja yang berinteraksi dengan orang tersebut. Stereotip dapat muncul dari pengalaman orang terdekat dari suatu individu yang saling menstereotipkan.
- b. Dorongan dari pengalaman pribadi juga menjadi pemicu munculnya sikap stereotip terhadap orang lain.
- c. Adanya media masa juga dapat terjadinya stereotip, dikarenakan stereotip dapat berasal dari hal-hal yang mungkin dipelajari orang melalui media masa tersebut.

B. Prasangka (*Prejudice*)

1. Definisi Prasangka

Beberapa Psikologi mendefinisikan konsep prasangka dengan cara yang berbeda. Diantaranya adalah Watson (1984) yang berpendapat bahwa prasangka adalah sikap negatif yang tidak toleran terhadap kelompok tertentu. Myers (1983) mengemukakan bahwa prasangka adalah sikap negatif yang tidak tepat terhadap suatu kelompok baik itu anggota dalam kelompok tertentu. Newcomb mendefinisikan prasangka sebagai sikap yang buruk yang dianggap sebagai suatu sikap yang cenderung mempersepsi, berfikir, dan bertindak dengan cara

“melawan” orang lain, terutama sebagai anggota suatu kelompok.²⁶ Sedangkan menurut Brown, prasangka adalah adanya sikap sosial atau keyakinan kognitif yang sifatnya cenderung merendahkan, mengungkapkan efek negatif, atau tindakan permusuhan atau diskriminasi terhadap anggota suatu kelompok yang kemudian diasosiasikan atau dikaitkan dengan menjadi bagian dari kelompok tersebut. Adapun menurut Mar’at, prasangka ialah dugaan-dugaan yang mempunyai nilai positif dan negatif, tetapi biasanya sering bersifat negatif.²⁷

Berbagai pandangan yang telah dikemukakan diatas, dapat dikatakan bahwa prasangka adalah sikap yang negatif terhadap suatu kelompok atau anggota kelompok tertentu tanpa adanya alasan yang kuat.²⁸ Dan objek prasangka adalah orang atau kelompok lain, sikap tersebut didasarkan pada keanggotaan suatu kelompok.

Didalam pandangan psikologi sosial, semua tingkat kekerasan, permusuhan, dan ketidakadilan dalam masyarakat terjadi dikarenakan adanya antagonisme kelompok. Antagonisme kelompok muncul ketika anggota satu kelompok (*in group*) menunjukkan sikap dan perilaku negatif terhadap kelompok lain (*out group*). Ada tiga komponen antagonisme kelompok yang saling berkaitan yaitu stereotip, prasangka, dan diskriminasi. Prasangka adalah salah satu

²⁶ Theodore Mead Newcomb, *Psikologi Sosial*, (Bandung: Diponegoro, 1985), hlm. 564.

²⁷ Lester R. Brown, *Prejudice: Menangani Prasangka dari Perspektif Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm. 12.

²⁸ Joko Kuncoro, “Prasangka dan Diskriminasi”, *Jurnal Psikologi*, Vol. 2 No. 2, (Januari,2022), hlm. 5

aspek perilaku manusia yang paling merusak dan terkadang mengarah pada tindakan yang berbahaya.²⁹

Prasangka tumbuh dari nilai sikap yang kita pelajari. Kebanyakan orang menciptakan harga diri mereka, karena demikian prasangka dapat menjadi motivasi kompetitif untuk kompetisi sosial. Perilaku prasangka juga dilakukan oleh orang-orang, dimana mereka membenci orang-orang hanya karena mereka berbeda dengan dirinya dan kemudian berperilaku diskriminatif, seperti menganggap orang itu bodoh dan berbahaya untuk meningkatkan kewaspadaan diri.

2. Ciri-Ciri Prasangka

Prasangka memiliki ciri-ciri dapat dilihat pada kecenderungan masyarakat untuk membuat kategori sosial. Kategori sosial ialah kecenderungan untuk membagi dunia sosial menjadi dua kelompok yaitu kelompok kita (*in group*) dan kelompok mereka (*out group*). *In group* yaitu suatu kelompok sosial yang mana individu merasa dirinya dimiliki atau memiliki. Sedangkan *out group* adalah group di luar group individu itu sendiri yaitu kelompok orang lain di luar dari dirinya.

Berdasarkan penguatan perasaan *in group* dan *out group* prasangka memiliki ciri-ciri:

a. Proses generalisasi terhadap perbuatan anggota kelompok.

Misalnya jika ada orang dari *outgroup* atau di luar kelompok yang melakukan hal-hal yang negatif maka mereka akan digeneralisasikan atau dipukul

²⁹ Muhammad Alfandi, " Prasangka: Potensi Pemicu Konflik Internal Umat Islam", *Jurnal Walisongo*, Vol.21 No.1, (Mei, 2013), hlm. 119.

ratakan pada semua anggota kelompok luar. Akan tetapi lain halnya jika ada individu dari kelompok itu sendiri yang bertindak negatif, maka tindakan negatif tersebut tidak akan meluas ke anggota kelompok itu sendiri.

b. Adanya persaingan sosial

Persaingan sosial adalah cara yang biasa dipergunakan oleh anggota suatu kelompok untuk mengevaluasi harga atau taraf dirinya dengan cara membandingkan kelompok ataupun dirinya sendiri kemudian kelompok lain dianggap tidak sebanding dan lebih baik dengan dirinya.

c. Pengaruh persepsi selektif dan memori di masa lalu

Perilaku stereotip kerap dikaitkan dengan pengaruh persepsi selektif dan ingatan di masa lalu biasanya dikaitkan dengan stereotip. Stereotip ialah kepercayaan yang diasosiasikan atau dikaitkan oleh sekelompok individu dengan ciri-ciri watak tertentu atau asumsi tentang karakteristik yang dimiliki oleh anggota eksternal (anggota luar). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa stereotip adalah praduga tentang ide-ide kelompok lain, suatu asumsi yang biasanya sederhana, kaku, klise dan juga tidak akurat biasanya muncul dari proses generalisasi. Jadi misalnya jika ada seseorang yang perilaku stereotipnya relevan dengan orang yang mempersepsikannya, hal ini akan langsung dipersepsikan secara negatif.

d. Perasaan frustrasi

Perasaan frustrasi timbul karena seseorang yang merasa tertekan hingga membutuhkan objek pelampiasan karena ketidakmampuan menghadapi suatu kegagalan. Persaingan antar setiap individu dan kelompok akan memunculkan

kekecewaan menjadikan individu sebagai pengganti ekspresi ketidakuasannya dengan objek lain. Benda-benda lain ini biasanya memiliki kekuatan yang lebih kecil dibandingkan dirinya sendiri sehingga individu tersebut mudah berprasangka.

e. Agresi antar kelompok atau antar individu

Agresi atau serangan biasanya muncul akibat pemikiran rasis, yang yang mengakibatkan orang tersebut cenderung bertindak agresif.

f. Dogmatisme

Dogmatisme merupakan seperangkat keyakinan yang dipegang oleh seseorang terkait dengan masalah tertentu atau kurangnya toleransi yang biasanya ada pada orang yang oteriter. Dogmatis dapat dianggap sebagai orang yang buta akal pikirannya. Orang tersebut biasanya menutup mata atas realitas dunia ini yang beragam dan terus berubah-ubah. Orang ini seringkali tidak menyadari bahwa dirinya dogmatis. Dia akan memaksakan nilai-nilai baik pada dirinya sendiri maupun pada orang lain tanpa ada kesadaran sedikit pun bahwa dunia ini penuh dengan ketidakpastian dan perubahan.³⁰

g. Penilaian yang cenderung ekstrim terhadap anggota kelompok lain

Suatu individu melakukan penilaian terhadap anggota kelompok lain baik penilaian positif ataupun negatif secara berlebihan. Penilaian positif terhadap kelompok lain dapat menjadi ekstrim dikarenakan adanya ekspektasi yang terlalu

³⁰ Lisa Chairani, *Hubungan Antara Konflik Dengan Prasangka Pada Siswa Pesantren Mawaridussalam, Batang Kuis, Kab. Deli Serdang*, Skripsi, (Medan: Universitas Medan Area, 2016), hlm. 17-19.

tinggi. Akan tetapi penilaian yang sering diberikan adalah penilaian yang cenderung negatif.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prasangka

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi prasangka adalah sebagai berikut:³¹

- a. Prasangka muncul karena adanya proses kategorisasi atau pengelompokan dalam diri individu. Kategori sosial yaitu basis psikologis dan munculnya prasangka. Kategorisasi ini mencakup etnisitas dan terkesan menjaga jarak sosial dengan orang-orang yang dianggap *out group*.
- b. Prasangka berkaitan dengan berbagai tipe kepribadian seperti otoriter yaitu tindakan sewenang-wenang, citra diri, harga diri, dan orientasi dominasi sosial. Prasangka dikaitkan dengan model kepribadian seseorang. Orang dengan prasangka yang tinggi biasanya memiliki kepribadian yang otoriter. Steven Fein & Herbert Spencer (1995) mengemukakan hubungan positif antara harga diri dan identitas sosial dengan prasangka dikarenakan adanya ancaman terhadap identitas sosial dan harga diri berkontribusi terhadap pengembangan penilaian prasangka terhadap orang lain. Orientasi dominasi sosial yaitu seseorang yang berkeinginan untuk memiliki dominasi pada *in group*-nya dan menjadi orang yang memiliki kelompok. Hanya karena mereka memiliki

³¹ Dede Rahmat Hidayat, “ Faktor-Faktor Penyebab Kemunculan Prasangka Sosial (*Social Prejudice*) Pada Pelajar”, *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi*, Vol. 12 No. 2, (April, 2013), hlm. 44-46.

kelompok, mereka berpikir bahwa memiliki persepsi kualitas yang dipertimbangkan dalam kaitannya dengan kelompok tersebut.

- c. Prasangka merupakan hasil proses belajar dimana manusia pada dasarnya mempelajari tingkah laku orang-orang disekitarnya serta norma-norma sosial yang terkandung dalam masyarakat budaya.
- d. Keinginan untuk berlomba-lomba dalam hal memperoleh sumber daya yang paling berharga akan tetapi pada hakikatnya hanya tersedia dalam jumlah yang sangat terbatas, misalnya lapangan pekerjaan, jabatan. Kompetisi yang tidak sehat biasanya akan menimbulkan permusuhan atau konflik terhadap kelompok lain.
- e. Teori norma. Prasangka dalam perkembangannya kerap dikaitkan dengan norma sosial kelompok dan adanya dorongan agar individu dapat menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku dalam kelompok tersebut. Prasangka bukan hasil dari pilihan-pilihan individu yang diperoleh selama hidupnya, hal tersebut terjadi karena adanya interaksi dengan kelompok lain yang kemudian distandarlisasikan lalu di internalisasikan menjadi nilai-nilai kelompoknya. Kepatuhan seseorang pada nilai-nilai *in group*-nya akan menjurus kepada munculnya prasangka.

C. Hubungan Stereotip Dengan Ekonomi

Peristiwa yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa, stereotip antar kelompok memang tidak dapat terelakkan dalam komunikasi bisnis antarbudaya. Diskursus stereotip juga dikaitkan dengan berbagai isu ekonomi yang mengangkat sebuah poin penting bagi investor dan para pelaku bisnis. Stereotip berbicara

tidak hanya tentang hubungan sosial yang mempengaruhi ketegangan antar-kelompok, tetapi juga berbicara mengenai praktek dalam hal bisnis dan investasi serta topik ekonomi lainnya. Sebagai contoh, pemikiran David Goodman dan Manasori Miyazawa dalam karyanya “ *Jews in the Japanese Mind: The History and Uses of a Cultural Stereotype*” yang dikutip oleh Jony Eko Yulianto menyebutkan bahwa orang Jepang percaya dengan mitos bahwa ras Yahudi punya rencana buruk terhadap ras Jepang, banyak pembisnis Jepang yang enggan untuk bekerjasama dengan perusahaan di bawah naungan etnis Yahudi. Hal ini menunjukkan dampak kuat dari stereotip yang dapat mempengaruhi pembentukan relasi dalam jejaring bisnis.³²

Selanjutnya Jony Eko Yulianto juga mengutip dari David Hamilton dalam karyanya “Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior” yang mengatakan tentang pentingnya penekanan pada pengujian hipotesis ilmiah. Hamilton juga mengingatkan kita untuk tetap skeptis atau keraguan agar tidak berkelut dalam perspektif masyarakat yang tidak berlandaskan dengan ilmiah. Secara ilmiah pengujian hipotesis berguna untuk mengevaluasi atau meniali suatu suku secara objektif yang berdasarkan profil kepribadian masing-masing individu agar terhindar dari generalisasi tentang masing-masing individu. Contohnya seperti etnis Tionghoa, jika berbicara mengenai mengapa orang etnis Tionghoa berhasil mencapai tingkat kekayaan dibandingkan dengan etnis lain, terlebih baik jika kita perlu menelaah karakteristik pengelolaan modal finansial, pola investasi,

³² Jony Eko Yulianto, Diskursus Stereotip dalam Dunia Bisnis, 30 Mei 2017. Diakses pada tanggal 01 Juli 2022 dari situs: <https://www.uc.ac.id/library/diskursus-stereotip-dalam-dunia-bisnis/>.

pengambilan keputusan dan strategi memperkuat relasi dan jejaring bisnisnya. Hindari anggapan bahwa etnis tertentu memang telah terdoktrin sebagai etnis yang kaya.³³

Komunikasi bisnis dalam prakteknya seringkali terjadi pada banyak pengusaha yang mengalami masalah yang kaitannya dengan perbedaan budaya karena mereka berasumsi bahwa; (1) nilai-nilai budaya yang dimiliki setiap individu memiliki didasari dengan persepsi, sikap, dan perilakunya; (2) setiap orang mempunyai stereotip tertentu tentang kelompok yang berinteraksi dengannya; (3) dalam komunikasi bisnis terdapat beraneka macam masalah yang terkait dengan stereotip antarkelompok; (4) stereotip antar kelompok yang positif dapat meningkatkan kompetensi komunikasi dalam bisnis.

Stereotip antarkelompok dikaitkan dengan prasangka sosial antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Stereotip antarkelompok akan mempengaruhi kompetensi komunikatif dengan orang-orang dari budaya yang berbeda. Persaingan antarbudaya dalam komunikasi bisnis merupakan kesan bahwa perilaku komunikasi itu tepat dan efektif terhadap hal-hal tertentu, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi dapat disebut tepat jika sesuai dengan apa yang diharapkan dalam hubungan. Efektif yang dimaksud disini berarti tercapainya tujuan komunikasi. Kompetensi komunikatif antarbudaya meliputi motivasi, pengetahuan, dan juga keterampilan dalam berkomunikasi.³⁴

³³ Jony Eko Yulianto, Diskursus Stereotip dalam Dunia Bisnis, 30 Mei 2017. Diakses pada tanggal 01 Juli 2022 dari situs: <https://www.uc.ac.id/library/diskursus-stereotip-dalam-dunia-bisnis/>.

³⁴ Retno Hendariningrum dan Prayudi, “ Kompetensi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya ”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Terakreditasi*, Vol. 9 No. 3, hlm. 255.

Dalam konflik antar kelompok, munculnya stereotip atau prasangka dikarenakan adanya respon terhadap frustrasi dalam kehidupan antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Terkadang orang melakukan persepsi atas dirinya sendiri dikarenakan adanya kerugian terhadap pihak lain, walaupun pada kenyataannya tidak demikian. Kemajuan dalam hal ekonomi ialah kemajuan yang dilakukan oleh suatu kelompok tentunya tidak akan sama dengan kelompok yang lain, ada yang progresnya cepat dan ada juga yang lambat. Itu semua tergantung dari kelompok itu sendiri tetapi setiap orang mengalami kemajuan dalam bidang ekonomi. Kelompok yang progresnya lambat akan selalu merasa dirugikan dan merasa mereka terhambat. Mereka akan rentan terhadap bias jika ada faktor lain yang menyebabkan kemajuan yang dicapai oleh pihak lain.³⁵

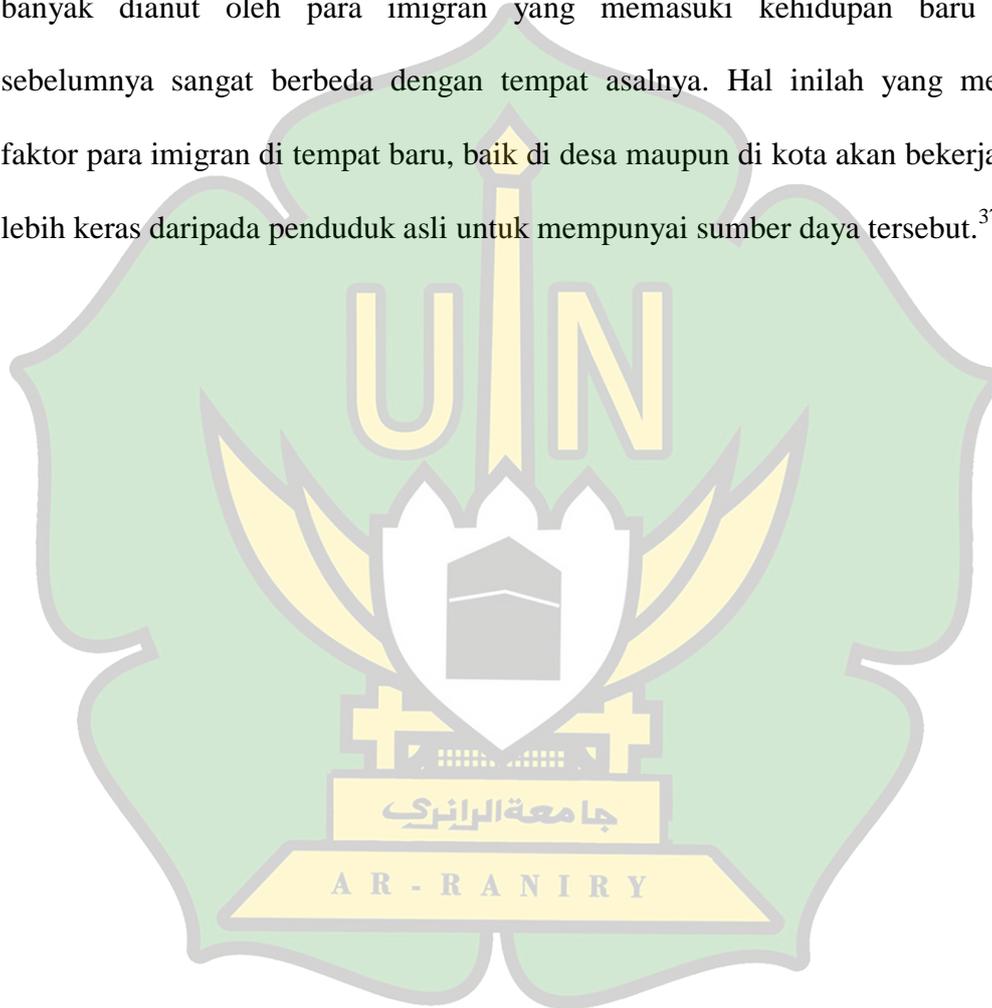
Munculnya persaingan dikarenakan adanya individu atau sekelompok orang yang saling bersaing dalam mencari keuntungan dibidang kehidupan yang diminati khalayak ramai. Membuat prasangka-prasangka dan mempertajamnya tanpa melakukan kekerasan merupakan suatu cara yang ditempuh untuk menarik perhatian publik.³⁶

Robert Park dalam penelitiannya tentang kompetisi atau persaingan antaretnik atau antar ras mengemukakan antara kelompok yang satu dengan yang lain dan antara kaum imigran dengan penduduk asli diwujudkan melalui persaingan untuk dapat memperoleh sumber daya. Setiap kelompok manusia diberikan *skill* atau kemampuan untuk berjuang mendapatkan sumber daya dari

³⁵ Bimo Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), hlm. 98.

³⁶ Ng. Philipus dan Nurul Aini, *Sosiologi dan Politik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 29.

lingkungan mereka hidup. Searah akan hal itu, munculnya tradisi ekologi manusia yang mengajarkan bahwa setiap kelompok manusia dianugrahi kemampuan berjuang untuk bertahan hidup. Jadi, sudah sepatutnya setiap orang atau kelompok harus berjuang untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya. Tradisi ini pun banyak dianut oleh para imigran yang memasuki kehidupan baru yang sebelumnya sangat berbeda dengan tempat asalnya. Hal inilah yang menjadi faktor para imigran di tempat baru, baik di desa maupun di kota akan bekerja jauh lebih keras daripada penduduk asli untuk mempunyai sumber daya tersebut.³⁷



³⁷ Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya.....*, hlm. 144-145.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Asal-Usul Pelabelan *Cina Itam* Terhadap Pedagang Pidie

Berdagang atau dalam bahasa Aceh "*Meukat*" merupakan mata pencaharian atau profesi bagi sebagian masyarakat yang ada di Aceh. Kapasitas berdagang masyarakat Aceh dimulai dalam skala kecil, berdagang di kampung, di kecamatan, kabupaten, kota sampai tingkat nasional bahkan ada juga yang hingga internasional. Pada masa kerajaan, masyarakat Aceh berdagang sampai ke mancanegara.

Jika dilihat lagi ke belakang, pada masa penjajahan Belanda dan Jepang, pedagang-pedagang Aceh terus saja melakukan interaksi dagang secara sembunyi-sembunyi. Ketika pelabuhan Aceh terisolasi, pedagang Aceh banyak berpindah ke Medan, Sumatera Utara. Hasil bumi yang ada di Medan kemudian mereka tumpang lalu mengeksportnya ke luar negeri. Tak heran jika berdagang sudah sangat membudaya dalam masyarakat Aceh sejak zaman dahulu. Bagi masyarakat Aceh berdagang di ibaratkan seperti ikan dengan air yang mana keduanya tidak dapat dipisahkan.

Dalam berbagai sumber tentang perdagangan yang ada di Aceh, bahwa Aceh sudah membuka jaringan perdagangan dari berbagai negara di Asia dan Afrika sejak zaman raja-raja. Bahkan islam masuk ke Aceh karena adanya kontak dagang dengan saudagar dari Gujarat, India. Pada saat itu pedagang Aceh sudah mahir dalam berdagang dan mereka juga menjalin usaha dagang dengan para pedagang pendatang dari Cina, India, Persia, Turki, Arab, dan kemudian juga

berdagang dengan orang-orang Eropa. Pada tahun 1292, tatkala Marco Polo singgah di Aceh, setidaknya sudah terdapat enam pelabuhan di Aceh yang sibuk dengan perdagangan.³⁸

Setelah masuknya Islam, semangat berdagang pun semakin kuat dikarenakan orang Aceh meyakini bahwa berdagang merupakan salah satu ibadah yang pernah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw. Dan didalam Al-Qur'an juga didapati ayat-ayat yang berkenaan dengan jual beli. "Diharamkan riba dan diharamkan jual beli". Hal ini di rasa cukup bagi orang Aceh untuk hidup dalam berdagang karena mereka berpegang teguh dengan yang namanya Al-Qur'an dan Sunnah.

Pada tahun 1272 masa pemerintahan Sultan Alaidin Mansur Syah, dibuatnya Qanun kerajaan Aceh yang di dalamnya memuat tentang perdagangan yang salah satu pasal dari Qanun tersebut berbunyi "Rakyat Aceh diwajibkan untuk belajar dan mengajarkan jual beli. Karena itulah orang Aceh menganggap bahwa berdagang merupakan pekerjaan yang mulia, terhormat, dan mempunyai masa depan yang mandiri.

Pedagang Aceh pada umumnya dikenal jujur dan juga menempati janji, rajin, dan juga pekerja keras. Sejarah mencatat perdagangan Aceh dengan mancanegara sejak masa kerajaan Aceh pada masa Sultan Iskandar Muda, yang sebagian besar dilakukan oleh para saudagar Pidie. Saat itu saudagar dari Garot berdagang hingga ke Gujarat (India) dan Arab Saudi. Kopian *Meukeutop* yang

³⁸ Abdul Rani Usman dkk., *Budaya Aceh*, (Yogyakarta: Polydoor Desain, 2009), hlm. 135.

dikenakan oleh para Sultan Aceh dibawa dari Turki kemudian pembuatannya dilakukan di Desa Garot. Hingga kini, pembuatan kopiah kebesaran ini masih ada di Garot, Kecamatan Indrajaya, Kabupaten Pidie. Kegemilangan perdagangan Aceh dengan sejumlah negara Asia sampai ke Eropa dengan Inggris yang kala itu melewati Pelabuhan Ulee Lheu, Krueng Raya, Sigli, Lhokseumawe, dan Langsa. Dan kegiatan perdagangan konon banyak dilakukan oleh para saudagar Pidie.

Hassan Saad menjelaskan, bahwa Aceh tidak hanya dikenal dengan kearifan lokal dan sumber daya alam yang melimpah, tetapi juga mempunyai jiwa wirausaha yang tinggi. Hal itu tidak terlepas dari wilayahnya yang cukup strategis sehingga inilah yang menjadi alasan masyarakat Aceh yang paling pertama berinteraksi dengan dunia luar, terutama pedagang yang berasal dari Arab. Selain motif kedatangan untuk menyebarkan agama islam, ternyata para pedagang Arab juga mewariskan cara berdagang. Diskursus adanya sebutan "*Cina Itam*" terhadap masyarakat Pidie dikarenakan merujuk pada prestasi yang ada yang dikatakan sebagian kalangan setara dengan tingkat keberhasilan ekonomi dan perdagangan Bangsa Cina.³⁹

Menurut Dr. H. Ajidar Matsyah, Lc.I, M.A yang merupakan Dosen Sejarah dan Kebudayaan Islam pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry mengatakann bahwa julukan *Cina Itam* yang disematkan kepada orang Aceh berawal dari kesuksesan saudagar Aceh di Chowkit, Kuala Lumpur dalam bersaing dengan saudagar-saudagar Cina. Dalam persaingan bisnis di Chowkit, para saudagar berdarah Aceh mampu bersaing bahkan mengalahkan Cina.

³⁹ Saiful Akmal, Danil Akbar Taqwadin (ed), dkk, Muhammadiyah di Ujung Barat: Sumbangsih Pemikiran Angkatan Muda, (Banda Aceh: Padebooks, 2019), hlm. 290.

Selanjutnya julukan itu dipopulerkan oleh orang-orang Aceh sendiri dan belakangan mengarah kepada orang Pidie karena dominannya orang Pidie dalam dunia perniagaan.

Adapun *itam* yang merupakan kosa kata dalam bahasa Aceh untuk hitam karena wajah dan fisiknya yang sebagian besar penduduk Pidie mirip dengan orang India atau Hindustan yang mana dikatakan kebanyakan orang Pidie memiliki perawakan yang umumnya, hidungnya mancung, berkumis lebat dan kulitnya hitam manis. Karena ini juga adanya sebutan *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie.⁴⁰

Dikalangan masyarakat pribumi beberapa etnik mempunyai peran yang cukup penting dalam menggerakkan roda perekonomian seperti halnya Minangkabau, Bugis, dan juga Pidie. Sebenarnya tradisi berdagang dulunya telah dilakukan oleh etnik-etnik pribumi.

Lintas sejarah Pidie juga memperlihatkan bahwa sumber daya alam yang dimilikinya telah menjadikan Pidie basis yang sangat mendukung tumbuh dan berkembangnya perniagaan. Pidie sebagai basis niaga di Nusantara terbentuk oleh beberapa faktor penting diantaranya seperti kesuburan tanah, terbukanya masyarakat terhadap pihak asing. Atas dasar itu, jaringan niaga Pidie dengan dunia luar terjalin dengan baik dan memberikan implikasi pada perubahan sosial masyarakat. Dagang yang membentuk tradisi bersejarah sehingga menjadi kekuatan kultural dalam proses kehidupan sosial. Warisan budaya yang memiliki filosofi sejarah itu tetap terpelihara dalam kehidupan pedagang Pidie hingga

⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Nurmala (54 tahun), pedagang lokal Aceh Besar di wilayah Keutapang, tanggal 8 Juli 2022.

sekarang. Tradisi itupun mampu menciptakan suatu etos usaha yang menimbulkan semangat untuk melahirkan para pedagang baru melalui pengalaman empiris.⁴¹

Tingkat kepedulian terhadap pendidikan yang rendah juga menjadi alasan mengapa mereka lebih tertarik menjadi pedagang. Kebanyakan orang Pidie hanya lulusan SD, SMP, dan juga SMA. Tingkat kepedulian masyarakat Pidie terhadap pendidikan masih terbilang rendah dulunya. Sebagian dari mereka tidak lagi melanjutkan hingga ke jenjang perkuliahan, akan tetapi ada juga yang melanjutkannya. Bagi yang tidak melanjutkan pendidikannya, mereka umumnya memiliki ketakutan “*Keupeu jak sikula lambong-lambong, ujoeng-ujoeng jih tamoeng lam dapue*” artinya “*untuk apa sekolah tinggi-tinggi kalau ujung-ujungnya hanya masuk dapur*”. Ataupun “*Keupeu jak sikula lamboeng-lamboeng ujoeng-ujoeng jih tan buet*” artinya “*untuk apa sekolah tinggi-tinggi ujung-ujungnya tidak mendapat pekerjaan*”. Maksud dari pernyataan ini ialah pendidikan tinggi dirasa kurang diperlukan dikarenakan ujung-ujungnya akan menjadi pengangguran dan sia-sia. Apalagi jika hal itu dilakukan oleh perempuan, karena kodrat seorang perempuan dulunya dianggap hanya di dapur dan mengurus rumah tangga. Karena itulah banyak dari orang Pidie dulunya lebih memilih tidak melanjutkan pendidikannya dan lebih memilih untuk menjadi pedagang karena dirasa merupakan cara cepat untuk memperoleh kehidupan yang sejahtera.

⁴¹ Sudirman, Cut Zahrina dan Hasbullah, *Sejarah Perdagangan di Kabupaten Pidie*, (Banda Aceh: Balai Pelestarian Nilai Budaya Aceh, 2017), hlm. 99.

Akan tetapi sekarang tidak semua orang Pidie menganggap pendidikan itu sepele, banyak dari mereka juga melanjutkan pendidikannya hingga ke jenjang yang lebih tinggi, mereka juga berpendapat sambil menempuh pendidikan kita juga bisa kerja. Bahkan ada juga orang yang sudah menjadi pegawai negeri tapi mengandalkan dagang sebagai usaha sampingan karena dirasa gaji sebagai pegawai negeri dirasa kurang cukup untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari apalagi bagi mereka yang sudah berkeluarga.

Berdagang tidak hanya didominasi oleh para lelaki saja, kaum perempuan pun banyak yang menggeluti profesi ini. Seperti halnya dalam masyarakat Gayo, profesi dagang didominasi oleh perempuan yang mana mereka beranggapan bahwa berdagang merupakan pekerjaan perempuan. Dan para lelaki disana menganggap berdagang merupakan pekerjaan terhormat bagi perempuan namun memalukan bagi para pria. Pekerjaan berat seperti bertani dilakukan oleh pria, sedangkan para wanita melakukan pekerjaan ringan seperti berdagang. Akan tetapi beda halnya dengan masyarakat Pidie, berdagang tidak hanya didominasi oleh para laki-laki saja, tetapi juga seimbang baik laki-laki maupun perempuan yang mana kaum perempuan mempunyai hak yang sama dengan laki-laki. Demikian pula adanya hak yang sama atas keuntungan yang diraih bersama dan dalam bahasa adat dikenal dengan istilah harta *Seuharkat*.

Karena tidak ada salahnya bagi perempuan untuk berdagang baik itu yang sudah berkeluarga ataupun belum. Seperti halnya seorang suami yang kurang bisa memimpin dalam keluarganya sehingga istrinya yang berperan dan juga mengambil alih tugas kepala rumah tangga. Hal ini tentunya tidak terlepas dari

adanya himpitan ekonomi yang harus dipikul oleh seorang suami hingga tugas mencari nafkah pun harus melibatkan istri.⁴² Kewajiban mencari nafkah memang tugas seorang suami, akan tetapi pemenuhan hak serta kewajiban dalam rumah tangga haruslah dipikul oleh keduanya. Karenapun istri membantu suaminya untuk mencari nafkah dianggap sedekah dan si istri juga mendapat pahala.⁴³

Adapun alasan lain kenapa wanita harus bekerja ialah karena dirinya *single mother* atau seorang janda yaitu karena sudah bercerai atau cerai mati dari suaminya. Hal tersebut mengharuskan dirinya untuk menghidupi anak-anaknya. Karena kalau tidak bekerja tentunya dia tidak bisa memenuhi kebutuhan anak-anaknya baik itu dari segi pendidikan, makanan maupun pangan.⁴⁴

Pedagang Pidie tidak hanya berjaya di wilayah atau di negerinya sendiri, akan tetapi eksistensi mereka dikenal juga meluas hingga ke kota-kota besar di Pulau Sumatera, Jawa, dan hingga keluar negeri seperti halnya pedagang Pidie di Malaysia.⁴⁵

B. Faktor Kesamaan dan Perbedaan Pedagang Cina dan Pedagang Pidie

1. Merantau (Migrasi)

Merantau atau Migrasi merupakan perpindahan atau kepergian seseorang meninggalkan tempat asalnya atau tempat dilahirkan dan dibesarkan ke tempat

⁴² Hasil wawancara dengan Ibu Hasanah (52 tahun) selaku pedagang asal Pidie disekitaran pasar Keutapang, tanggal 11 Juli 2022.

⁴³ Hasil wawancara dengan Ibu Fitriani (32 tahun) selaku pedagang asal Pidie disekitaran pasar Keutapang, tanggal 18 Juli 2022

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Junaini (45 tahun) yang merupakan salah satu pedagang wanita asal Pidie di wilayah Keutapang, tanggal 13 Juli 2022.

⁴⁵ Wawancara dengan Bapak M. Husen (58 tahun), pedagang Pidie di wilayah pasar Keutapang, 8 Juli 2022.

lain untuk menjalani kehidupan baru. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya dorongan untuk merantau ialah guna memperoleh seperti pengalaman hidup seperti sosial, pendidikan, ekonomi, dan demografi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Namun, tujuan sebenarnya dari merantau ialah untuk meningkatkan ekonomi dan meningkatkan taraf pendidikan guna memperoleh taraf hidup yang lebih tinggi di masa depan.

Setiap perantau dapat bertahan dan berkembang dikarenakan adanya nilai-nilai budaya dan moral yang menjadi ciri khas dari perantau tersebut. Seperti halnya keberadaan orang Cina di Nusantara dirasa cukup berperan penting dalam memainkan peran mereka sebagai pedagang. Orang Cina dapat dikatakan kelompok minoritas akan tetapi selalu menampilkan status sosial yang cukup diperhitungkan dalam hal bidang ekonomi.⁴⁶

Sejalan dengan pencapaian bangsa Cina, orang Pidie juga dikenal dengan gemar berdagang, orang-orang Pidie dirasa mempunyai gaya merantau tersendiri. Seperti halnya dengan sistem komunikasi dan juga cara mereka berinteraksi.

Jika sudah beranjak usia dewasa, kebanyakan anak laki-laki ataupun perempuan merantau ke kota baik mencari ilmu dalam hal pendidikan ataupun berdagang. Bahkan mereka bisa melakukan kedua kegiatan ini sekaligus contohnya seperti mereka yang sedang menempuh pendidikan kuliah dikarenakan kurangnya biaya untuk membayar uang semester hal ini membuat mereka harus

⁴⁶ Rusli, *Pola Jaringan Pengusaha Pidie dan Cina di Kota Langsa: Sebuah Kajian Antropologis*, Thesis, (Medan: Universitas Negeri Medan, 2006), hlm. 1-2.

mencari pekerjaan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya di perantauan.⁴⁷ Tradisi merantau masyarakat Pidie sudah dikenal sejak lama yang bertujuan untuk memperluas jaringan, baik dalam level lokal Aceh, regional di Pulau Sumatra, dan bahkan hingga level Internasional.

Budaya merantau tersebut terus berkembang hingga sekarang. Bahkan mereka juga mempunyai *Hadih Maja* dalam hal merantau yang bunyinya: “*Duek di gampông gadôh lam awö, tajak meurantoe mudah bahgia*” yang artinya berdiam aja di kampung sibuk tak jelas, pergi merantau mudah berbahagia. *Hadih maja* ini menekankan pentingnya merantau atau hijrah untuk menggapai kebahagiaan.

Akan tetapi, tidak ada jaminan juga orang Pidie yang telah merantau akan sukses. Ada juga yang hanya sukses di perantauan saja, namun ketika mereka kembali ke daerah asalnya mereka akan menjadi pengangguran lagi dikarenakan adanya sifat yang tidak sabaran dan merantau hanya seperlunya saja atau tidak totalitas. Misalnya ada seorang pria yang ingin meminang seorang wanita, dikarenakan kurangnya biaya sehingga membuat pria tersebut harus merantau untuk sementara waktu dikarenakan kurangnya lapangan pekerjaan di daerahnya. Setelah biaya yang telah dikumpulkan tercukupi, si pria akan kembali lagi ke kampung halamannya dan kemudian meminang wanita tersebut. Setelah itu mereka tidak lagi merantau karena kurangnya biaya ataupun munculnya rasa malas dan sebagian dari mereka ada yang bekerja serabutan dan ada juga yang menjadi pengangguran.

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Khairul Rijal (27 tahun), yang merupakan pedagang asal Pidie di wilayah pasar Keutapang, tanggal 9 Juli 2022.

Orang Pidie biasa dikatakan orang yang sukses, namun tidak menjamin daerah Pidie wilayah yang maju. Kebanyakan orang Pidie jarang sukses di kampungnya sendiri melainkan sukses di kota orang. Karena mereka memegang aturan “*Mita raseuki bak leu tapak ureung*” yang artinya carilah rezeki di tempat keramaian.

Tradisi merantau merupakan suatu tradisi yang ada didalam masyarakat Pidie baik bagi yang belum menikah, maupun sudah menikah.⁴⁸ Kemampuan orang Pidie dalam berdagang dimulai dari tradisi merantau. Motivasi mereka merantau bukan semata-mata karena kebutuhan ekonomi, akan tetapi ada kaitannya dengan kedudukan laki-laki dalam rumah tangga. Laki-laki berkewajiban untuk mencari nafkah untuk keluarga. Dan seorang ibu/isteri tidak menyukai anak/ suami jika hanya bermalas-malasan di rumah.

Salah satu filosofi hijrah bagi masyarakat Pidie adalah keinginan untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya dan semangat untuk berdakwah.⁴⁹ Adapun maksud dari berdakwah disini ialah belajar menuntut ilmu dan maksud untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik disini ialah tidak selalu tentang status sosial dan ekonomi, tetapi dunia dan akhirat harus juga sukses. Konsep ini nantinya dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk: Pertama, *jak u barat* (pergi ke Barat) untuk menuntut ilmu agama ataupun ilmu keduniaan dan Kedua, *jak u timu* (Pergi ke Timur) untuk berdagang.⁵⁰

⁴⁸ Ahmad Sahur, *Merantau Bagi Orang Pidie (Dalam Migrasi, Kolonisasi, Perubahan Sosial)*, (Jakarta: Yayasan Ilmu-Ilmu Sosial, 1992), hlm.32.

⁴⁹ Rizka Maulana, *Pola Migrasi Masyarakat Pidie yang Berprofesi Pedagang Pasca Tsunami di Kota Banda Aceh*, Skripsi, (Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala, 2016),hlm. 29.

⁵⁰ Saiful Akmal, dkk, “ *Muhammadiyah di Ujung Barat....*, hlm. 49.

2. Dagang

Orang keturunan Cina sangat identik dengan perniagaan. Buktinya banyak pusat perdagangan di kota-kota besar yang didominasi oleh pedagang dari kalangan etnis Tionghoa ini. Dagang menjadi pilihan mereka karena aktivitas yang satu ini banyak memberikan kebebasan ruang dan waktu dan tentunya dagang dapat memberikan banyak keuntungan dan bersifat jangka panjang.

Sama halnya dengan orang Cina, orang Pidie yang juga lebih tertarik untuk menjadi pedagang karena jiwa dagang mereka tidak terlepas dari familisme dan mereka tidak mau terlalu bergantung untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan sehingga mereka lebih tertarik untuk berbisnis dibandingkan menjadi pegawai negeri ataupun buruh misalnya dan dirasa berdagang lebih menguntungkan. “*Ureung Aceh buet beu kureung, peng beuleubeh*” merupakan perkataan *ureung tuha jameun* (nenek moyang) yang bermaksud seperti prinsip ekonomi “Dengan modal sekecil-kecilnya, tapi mendapatkan laba yang besar” yang mana mencari pekerjaan yang santai tapi banyak untungnya. Misalnya seperti pedagang kelontong, membuka warung kopi, dan lain sebagainya.⁵¹

Pelabelan *Cina Itam* yang dikhususkan terhadap masyarakat atau pedagang Pidie memiliki alasan yang akurat. Menurut bapak M. Husen yang merupakan salah satu pedagang asal Pidie yang mana beliau mengatakan adanya klaim *Cina Itam* yang dikhususkan terhadap pedagang Pidie itu lantaran kelihaihan dan juga kemahiran pedagang Pidie yang sering dianggap mampu bersaing

⁵¹ Hasil wawancara dengan Bapak Saiful M. Aji (45 tahun), pedagang asal Pidie yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 18 Juli 2022.

dengan para pedagang Cina yang selama ini diakui sebagai pedagang yang cermat dan juga teliti dalam hal perekonomian dan juga memonopoli perdagangan. Hal ini bisa dilihat dari etnis Cina bisa saja memonopoli perdagangannya di Banda Aceh, Blang Pidie, dan juga Langsa. Namun hal tersebut tidak bisa mereka lakukan di wilayah Pidie. Di daerah Pidie warga lokal yang dinilai paling berjaya dalam hal menggerakkan roda perekonomian dan juga perniagaan. Misalnya bisa dilihat di wilayah Sigli yang merupakan ibu kotanya Pidie yang mana disana hanya ada segelintir pedagang Cina. Bahkan di Pasar Beureunuen yang merupakan pasar terbesar di Kabupaten Pidie tidak ditemukannya pedagang Cina. Dan tidak hanya itu suku-suku lainnya yang di luar Aceh pun sangatlah sedikit tampak menjual barang dagangannya.⁵²

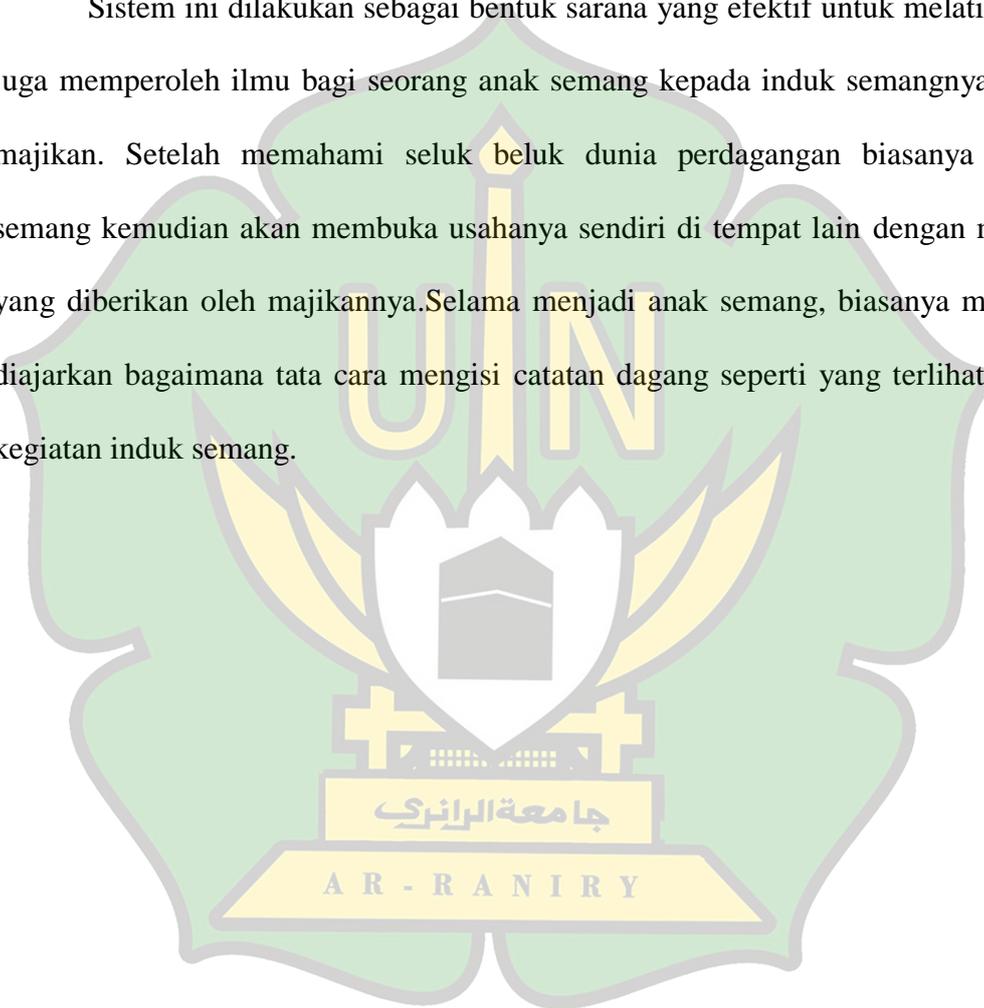
3. *Aneuk Keudee* (Anak Magang)

Banyak strategi yang telah dikembangkan oleh para pedagang pidie dalam usahanya tersebut dengan tujuan untuk tetap bertahan hidup di kota demi meraih pundi-pundi kesuksesan sosial maupun ekonomi. Mengembangkan dan memelihara jaringan sosial antar sesama perantau yang juga berasal dari Pidie merupakan salah satu strategi untuk meraih kesuksesan tersebut. Adanya norma, nilai dan sistem yang menjadi pedoman hidup bagi masyarakat yang merantau merupakan aspek yang sangat penting agar tetap bertahan dalam kehidupan perantauan. Sebelum terjun ke dunia dagang, orang Aceh mengenal adanya sistem *aneuk keudee* atau anak magang. Sistem ini dilakukan sebagai bentuk sarana yang

⁵² Wawancara dengan Bapak M. Husen,... pada tanggal 18 Juli 2022.

efektif untuk melatih dan juga memperoleh ilmu bagi seorang anak semang kepada induk semangnya atau majikan. Setelah memahami seluk beluk dunia perdagangan biasanya anak semang kemudian akan membuka usahanya sendiri di tempat lain dengan modal yang diberikan oleh majikannya.

Sistem ini dilakukan sebagai bentuk sarana yang efektif untuk melatih dan juga memperoleh ilmu bagi seorang anak semang kepada induk semangnya atau majikan. Setelah memahami seluk beluk dunia perdagangan biasanya anak semang kemudian akan membuka usahanya sendiri di tempat lain dengan modal yang diberikan oleh majikannya. Selama menjadi anak semang, biasanya mereka diajarkan bagaimana tata cara mengisi catatan dagang seperti yang terlihat pada kegiatan induk semang.





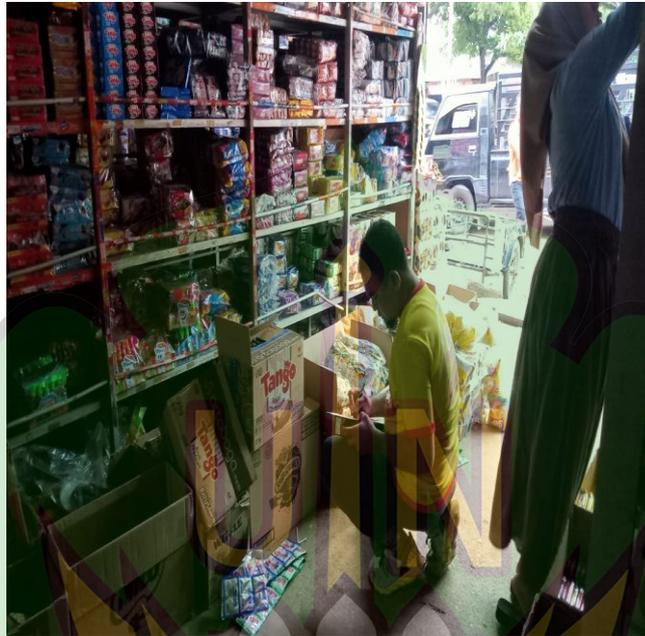
Gambar 3.1: induk semang sedang mengajarkan anak semangnya tentang cara mengisi catatan dagang

Yang dimaksud dengan *Aneuk keudee* disini ialah biasanya saudara atau kerabat yang juga berasal dari Pidie.⁵³ Alasan mengapa mereka mengutamakan pekerja asal daerahnya sendiri itu karena sebagai bentuk tolong-menolong bagi mereka yang belum mendapatkan pekerjaan agar dapat mengikuti jejak rekan mereka yang telah terlebih dahulu sukses. Pola seperti ini nantinya akan membentuk yang namanya jaringan sosial berdasarkan sistem kekerabatan dan kekeluargaan.

Tradisi *Aneuk Keudee* (anak kedai) di kalangan masyarakat Pidie menjadi salah satu faktor yang mempercepat terbentuknya kultur dagang Aceh. Hal ini

⁵³ Rizka Maulana, *Pola Migrasi Masyarakat Pidie.....*, hlm. 63-64.

secara tidak langsung menjadi sarana yang efektif untuk mendidik generasi muda sebelum terjun ke dunia dagang serta dinamikanya.



Gambar 3. 1: Kegiatan *Aneuk Keudee* di lingkungan toko

Dalam artian, peran induk semang atau *tauke* sangatlah besar terhadap anak semangnya pada saat awal-awal merintis karir sebagai pengusaha terutama yang berasal dari daerah yang sama. Bisa kita lihat dalam konteks ini *aneuk keudee* tidak sekedar ditampung di rumah, tetapi juga dicukupi segala kebutuhan pangannya, dan juga dibantu dipekerjakan di lingkungan usahanya. Kebanyakan pedagang Pidie pada umumnya menjadikan tempat usaha mereka sekaligus juga tempat tinggal (rumah).

Sifat masyarakat Pidie yang sesama perantau dilandasi dengan kuatnya rasa gotong-royong, saling tolong-menolong dan serta toleransi dalam persatuan yang telah dibangun sejak mereka masih tinggal di kampung halamannya.

Seperti halnya pengusaha Pidie sistem pemagangan juga ada di kalangan pengusaha Cina. Anak-anak dilatih agar bisa meneruskan usaha orang tuanya atau membuka usahanya sendiri. Selain itu, anak-anak diajarkan bagaimana berjejaring dengan pengusaha lain khususnya dengan sesama pengusaha Cina. Mereka kerap melakukan hubungan yang *intens* agar tidak terjadi persaingan dengan sesama dengan pengusaha Cina. Demikian juga dengan kelanjutan pengelolaan sebuah usaha, anak sedini mungkin dilibatkan dalam setiap transaksi perdagangan.

Bagi pengusaha Cina mempertahankan usaha bukanlah hal yang mudah jika sudah berhadapan dengan pesaing pengusaha Pidie yang dikenal sangat agresif dalam berdagang. Salah satu strategi yang mereka lakukan untuk dapat mengimbangi pengusaha Pidie adalah dengan merekrut karyawan dari etnis Aceh. Karena dengan memperkerjakan karyawan dari etnik Aceh, pengusaha Cina dapat menarik minat pembeli/ pelanggan dari etnik Aceh.

Hal ini tentunya berbeda dengan yang dilakukan oleh pengusaha Pidie yang mendukung usahanya dengan memperkerjakan “orang dari daerah yang sama” sebagai karyawan. Pada saat proses magang berlangsung, biasanya anak semang tidak mendapatkan gaji, kecuali adanya pembagian usaha yang dilakukan diakhir tahun dan keuntungan itulah yang biasanya digunakan untuk membuka modal usaha dan *aneuk keudee* pun memiliki modal dan usaha mereka sendiri di tempat lain.⁵⁴ Bagi pedagang Pidie, biasanya karyawan tidak mendapatkan gaji yang tetap tetapi penggajian mereka berdasarkan persentase barang yang terjual.

⁵⁴ Iskandar, *Kewirausahaan Pengusaha Aceh Asal Pidie di Kota Medan (Suatu Tinjauan Antropologis)*, Tesis, (Medan, Universitas Negeri Medan, 2005), hlm. 79.

Maksudnya pendapatan yang akan diterima berdasarkan *omzet* barang yang terjual. Secara tidak langsung, karyawan merupakan pemilik barang dagangan yang akan dijual. Dengan adanya sistem penggajian seperti itu karyawan semakin agresif dalam menjual barang. Ataupun sebagai ganti dari gaji tersebut ada juga aneuk keudee yang meminta kepada *taukè* nya untuk dikreditkan motor saja.⁵⁵

4. Nilai-nilai Agama

Hal lain yang dapat kita lihat dari faktor kesamaan antara pengusaha Cina dan pengusaha Pidie ialah kaitan nilai-nilai agama dan kultural keduanya sebagai inspirasi dalam berusaha. Pengusaha Pidie menjadikan agama Islam sebagai jembatan dalam membangun solidaritas dengan pengusaha Pidie lainnya. Sedangkan nilai kultural yang mereka ilhami ialah orang Pidie yang memiliki tradisi merantau.

Bagi kalangan pengusaha Cina nilai-nilai agama dan budaya juga berperan penting dalam memotivasi mereka dalam menjalankan bisnis. Banyak ahli mengamati terhadap pengusaha Cina di pengaruhi oleh kebudayaan *Konfusianisme* atau ajaran Kong Hu Cu yang dikembangkan oleh Meng Tsu yang sangat berpengaruh kepada pengusaha Cina. Mengenai ajaran ini, konfusis mengajarkan sesama manusia harus saling tolong-menolong, karena manusia tidak bisa hidup tanpa adanya pertolongan dari orang lain.⁵⁶

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Alfandi (26 tahun) yang merupakan salah satu *Aneuk Keudee*, tanggal 20 Agustus 2022.

⁵⁶ Rahmad Septia Fikri Abdullah, dkk., Eksistensi Etnis Tionghoa di Kota Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya, *Indonesian Journal of Islamic History and Culture*, Vol. 2 No.1, (Mei 2021), hlm. 110.

5. Sistem Tata Kelola Usaha

Dalam sistem manajemen bisnis, pengusaha Cina sangat dipengaruhi oleh keluarga. Bisnis dikelola oleh keluarga, dikembangkan oleh keluarga dan kemudian diwariskan kepada generasi selanjutnya. Di samping itu juga, kemajuan-kemajuan usaha yang dimiliki pengusaha Cina dipengaruhi oleh nilai uang yang ada pada kalangan pengusaha Cina. Uang selalu menjadi persoalan dalam berbagai kesempatan bahkan pembicaraan sewaktu makan pun tidak terlepas dari bisnis yang menghasilkan uang. Dalam setiap transaksi bisnis hubungan sosial menjadi prioritas penting karena dapat membantu mengembangkan bisnis.

Adapun keberadaan pengusaha Pidie dan pengusaha Cina memiliki persamaan dan juga perbedaan. Persamaan kedua etnik tersebut adalah keduanya sama-sama berorientasi pada akumulasi modal sedangkan perbedaan yang mencolok ialah pengusaha Pidie tidak memandang kesuksesan adalah terkumpulnya uang tanpa diiringi tindakan dalam bentuk lain. Para pengusaha Pidie yang sukses selalu mengeluarkan hartanya dalam bentuk zakat dan sumbangan-sumbangan lain untuk kegiatan keagamaan. Sedangkan pengusaha Cina selalu menginvestasikan kelebihan keuntungan ke dalam bentuk nyata seperti mobil, rumah atau digunakan untuk mengembangkan usahanya.

6. Strategi Ekonomi

Dalam hal strategi ekonomi pedagang Pidie, pedagang Pidie mempunyai ciri khas tersendiri dalam berdagang. Mereka menggunakan tiga strategi seperti harga, pelayanan, dan juga mengutamakan kualitas produk. Ketiga strategi

tersebut menurut mereka dirasa ampuh untuk menarik atau menaklukkan hati konsumen untuk berbelanja kepada mereka. Disini para konsumen dapat bermain dengan harga dalam kata lain dapat melakukan tawar-manawar atau negosiasi secara langsung dengan pedagang Pidie. Konsumen memperoleh kesempatan untuk mendapatkan harga yang lebih rendah setiap saat selama konsumen bersedia menawar. Adapun beberapa strategi perdagangan yang dimiliki pedagang Pidie juga memiliki persamaan dengan pedagang Cina, diantaranya:

a. Penyesuaian harga

Pedagang Pidie di perantauan yang dikenal pandai bermain dengan harga dalam artian konsumen bisa mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan di tempat lain (pedagang lokal dari daerah tersebut). Menurut penuturan Bapak Yusrizal yang merupakan salah satu pedagang Pidie yang menjual pakaian, adapun barang yang dijual harus memiliki bervariasi dan juga beragam dan juga harus selalu memperbarui barang atau produk yang sedang trend dikalangan muda-mudi dan barang yang dijual juga tergolong barang yang berkualitas bagus. Karena konsumen tidak akan tertarik dengan produk lama dan juga kualitas produk yang biasa-biasa saja dan tentunya harus ramah di kantong.⁵⁷

Strategi banting harga juga sudah diterapkan perdagangan bangsa Cina sejak dulu misalnya seperti barang-barang Cina yang diekspor ke Indonesia

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Yusrizal (54 tahun), pedagang asal Pidie di wilayah pasar Keutapang, tanggal 11 Juli 2022.

seperti barang Industri rumah tangga, elektronik dan lainnya mendapat respon pelaku pasar lokal karena harganya lebih terjangkau.⁵⁸

b. Negosiasi Harga

Harga merupakan bentuk strategi perdagangan untuk bersaing di dunia dagang yang dilakukan oleh pedagang Pidie. Kebanyakan pedagang Pidie masih berpangang teguh dengan yang namanya sistem negosiasi harga dengan tujuan agar harga dipasar lebih fleksibel dan tidak kaku sehingga pembeli akan memiliki daya tarik tersendiri untuk berbelanja. Sistem ini tentunya juga dilakukan oleh pedagang Cina. Orang Cina akan melakukan penawaran untuk mendapatkan harga terbaik karena mereka tahu harga yang akan dijual kembali juga murah. Selain itu harga yang terbaik tentunya akan memberikan keuntungan tanpa harus menaikkan harga terlalu tinggi karena mereka lebih mementingkan perputaran uang.

Dalam usaha dagang bagi pedagang Pidie “Konsumen adalah Raja” yaitu konsumen harus diprioritaskan. Begitu juga dengan harga juga harus disesuaikan dengan keinginan konsumen. Tetapi harga tersebut harus juga disesuaikan dengan kriteria pedagang sehingga antara penjual dan pembeli sama-sama menguntungkan.⁵⁹

c. Pelayanan

Pelayanan juga sangat berpengaruh dalam strategi perdagangan bagi pedagang Pidie dalam hal menarik minat konsumen. Ini tentunya dibutuhkan kerja

⁵⁸ Ade Setiawan, “Stategi Tiongkok Memasarkan Produk-Produk Elektronik Di Indonesia Tahun 2010-2014”, *JOM FISIP* Vol. 2 No.2, (Oktober 2015), hlm. 8.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Bapak T.M Fadhli (66 tahun) pedagang asal Pidie di sekitaran pasar Keutapang, tanggal 12 Juli 2022.

keras dalam berkomunikasi yang baik dengan konsumen yang membeli atau yang hanya saja lewat di tempat pedagang. Itu semua tergantung pada tawaran pedagang juga pada keramahan dan juga kesopanannya dalam menarik hati pelanggan.

Adapun strategi pedagang Pidie dalam menarik hati pelanggan ialah biasanya dengan terlebih dahulu menyapa mereka misalnya menyambut kedatangan mereka dengan sapaan “*piyoeh, peu lon bie?*” yang artinya *silahkan masuk, apa yang harus saya berikan?*. Cara menyambut kedatangan pelanggan ini bagi pedagang Pidie sangat berpengaruh karena bagi mereka kalau ingin menarik hati pelanggan, berikan sambutan yang baik kepada mereka serta harus bisa mencairkan suasana agar pelanggan bisa leluasa berbelanja dan juga konsumen juga akan puas jika penjual bisa menjawab dengan baik pertanyaan dari konsumen. Misalnya seperti konsumen yang berbelanja suatu barang yang otomatis mereka akan bertanya tentang kualitas dan juga harga barang tersebut. Dan ketika pelanggan selesai membayar belanjaan mereka, sebagai pedagang jangan lupa memberikan ucapan terima kasih kepada pembeli. Dan walaupun ada konsumen yang tidak membeli, pedagang juga harus mampu melayaninya dengan baik. Adapun strategi lainnya ialah memberikan harga khusus bagi mereka yang membeli dalam jumlah banyak atau juga bagi pelanggan tetap.⁶⁰

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Junaini (45 tahun), pedagang asal Pidie di sekitaran pasar Keutapang, tanggal 13 Juli 2022.

Dalam segi pelayanan, pedagang Cina juga di kenal ramah, gesit atau cekatan, memberikan kenyamanan. Misalnya, untuk menunggu dilayani biasanya diberi minuman dan makanan ringan.⁶¹

C. Stereotip yang Berkembang Terhadap Pedagang Pidie

Migrasi dari desa ke kota dengan tujuan berdagang, tentu akan menghadapi masalah dan juga tantangan yang lebih serius nantinya. Perbedaan karakteristik desa dan kota akan menimbulkan masalah seperti persaingan dagang, belum lagi dengan adanya kecemburuan sosial dalam hal ekonomi yang nantinya juga akan muncul yang namanya stereotip atau prasangka antar pedagang yang bukan berasal dari daerah asal. Prasangka tersebut bisa berbentuk negatif maupun positif, itu semua tergantung bagaimana cara seseorang dalam mempersepsikannya dan orang-orang yang pernah berinteraksi langsung dengan pedagang Pidie.

Informasi serta pengetahuan yang dimiliki oleh kelompok yang satu dengan yang lain, beberapa diantaranya mungkin diperoleh dari pengalaman pribadi atau pengalaman individu tersebut. Pengalaman tersebut bisa juga didapatkan dari orang-orang yang disekitarnya dan juga seiring perkembangan zaman, media masa juga turut memberikan kontribusi dan juga dapat memberikan pengaruh terhadap kelompok tersebut sehingga nantinya akan timbul suatu keyakinan atau persuasi kelompok untuk memberikan penilaian terhadap kelompok lain meskipun kelompok tersebut tidak melakukan interaksi langsung secara intensif.

⁶¹ Witri Cahyati, "Budaya Bisnis Etnik Cina (Studi Interaksi Simbolik)", *Jurnal Media Komunikasi*, Vol.3 No. 1, hlm. 5.

Adanya stereotip *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie bukan tanpa alasan karena selalu dikaitkan dengan orang Cina yaitu sama-sama tidak betah menjadi karyawan atau anak buah. Pemuda Pidie yang merantau hingga keluar daerah mereka mau bekerja dimana saja. Akan tetapi orang-orang Pidie juga memiliki sifat yang tidak sabaran. Kalaupun mereka bisa bersabar, biasanya mereka akan bersabar hingga beberapa tahun saja. Jika tidak ada tanda-tanda akan sukses, biasanya mereka akan mencari kerja di tempat lain ataupun membuka usaha lain.. Awal munculnya stereotip terhadap pedagang Pidie dikarenakan adanya sifat yang tidak sabaran yang dimiliki oleh pedagang Pidie.

Hal ini dikarenakan pernah ada cerita yang mana dulunya ada orang Pidie yang merantau ke Aceh Besar yang bekerja di sebuah toko milik orang Aceh Besar, agar uang hasil kerja keras mereka tidak cepat habis, ketika masuk waktu pembagian gaji biasanya mereka hanya mengambilnya separuh saja dan tidak mau mengambil penuh uang tersebut biasanya mereka simpan pada *tokè* atau bos. Hal itu dikarenakan mereka ingin berhemat dan memakai uang tersebut seperlunya saja. Jika uang tersebut tidak mereka minta kepada *tokè*, lama kelamaan gaji tersebut akan terus bertambah banyak dan menumpuk sehingga *toke* tidak sanggup lagi membayarnya. Dan pada akhirnya toko tersebut terpaksa dialihkan atau berpindah tangan kepemilikannya kepada orang Pidie.⁶²

1. *Pidie Kriet* (Pidie Pelit)

Mengenai stereotip terhadap pedagang yang berasal dari Pidie masih menjadi tanda tanya, namun menurut penuturan Bapak Husein, orang tua

⁶² Hasil wawancara dengan Bapak M. Yusuf (60 tahun) pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 15 Juli 2022.

terdahulu terutama orang-orang yang berasal dari Pidie dikenal sangat memuliakan tamu, sehingga ketika ada tamu yang berkunjung ke rumah, orang Pidie melayani mereka dengan sangat baik dan juga ramah seperti minuman dan makanan selalu diistimewakan. Dan jika tidak ada uangpun mereka siap berhutang kemana saja agar bisa melayani tamunya. Jadi pada waktu itu ada orang dari wilayah lain yang penasaran bagaimana orang Pidie melayani tamunya. Kemudian timbullah pernyataan dari orang Pidie “ *Bu ngoen ie kamoe kira*” yang artinya nasi dan minuman kami perkirakan. Dan ternyata pernyataan inilah yang menimbulkan 2 penafsiran, yaitu:

- 1) Benar-benar pelit, sampai makanan dan juga minuman pun dihitung atau diperkirakan bagi para tamunya yang singgah ke rumah.
- 2) Benar-benar memuliakan tamunya, sampai makanan dan minuman enak disediakan. Walaupun tidak ada uang, ngutang pun jadi asal dapat membahagiakan tamunya.

Penafsiran yang nomor ke-2 lah yang dimaksud orang Pidie sebagai bentuk cara memuliakan tamu. Akan tetapi orang di wilayah lain menafsirkan seperti yang nomor 1.⁶³ Disini bisa kita lihat terjadi kesalahpahaman dari pernyataan yang diungkapkan oleh orang Pidie. Kesalahpahaman tersebut terjadi karena orang yang di wilayah lain tidak bertanya maksud dari pernyataan tersebut. Sehingga tertanamlah di hati generasi selanjutnya bahwa orang Pidie itu *Kriet* atau pelit.

⁶³ Hasil wawancara dengan Bapak M. Husein (58 tahun), pedagang asal Pidie di sekitaran pasar Keutapang, tanggal 08 Juli 2022.

Kemudian bapak Husein juga berpendapat kita tidak bisa menyalahkan sepenuhnya orang-orang dari wilayah lain yang tidak bertanya maksud dari pernyataan yang diungkapkan oleh orang Pidie. Akan tetapi seharusnya orang Pidie lah yang harus memberikan pemahaman maksud dari pernyataan *Bu ngoen Ie Jikira* agar tidak terjadinya kesalahan penafsiran.

Pernyataan yang singkat ini membuat banyak orang salah dan juga berselisih paham mengenai makna pernyataan tersebut sehingga kebanyakan orang-orang menganggap orang Pidie itu memang pelit atau *kriet* dan terkadang masyarakat lain enggan untuk menjalin suatu hubungan dengan orang Pidie.⁶⁴ Kebanyakan orang tidak memaknai arti yang tersirat dari haba ureung jamuen tersebut melainkan mengartikannya.

Sudah seperti simbol masa sekarang ini hampir semua penduduk yang ada di Aceh Besar seperti halnya di wilayah Keutapang yang mengetahui tentang stereotip yang terjadi terhadap pedagang Pidie ini. Dan asumsi orang Pidie pelit sudah menjadi istilah umum di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. Stereotip *pidie kriet* juga dipengaruhi oleh faktor jagonya orang-orang Pidie dalam hal berdagang. Dikarenakan di awal-awal mereka merintis usaha, mereka selalu memperhitungkan untuk kedepannya. Contohnya bisa kita lihat gaya hidup mereka yang tidak berfoya-foya, memakai pakaian yang seadanya, dan makan

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Hasanah (52 tahun), pedagang asal Pidie di sekitaran pasar Keutapang, tanggal (11 Juli 2022).

alakadarnya. Dan mereka menganut prinsip belilah apa yang dibutuhkan bukan yang diinginkan.⁶⁵

Dari segi ekonomi orang Pidie dikenal sedikit bagus dari pada daerah lainnya . Buktinya ketiga lebaran tiba kampung orang Pidie di penuh mobil di setiap lorong karena semua perantau telah kembali ke kampungnya. Ini menandakan bahwa kebanyakan orang Pidie sukses di perantauan dikarenakan mereka pandai berhemat. Uang biasa dicari oleh siapa saja, tapi tidak semua bisa menyimpan uang, dan orang Pidie memiliki sikap yang seperti itu.⁶⁶

Adanya pelabelan *Cina Itam* juga ada kaitannya dengan stereotip *Pidie Kriet* terhadap pedagang Pidie dikarenakan orang Pidie kebanyakan mempunyai sifat rajin menabung dan bahkan cenderung sangat pelit seperti orang Cina hal tersebut bertujuan untuk berinvestasi di masa yang akan datang. Hemat merupakan salah satu rahasia bisnis orang Cina karena dengan berhemat kesejahteraan seseorang akan lebih baik karena adanya ajaran Konfusius juga, yang mengatakan bahwa orang yang tidak ekonomis pada akhirnya akan menderita. Bahkan bagi orang Cina tidak boleh makan sebelum usahanya berkembang, artinya segala sesuatu haruslah bersifat hemat sebelum ada keuangan yang memadai.

Menurut penuturan dari Bapak Drs. Anwar Daud, M. Hum, selaku dosen Sejarah dan Kebudayaan Islam pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry, beliau mengatakan hematnya orang Pidie ketika merintis usaha mereka

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Halimatun Sa'diyah (35 tahun) pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 16 Juli 2022.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Husaini Husda (58 tahun), selaku dosen Sejarah dan Kebudayaan Islam di Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry.

jarang membeli nasi di warung-warung, kebanyakan dari mereka yang sudah berkeluarga menyuruh istrinya memasak untuk dirinya dan untuk karyawan juga, walaupun ada yang membeli di warung biasanya mereka hanya membeli lauk-pauknya saja. Hal ini dilakukan untuk lebih menghemat pengeluaran.

Namun ada fakta lain yang menyatakan bahwa label “*Pidie Kriet*” sejatinya hanyalah sebuah trik politik atau adu domba yang dulu di pelopori oleh Snouck Hurgronje pada masa kolonial dengan tujuan untuk menciptakan permusuhan dan perpecahan dikalangan sesama rakyat Aceh. Hal tersebut kemudian berangsur-angsur berkembang dan memunculkan stigma atau sentimen negatif dari masyarakat lain dengan sebutan “*Pidie Kriet*”. Dalam hal ini tidak hanya Pidie, tetapi juga ada kelompok lain yang turut mendapat stigma negatif. Misalnya di Meulaboh, ada yang namanya sentimen “*Bek jak u Meulaboh di boeh do'a hana get*” (Jangan pergi ke Meulaboh nanti di beri do'a yang tidak baik atau santet).⁶⁷

Stereotip tentang *Pidie kriet* juga bisa dianggap akurat dikarenakan mungkin ada sebagian dari pedagang Pidie memiliki sifat pelit atau sangat perhitungan. Hal tersebut mungkin pernah dirasakan juga oleh para pedagang asli di wilayah Keutapang yang juga pernah berinteraksi langsung dengan pedagang asli Pidie. Mereka menganggap pedagang Pidie ketika membeli barang mereka selalu menawar dengan harga yang kurang wajar. Dan ketika sudah masuk ke tahap kesepakatan kedua belah pihak, seringkali pedagang Pidie membatalkan transaksi tersebut dikarenakan mereka masih menganggap harga tersebut masih

⁶⁷ <https://mediaaceh.co/2016/07/14/politik-adu-domba-snouck-hurgronje-hilangkan-tradisi-meujamee-wargaaceh/>, diakses pada 25 Desember 2022.

terlalu mahal.⁶⁸ Tindakan pedagang Pidie dalam kasus ini merupakan tindakan salah dikarenakan dapat merugikan pedagang lain karena terlalu mendiskriminasi harga yang kurang wajar dan hal ini membuat stigma *kriet lagee Pidie* atau pelit seperti orang Pidie semakin menguat di kalangan masyarakat.

Secara umum kita dapat menemukan bahwasanya orang pelit terdapat dimana saja bahkan seluruh dunia. Bahkan di Pidie ada yang namanya sembonyan “*Adat geutanyoe peumulia jamee*” yang sangat diaplikasikan oleh masyarakat dalam memuliakan tamunya. Kalaupun tidak memiliki uang mereka rela berhutang demi melayani tamu yang datang. Dengan melihat fakta yang demikian, pada hakikatnya slogan *Pidie Kriet* hanyalah sebuah klaim sosial belaka yang digaungkan dari mulut ke mulut oleh orang-orang yang tidak melihat secara nyata kejadian yang sebenarnya.

2. Caroenng Meudagang (Pandai Berdagang)

Berdagang sudah menjadi ciri khas kehidupan sebagian orang Pidie. Mereka rela meninggalkan kampung halamannya. Bahkan ada yang sanggup meninggalkan orang tua, istri serta anak-anaknya demi merantau bertahun-tahun di daerah lain atau bahkan di negeri orang untuk berdagang. Mereka termotivasi untuk menjadi saudagar, mereka gigih dalam berusaha, memiliki tekad bersaing, pandai menjalin jaringan, pandai mencermati kondisi pasar, jeli dalam memilih bidang usaha, dan hidup sederhana dan juga berhemat.

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Martunis (35 tahun) pedagang lokal Aceh Besar yang ada di pasar Keutapang, tanggal 16 Juli 2022..

Sehingga ada yang namanya istilah “*Bloe siploh peubloe sikureung, lam lam ruweung jeut tacok laba*” artinya membeli sepuluh menjual sembilan, di celah-celah itu mendapatkan untung. Merupakan motto yang dipakai oleh orang Pidie dalam berdagang. Motto ini berkaitan dengan etos kerja berusaha berdagang yang mengedepankan strategi atau siasat dalam berdagang. Sekilas kita melihat bahwa membeli dengan harga sepuluh lalu menjualnya dengan harga sembilan adalah tindakan yang merugikan karena harga jual di bawah modal. Akan tetapi menjual suatu produk memerlukan promosi atau iklan agar produk dapat dikenal banyak orang. Hal itu dapat menarik perhatian pelanggan untuk membeli kebutuhan mereka kepada pedagang Pidie. Karena mereka menganggap harganya lebih murah dibandingkan di tempat lain.

Stereotip pedagang Pidie *caroeng meudagang* (pandai berdagang) merupakan stereotip yang mengarah ke hal yang positif, akan tetapi stereotip tersebut juga bisa mengarah ke hal yang bersifat negatif dikarenakan adanya kecemburuan ekonomi seperti tidak meratanya kemajuan ekonomi yang dicapai oleh satu kelompok dengan kelompok yang lain. Menurut keterangan dari Bapak Saiful adanya prasangka berupa tuduhan memaknai hal-hal yang berbau ghaib juga dikait-kaitkan dengan pedagang Pidie yang membuat toko mereka selalu ramai dikunjungi pembeli. Hal seperti ini dikarenakan adanya persaingan dagang antara pedagang asal Pidie dengan pedagang lokal yang mendiami disekitaran pasar Keutapang.⁶⁹

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Saiful M. Aji..., tanggal 18 Juli 2022.

Adanya stereotip negatif bukan semata-mata disebabkan oleh orang lain atau kelompok lain saja, akan tetapi juga bisa disebabkan adanya faktor pada diri sendiri juga seperti halnya tindakan yang tanpa disadari dapat membuat orang lain merasa dirugikan dan juga tindakan ini nantinya juga dapat mengarah ke hal yang lebih serius seperti halnya konflik atau semacamnya. Hal tersebut bisa disebabkan karena ketatnya persaingan dagang antara keduanya.

Pedagang asal Pidie memiliki jiwa dagang yang sangat tinggi layaknya pedagang Cina dan mereka dianggap mampu bersaing dengan pedagang lokal daerah tersebut salah satunya pedagang lokal Aceh Besar disekitaran pasar Keutapang terutama dalam hal harga. Sehingga muncul istilah dikalangan pedagang “*Bek ta kheun taloe, meuseri han ditem*” yang artinya jangankan kalah, seri pun tidak mau. Maksud dari perkataan ini ialah pedagang Pidie menganggap mereka harus selalu lebih unggul dibandingkan dengan pedagang lain.⁷⁰

Mungkin bagi pedagang Pidie hal tersebut dianggap biasa, tetapi tidak halnya dengan pedagang lokal daerah yang mungkin mereka akan merasa kurang nyaman nantinya.

3. Memiliki Etos Kerja yang Bagus

Etos merupakan suatu sikap yang tetap dan mendasar yang kemudian dengan mudah melahirkan tindakan-tindakan dengan pola hubungan antara manusia dengan dirinya sendiri maupun diluar dirinya. Etos kerja didefinisikan sebagai semangat kerja yang khas dan keyakinan individu atau kelompok. Etos

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Juliana (32 tahun) pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 20 Juli 2022.

kerja masyarakat Aceh didasarkan pada prinsip utama bahwa bekerja untuk mendapatkan penghasilan merupakan kewajiban setiap orang yang sehat jasmani dan rohani. Sikap berpangku tangan merupakan sikap yang pantang dalam masyarakat Aceh. Prinsip ini juga terdapat dalam *hadith maja*, seperti:

Menyoe hana ta useuha

Panee atra rhoet di manyang

(jika anda tidak berusaha,

Dimana harta yang jatuh dari langit).

Ungkapan ini bermakna bahwa rezeki tidak datang dengan sendirinya melainkan harus diusahakan. Oleh karenanya mencari rezeki hukumnya wajib. Walaupun dari sudut pandangan islam ada tiga macam rezeki, yaitu rezeki yang dijanjikan Allah, rezeki yang diberikan Allah, dan juga rezeki yang didapatkan karena Allah. Rezeki yang dijanjikan oleh Allah ialah rezeki yang sudah pasti diberikan kepada setiap makhluk hidup karena Allah telah menyediakannya. Akan tetapi harus adanya usaha untuk mendapatkan rezeki tersebut baik itu dikhususkan untuk manusia, hewan, dan lain sebagainya. Rezeki itu tidak mungkin datang dengan sendirinya dengan jalan menghayal atau berdo'a saja. Seperti halnya ungkapan "*ya ghani, ya ghani. Neutiek peng saboeh guni*" yang artinya wahai yang Maha Kaya, berikan kepada ku uang segoni.⁷¹

Sebagian masyarakat yang mengatakan bahwa etos kerja orang Pidie yang selama ini mereka amati ialah gigih, giat, kedisiplinan yang tinggi, hemat. Karakter ini juga tidak berbeda jauh dari pedagang Cina. Misalnya dalam

⁷¹ Mohammad Harun, *Memahami Orang Aceh*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2009), hlm. 56.

menjalankan usahanya orang Cina dan orang Pidie selalu mencari peluang sekecil apapun asalkan bisa menjadi uang misalnya seperti mengumpulkan kardus, kaleng, botol-botol minuman dan juga barang-barang bekas lainnya hingga banyak kemudian dijual. Dari hal ini kita melihat walaupun usahanya sudah besar tetap saja memanfaatkan hal-hal yang kecil untuk menambah pendapatan.⁷² Stereotip masyarakat Pidie memiliki etos kerja yang bagus merupakan stereotip yang merujuk ke arah yang lebih positif.

Hal ini ditemukan adanya bukti aktivitas sehari-hari mereka dalam berdagang yang mana mereka memulai aktivitas berdagang mulai dari sekitaran jam 07:00 pagi yang mana pada jam itu kebanyakan pedagang lokal di wilayah Keutapang belum membuka toko mereka. Karena mereka menganggap waktu adalah uang. Dan pedagang Pidie kebanyakan menutup tokonya ketika sudah tengah malam, ini lantas berbeda dengan yang dilakukan oleh pedagang asli yang kebanyakan menutup tokonya sebelum tengah malam.⁷³

⁷² Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Fajri (26 tahun) masyarakat lokal Aceh Besar yang ada di sekitaran pasar Keutapang 23 Desember 2022.

⁷³ Hasil wawancara dengan Ibu Ratna Dewi (28 tahun) masyarakat lokal disekitaran pasar Keutapang, tanggal 21 Juli 2022.



Gambar 3.3: Suasana pasar keutapang di malam hari



Gambar 3.4: Suasana Keudee di malam hari yang masih di kunjungi pembeli

Ini menandakan bahwa adanya perbedaan etos kerja antara keduanya yang dianggap oleh sebagian masyarakat. Ada pula masyarakat yang menganggap bahwa pedagang asal Pidie lebih rajin dan disiplin. Munculnya pernyataan “*Hoe-hoe yang ta kaloen na awak Pidie*” artinya orang Pidie ada di mana-mana.

Merupakan istilah yang diklaim oleh masyarakat dikarenakan pedagang Pidie memiliki etos kerja yang sangat baik serta semangat mereka menjelajah hingga ke berbagai daerah hanya untuk mencari pundi-pundi rezeki .⁷⁴

C. Respon Pedagang Pidie Terhadap Pelabelan *Cina Itam* dan Stereotip yang Diberikan Kepada Mereka

Respon merupakan tanggapan, reaksi, jawaban serta tanggapan terhadap peristiwa yang terjadi. Dalam proses respon selalu didahului oleh sikap seseorang karena sikap merupakan kecenderungan atau kesiapan seseorang untuk bertingkah laku ketika dihadapkan pada stimulus tertentu. Perubahan sikap dapat digambarkan sebagai reaksi individu atau kelompok jika berjumpa dengan objek tertentu seperti perubahan lingkungan atau situasi lainnya. Respon yang muncul biasanya ada yang positif dan juga negatif. Respon yang bersifat positif cenderung menyenangkan, mendekati dan mengharapkan suatu objek. Sebaliknya jika seseorang mempunyai respon yang negatif cenderung akan timbulnya rasa benci atau tidak suka.⁷⁵

Perubahan sikap dapat menggambarkan bagaimana seseorang atau sekelompok merespon terhadap objek-objek tertentu seperti adanya perubahan lingkungan dan juga situasi lainnya. Seperti yang diketahui bahwa stereotip atau prasangka merupakan hal yang bersifat merugikan daripada menguntungkan. Hal tersebut dapat dikurangi dan kalau mungkin dapat juga dihilangkan.

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Masyitah (30 tahun) masyarakat lokal disekitaran pasar Keutapang, tanggal 21 Juli 2022.

⁷⁵ <https://www.psychologymania.com/2012/10/teori-respon>, diakses 14 Juli 2022.

Walaupun stereotip mengenai pedagang Pidie masih ada dalam penilaian negatif, namun sebagian pedagang Pidie berpendapat stereotip tersebut tidak mengganggu ataupun menghambat komunikasi dan juga berinteraksi dengan masyarakat dan juga pedagang asli di wilayah Keutapang. Mereka masih bisa berjualan seperti biasanya. Menurut Bapak Saiful M. Aji hanya saja itu cuma asumsi yang di buat oleh masyarakat karena kurangnya pengetahuan dan juga interaksi dengan pedagang yang berasal dari Pidie ataupun mungkin sebelumnya mereka pernah berinteraksi dengan pedagang Pidie yang kelakuannya kurang menyenangkan dan terkadang menyakiti hati mereka sehingga mereka cenderung melihat orang Pidie sebagai pribadi yang kurang baik.⁷⁶

Akan tetapi ada juga pedagang Pidie yang merasa terganggu dengan adanya stereotip tersebut, misalnya seperti stereotip *Pidie Kriet* atau Pidie pelit. Seperti halnya penuturan dari Ibu Cut Hilyati yang mana beliau menganggap stereotip *Pidie Kriet* terhadap orang atau pedagang Pidie adalah sebuah ejekan dan juga bahan olok-an yang diberikan oleh masyarakat biarpun di era yang sudah modern ini kebanyakan atau hampir seluruh masyarakat di wilayah lain yang non Pidie sudah tahu arti dari pernyataan tersebut. Akan tetapi masih saja mereka mengejek orang Pidie dengan sebutan *Kriet*. Menurut beliau sikap terlalu hemat itu sah-sah saja karena memang sudah semestinya harus begitu untuk dipergunakan juga dimasa yang akan datang. Sikap terlalu hemat juga dimiliki

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Saiful M. Aji...., tanggal 18 Juli 2022.

oleh suku atau etnis di wilayah lain akan tetapi kenapa harus orang Pidie yang selalu diidentikkan dengan sebutan *Kriet* atau *pelit*.⁷⁷

Adanya stereotip negatif juga tidak terlepas dari faktor pengalaman pribadi dan juga etos kerja yang sangat berpengaruh dalam melihat penggambaran tentang pedagang Pidie pada saat ini. Adanya asumsi negatif terhadap pedagang Pidie dikarenakan orang yang berasal dari Pidie mendominasi hampir segala sektor seperti halnya kesuksesan mereka dalam hal berdagang. Sehingga ketika seseorang berada di atas hal-hal negatif, maka dampaknya sangat mudah terekspos di kalangan masyarakat sehingga stereotip terhadap pedagang Pidie sangat susah dihilangkan di kalangan masyarakat.

Arah stereotip juga berkembang ke arah positif. Adanya stereotip positif terhadap pedagang Pidie juga secara langsung memudahkan melakukan komunikasi saat berdagang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa walaupun stereotip yang terjadi terhadap pedagang Pidie sudah melekat, namun tidak mengganggu proses interaksi dalam kegiatan dagang.

Menurut Ibu Fitriani adanya klaim *Cina Itam* terhadap pedagang Pidie dianggap sebagai bentuk pujian karena kepandaian mereka dalam strategi perdagangan yang jarang dimiliki oleh suku lain dan budaya merantau serta memiliki etos kerja yang sangat bagus. Sebagian masyarakat tidak terlalu mempermasalahkan ataupun tersinggung dengan klaim tersebut malahan menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi pedagang ataupun orang Pidie.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Cut Hilyati Fauzi (58 tahun) istri dari salah satu pedagang asal Pidie.

Adapun mengenai interaksi antar keduanya sebagian terjalin dengan baik, misalnya bisa dilihat dalam kerjasama sosial yang mana saling bergantian menjaga toko atau tempat dagangannya ketika memasuki ibadah shalat fardhu ataupun ketika ada keperluan yang sangat mendesak. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa perilaku para pedagang dalam kerjasama sosial berjalan dengan mulus meskipun para pedagang tersebut berasal dari berbagai daerah yang berbeda.

Akan tetapi ada juga kerjasama sosial yang terjalin kurang baik, seperti halnya mengenai lahan parkir keduanya, misalnya jika ada konsumen yang ingin membeli di pedagang lokal dan kemudian tanpa sadar mereka memarkirkan mobil ataupun sepeda motor di depan toko atau kedai milik pedagang Pidie dan begitu juga sebaliknya. Hal tersebut akan menimbulkan ketersinggungan diantara sesama pedagang dan bahkan ada juga yang saling sindir menyindir. Hal tersebut jelas muncul karena adanya kecemburuan ekonomi semata.⁷⁸

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bapak M. Husein...., pada tanggal 08 Juli 2022.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Diskursus adanya sebutan “*Cina Itam*” terhadap masyarakat Pidie dikarenakan merujuk pada prestasi yang dikatakan sebagian kalangan setara dengan tingkat keberhasilan ekonomi dan perdagangan Bangsa Cina. Julukan *Cina Itam* yang disematkan kepada orang Aceh berawal dari kesuksesan saudagar Aceh di Chowkit, Kuala Lumpur dalam bersaing dengan saudagar-saudagar Cina. Dalam persaingan bisnis di Chowkit, para saudagar berdarah Aceh mampu mengalahkan pedagang Cina. Selanjutnya julukan *Cina Itam* itu dipopulerkan oleh orang-orang Aceh sendiri dan belakangan mengarah kepada orang Pidie karena dominannya orang Pidie dalam dunia perniagaan.

Mengenai faktor persamaan pedagang Cina dan pedagang Pidie ialah memiliki jiwa merantau, dagang, sistem *Aneuk Keudee* (Anak Magang), sistem tata kelola usaha dan strategi ekonomi. Adapun perbedaan pedagang Cina dan pedagang Pidie ialah terletak pada penerapan nilai-nilai agama. Para pengusaha Pidie yang sukses selalu mengeluarkan hartanya dalam bentuk zakat dan sumbangan-sumbangan lain untuk kegiatan keagamaan. Sedangkan pengusaha Cina selalu menginvestasikan kelebihan keuntungan ke dalam bentuk nyata seperti mobil, rumah atau digunakan untuk mengembangkan usahanya.

Stereotip yang berkembang terhadap pedagang Pidie ialah *Pidie Kriet* yang artinya Pidie pelit, Caroeng *Meudagang* atau pandai erdagang dan memiliki etos kerja yang bagus.

Respon pedagang Pidie terhadap stereotip *Cina Hitam* ialah, stereotip tersebut tidak mengganggu ataupun menghambat komunikasi dan juga berinteraksi dengan masyarakat, Mereka masih bisa berjualan seperti biasanya. hanya saja itu cuma asumsi yang di buat oleh masyarakat karena kurangnya pengetahuan dan juga interaksi dengan pedagang yang berasal dari Pidie ataupun mungkin sebelumnya mereka pernah berinteraksi dengan pedagang Pidie.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang ingin penulis sampaikan kepada beberapa pihak yaitu:

1. Antara sesama pedagang baik pedagang yang asli Pidie dan juga pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang hendaknya dapat meningkatkan intensitas komunikasi satu sama lain agar dapat terjalin komunikasi yang baik.
2. Sesama pedagang harus selalu berusaha untuk memahami antara yang satu dan lainnya untuk mengurangi kemungkinan adanya penilaian yang bersifat merugikan
3. Harus adanya persaingan yang sehat antara keduanya dalam hal berdagang dikarenakan keharmonisan antar sesama pedagang hadir melalui persaingan yang sehat tanpa harus merugikan pihak lain.
4. Tulisan ini hanya sedikit menyinggung stereotip tentang pedagang Pidie, sehingga teruntut para akademisi khususnya mahasiswa Sejarah Kebudayaan Islam Fakultas Adab dan Humaniora harus lebih banyak melakukan penelitian dan menerbitkan tulisan mengenai stereotip itu

sendiri karena masih banyak stereotip-stereotip menarik lainnya yang berkembang di masyarakat yang perlu diteliti. Mengingat masih kurangnya tulisan tentang stereotip yang ada di Aceh sehingga nantinya tulisan tersebut dapat menambah khazanah keilmuan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rahmad Septia Fikri. dkk. 2021. Eksistensi Etnis Tionghoa di Kota Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya. *Indonesian Journal of Islamic History and Culture*. Vol. 2 No.1.
- Akmal, Saiful, dkk. 2019. Muhammadiyah di Ujung Barat: Sumbangan Pemikiran Angkatan Muda. Banda Aceh: Padebooks.
- Akmal, Saiful. Taqwadin, Danil Akbar (ed). dkk. 2019. Muhammadiyah di Ujung Barat: Sumbangsih Pemikiran Angkatan Muda, Banda Aceh: Padebooks.
- Alfandi, Muhammad. 2013. Prasangka: Potensi Pemicu Konflik Internal Umat Islam, *Jurnal Walisongo*. Vol.21 No.1.Mei.
- Bahri, Rinjani dan Subhani. 2017. *Komunikasi Lintas Budaya* .UNIMAL PRESS.
- Brown, Lester R. 2005. *Prejudice: Menangani Prasangka dari Perspektif Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cahyati, Witri. Budaya Bisnis Etnik Cina (Studi Interaksi Simbolik), *Jurnal Media Komunikasi*. Vol.3 No. 1.
- Chairani, Lisa. 2016. *Hubungan Antara Konflik Dengan Prasangka Pada Siswa Pesantren Mawaridussalam, Batang Kuis, Kab. Deli Serdang*. Skripsi. Medan: Universitas Medan Area.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto dan Raharjo, Muljo. 2016, *Teori Komunikasi, Gaya Media*.

- Dewi. 2018. Fenomena *Culture Shock* dan *Stereotype* dalam Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Indonesia yang Studi di Amerika. *Jurnal Ilmu Komunikasi Ultimacomm*. Vol.10 No.2. Desember.
- Filosa dan Junaedi, Fajar. 2014. *Komunikasi Multikultur: Melihat Multikulturalisme Dalam Genggaman Media*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Gufron, *Fiqh Muamalah Konseptual*
- Hartomo dan Aziz, Arnican. MKDU. 2008. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harun, Mohammad. 2009. *Memahami Orang Aceh*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Hasanah, Muizatun dan Nurkhlis. Stereotip Budaya Antarmahasiswa di Lingkungan Fakultas Dakwah”, *Laporan Penelitian*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Hendariningrum, Retno dan Prayudi. Kompetensi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, *Jurnal Ilmu Komunikasi Terakreditasi*, Vol. 9 No. 3.
- Hidayat, Dede Rahmat. 2013. Faktor-Faktor Penyebab Kemunculan Prasangka Sosial (*Social Prejudice*) Pada Pelajar”, *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi*. Vol. 12 No. 2. April.
- Iskandar. 2005. *Kewirausahaan Pengusaha Aceh Asal Pidie di Kota Medan (Suatu Tinjauan Antropologis)*. Tesis. Medan: Universitas Negeri Medan.

- Ismail, Badruzzaman, dkk. 2018. *Ensiklopedia Budaya Adat Aceh*. Banda Aceh: Majelis Adat Aceh (MAA).
- Kuncoro, Joko. 2022. Prasangka dan Diskriminasi, *Jurnal Psikologi*, Vol. 2 No. 2. Januari.
- Liliweri, Alo. 2015. *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: PT: LKiS Printing Cemerlang.
- Matsumoto, David. 2008. *Pengantar Psikologi Lintas Budaya*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Maulana, Rizka. 2016. *Pola Migrasi Masyarakat Pidie yang Berprofesi Pedagang Pasca Tsunami di Kota Banda Aceh*. Skripsi. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Murdianto. 2018 Stereotipe, Prasangka dan Resistensinya (Studi Kasus pada Etnis Madura dan Tionghoa di Indonesia). *Jurnal Qalamuna*, Vol. 10 No.2.
- Murdianto. 2018. Stereotip, Prasangka dan Resistensinya (Studi Kasus pada Etnis Madura dan Tionghoa di Indonesia) ”, *Jurnal Qalamuna*, Vol. 10 No.2.
- Newcomb, Theodore Mead. 1985. *Psikologi Sosial*. Bandung: Diponegoro.
- Ng. Philipus dan Aini, Nurul. 2004. *Sosiologi dan Politik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nurja. 2018. *Stereotip Mahasiswa Unsyiah Terhadap Sifat Orang Simeulue (Studi Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Unsyiah Terhadap Orang Simeulue)*. Skripsi. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.

- Purwanto, Hari. 2005 Hubungan Antar Suku- Bangsa dan Golongan Serta Masalah Integrasi Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional (JKN) Program Studi Ketahanan Nasional*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada), vol.10.
- Putri, Yolla Novita dan Anismar. 2020. Stereotip Mahasiswa Minangkabau Terhadap Mahasiswa Suku Aceh. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*. Vol.1 No.2.
- Rusli. 2006. *Pola Jaringan Pengusaha Pidie dan Cina di Kota Langsa: Sebuah Kajian Antropologis*, Thesis. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Sahur, Ahmad. 1992. *Merantau Bagi Orang Pidie (Dalam Migrasi, Kolonisasi, Perubahan Sosial)*. Jakarta: Yayasan Ilmu-Ilmu Sosial.
- Setiawan, Ade. 2015. Strategi Tiongkok Memasarkan Produk-Produk Elektronik Di Indonesia Tahun 2010-2014. *JOM FISIP* Vol. 2 No.2.
- Shoelhi, Mohammad. 2015. *Komunikasi Lintas Budaya Dalam Dinamika Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Subagyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Renika Cipta.
- Sudirman, Zahrina, Cut dan Hasbullah. 2017. *Sejarah Perdagangan di Kabupaten Pidie*, Banda Aceh: Balai Pelestarian Nilai Budaya Aceh.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmono, Gita, Filsofa, dkk. 2014. *Komunikasi Multikultur*. Yogyakarta: Mata Padi Persindo.

TIM IAIN Ar-Raniry. 2004. *Panduan Karya Ilmiah (Skripsi, Thesis, Disertasi)*.

Banda Aceh: Ar-Raniry Press.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. 1993.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Timotius, Kris H.. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI

(Anggota IKAPI).

Trina, Suci. 2017. *Stereotip dan Prasangka Terhadap Umat Islam Dalam Film*

“Bulan Terbelah di Langit Amerika” (Analisis Semiotika Roland Barthes). Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.

Usman, Abdul Rani. dkk. 2009. *Budaya Aceh*. Yogyakarta: Polydoor Desain.

Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Soaial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: ANDI.

Sumber internet

<https://www.uc.ac.id/library/diskursus-stereotip-dalam-dunia-bisnis/>.

<https://www.psychologymania.com/2012/10/teori-respon>,

<https://mediaaceh.co/2016/07/14/politik-adu-domba-snoock-hurgronje-hilangkan-tradisi-meujamee-wargaaceh/>

Sumber Wawancara:

Hasil Wawancara dengan Ibu Nurmalia, pedagang lokal Aceh Besar di wilayah

Keutapang, tanggal 8 Juli 2022.

Hasil Wawancara dengan Bapak M. Husen, pedagang Pidie di wilayah pasar

Keutapang, 8 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Khairul Rijal, yang merupakan pedagang asal Pidie di wilayah pasar Keutapang, tanggal 9 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Yusrizal, pedagang asal Pidie di wilayah pasar Keutapang, tanggal 11 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak T.M Fadhli, pedagang asal Pidie di sekitaran pasar Keutapang, tanggal 12 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Cut Hilyati Fauzi, istri dari salah satu pedagang Pidie yang ada di sekitaran pasar Keutapang.

Hasil wawancara dengan Ibu Junaini yang merupakan salah satu pedagang wanita asal Pidie di wilayah Keutapang, tanggal 13 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak M. Yusuf, pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 15 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Hasanah, selaku pedagang asal Pidie disekitaran pasar Keutapang, tanggal 11 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Halimatun Sa'diyah, pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 16 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Martunis, pedagang lokal Aceh Besar yang ada di pasar Keutapang, tanggal 16 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Saiful M. Aji, pedagang asal Pidie yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 18 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Juliana, pedagang lokal Aceh Besar yang ada disekitaran pasar Keutapang, tanggal 20 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Ratna Dewi, masyarakat lokal disekitaran pasar Keutapang, tanggal 21 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Masyitah, masyarakat lokal disekitaran pasar Keutapang, tanggal 21 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Ibu Fitriani selaku istri dari salah satu pedagang asal Pidie disekitaran pasar Keutapang, tanggal 18 Juli 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Alfandi selaku *Aneuk Keudee* pedagang Pidie disekitaran pasar Keutapang, tanggal 20 Agustus 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak M. Fadhli selaku *Aneuk Keudee* pedagang Pidie disekitaran pasar Keutapang, tanggal 20 Agustus 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Husaini Husda selaku Dosen Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Fajri selaku masyarakat lokal Aceh Besar yang ada di sekitaran pasar Keutapang, tanggal 23 Desember 2022.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Pembimbing Skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon: 0651- 7552922 Situs : adab.ar-raniry.ac.id

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY
Nomor 1383/Un.08/FAH/KP.00.4/01/2022
Tentang
PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY

DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY

Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi tersebut.
b. bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing.

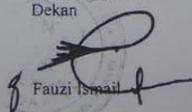
Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Presiden RI No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
6. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
8. DIPA BLU UIN Ar-Raniry Nomor: SP DIPA-025.04.2.423925/2022 tanggal 12 November 2021.

MEMUTUSKAN

Menetapkan Kesatu : Menunjuk saudara : 1. M. Thalal, Lc., M.Si., M.Ed.
(Sebagai Pembimbing Pertama)
2. Putra Hidayatullah, M.A.
(Sebagai Pembimbing Kedua)

Untuk membimbing skripsi
Nama/NIM : Az-Zahra/180501114
Prodi : SKI
Judul Skripsi : Stereotip Cina Itam Terhadap Pedagang Pidie (Studi Wilayah Keutapang, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar)

Kedua : Surat keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 24 Januari 2022
Dekan

Fauzi Ismail

Tembusan :
1. Rektor UIN Ar-Raniry
2. Ketua Prodi SKI
3. Pembimbing yang bersangkutan
4. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2: Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 1029/uN.08/FAH.III/PP.00.9/07/2022
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

Pedagang Pidie

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **AZ-ZAHRA / 180501114**
Semester/Jurusan : IX / Sejarah dan Kebudayaan Islam
Alamat sekarang : GAMPONG RUKOH

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **STEREOTIP CINA ITAM TERHADAP PEDAGANG PIDIE (STUDI DI WILAYAH KEUTAPANG, KECAMATAN DARUL IMARAH, KABUPATEN ACEH BESAR**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 04 Juli 2022

Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 04 Oktober
2022

Dr. Phil. Abdul Manan, S.Ag., M.Sc., M.A.

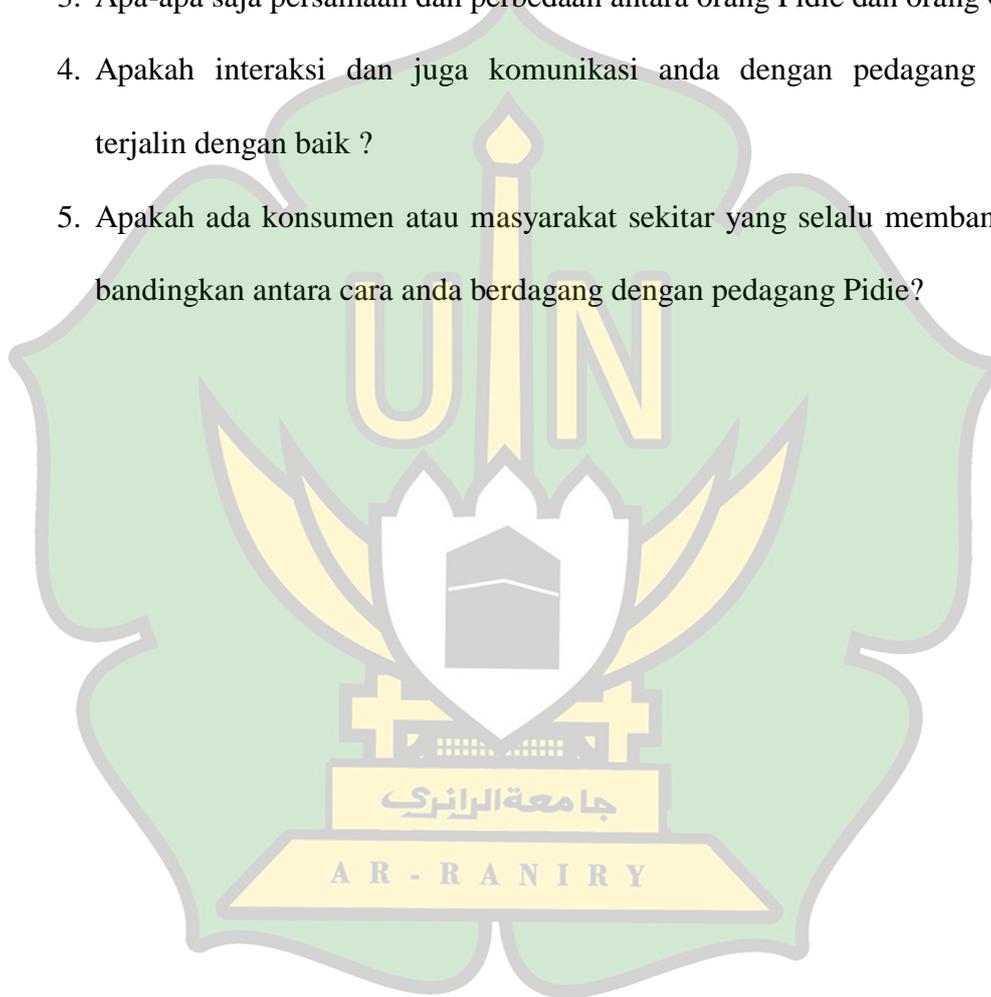
Lampiran 3: Daftar Wawancara

Pertanyaan untuk pedagang Pidie:

1. Apakah yang menjadi alasan saudara pergi merantau ?
2. Mengapa anda lebih tertarik memilih menjadi pedagang dibandingkan dengan pekerjaan lain misalnya seperti buruh, pegawai negeri, atau pekerjaan halal lainnya ?
3. Jika tujuan merantau anda adalah untuk menjadi pedagang, bukankah di kampung sendiri anda juga bisa berdagang. Lantas mengapa anda harus bersusah payah berdagang di daerah lain ?
4. Sebelumnya apakah anda tahu atau pernah mendengar sebutan *Cina Itam* kepada pedagang Pidie? Kalau ada darimana pertama kali anda mendengar sebutan *Cina Itam* tersebut?
5. Bagaimana cara atau strategi anda dalam menarik minat konsumen untuk membeli di tempat anda ?
6. Bagaimana perasaan anda jika disebut *Cina Itam*? Apakah anda merasa tersinggung?
7. Bagaimana pandangan warga lokal Aceh Besar yang berdagang disekitaran pasar Keutapang terhadap pedagang yang berasal dari Pidie?
8. Apakah interaksi dan juga komunikasi antara anda dan juga pedagang asli di wilayah Keutapang terjalin dengan baik?
9. Apakah pernah ada kecemburuan dalam hal ekonomi ataupun dari segi pendapatan antara anda dan juga masyarakat lokal Aceh Besar yang berdagang disekitaran pasar Keutapang?

Pertanyaan untuk warga Aceh Besar di Pasar Keutapang:

1. Bagaimana pandangan anda mengenai pedagang Pidie?
2. Mengapa sebutan *Cina Itam* diidentikkan kepada orang Pidie? Apakah karena ada sifat-sifat orang Pidie yang sama dengan orang Cina?
3. Apa-apa saja persamaan dan perbedaan antara orang Pidie dan orang Cina?
4. Apakah interaksi dan juga komunikasi anda dengan pedagang Pidie terjalin dengan baik ?
5. Apakah ada konsumen atau masyarakat sekitar yang selalu membandingkan antara cara anda berdagang dengan pedagang Pidie?



Lampiran 4: Daftar Informan

Nama : Nurmala
Umur : 54 tahun
Alamat : Lam Ara
Pekerjaan : Pedagang Sayur
Tanggal wawancara : 08 Juli 2022

Nama : M. Husen
Umur : 58 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Penjual Nasi
Tanggal wawancara : 08 Juli 2022

Nama : Khairul Rijal
Umur : 27 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Pedagang Eceran
Tanggal wawancara : 09 Juli 2022

Nama : Yusrizal
Umur : 54 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Penjual Pakaian
Tanggal wawancara : 11 Juli 2022



Nama : T.M Fadhli
Umur : 66 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Penjual Kain
Tanggal wawancara : 12 Juli 2022

Nama : Junaini
Umur : 45 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Pedagang Eceran
Tanggal wawancara : 13 Juli 2022

Nama : M. Yusuf
Umur : 59 tahun
Alamat : Daroy Kameu
Pekerjaan : Pedagang Grosir
Tanggal wawancara : 15 Juli 2022

Nama : Hasanah
Umur : 52 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Penjual Pakaian
Tanggal wawancara : 11 Juli 2022



Nama : Halimatun Sa'diyah
Umur : 35 tahun
Alamat : Tingkeum
Pekerjaan : Pedagang Sayur
Tanggal wawancara : 16 Juli 2022

Nama : Martunis
Umur : 35 tahun
Alamat : Tingkeum
Pekerjaan : Pedagang Sayur
Tanggal wawancara : 16 Juli 2022

Nama : Saiful M. Ajie
Umur : 43 tahun
Alamat : Lam Dom
Pekerjaan : Pedagang Grosir
Tanggal wawancara : 18 Juli 2022

Nama : Juliana
Umur : 32 tahun
Alamat : Garot
Pekerjaan : Pedagang Pakaian
Tanggal wawancara : 20 Juli 2022



Nama : Ratna Dewi
Umur : 28 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Tanggal wawancara : 21 Juli 2022

Nama : Masyitah
Umur : 30 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Tanggal wawancara : 21 Juli

Nama : Fitriani
Umur : 29 tahun
Alamat : Lam Dom
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Tanggal wawancara : 18 Juli 2022

Nama : Cut Hilyati Fauzi
Umur : 58 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Tanggal wawancara : 12 Juli 2022



Nama : Alfandi
Umur : 26 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Aneuk keudee
Tanggal wawancara : 20 Agustus 2022

Nama : Muhammad Fadhli
Umur : 27 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Aneuk Keudee
Tanggal wawancara : 20 Agustus 2022

Nama : Muhammad Fajri
Umur : 26 tahun
Alamat : Lam Bheu
Pekerjaan : Pedagang Grosir
Tanggal wawancara : 20 Agustus 2022

Nama : Drs. Husaini Husda
Umur : 58 tahun
Alamat : Lamreung جامعة الرانيري
Pekerjaan : Dosen AR - RANIRY
Tanggal wawancara : 26 Desember 2022

Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian



Gambar 1.1: Wawancara dengan Ibu Nurmala (pedagang lokal)



Gambar 1.2: Wawancara dengan Bapak T.M Fadhli (pedagang Pidie)



Gambar 1.3: Wawancara dengan Bapak Martunis (Pedagang Lokal)



Gambar 1.4: Wawancara dengan Ibu Halimatun Sa'diyah (Pedagang Lokal)



Gambar 1.6: Wawancara dengan Ibu Junaini (Pedagang Pidie)



Gambar 1.5: Wawancara dengan Ibu Masyitah (masyarakat setempat)



Gambar 1.7: Wawancara dengan Bapak Saiful M. Ajie (Pedagang Pidie)



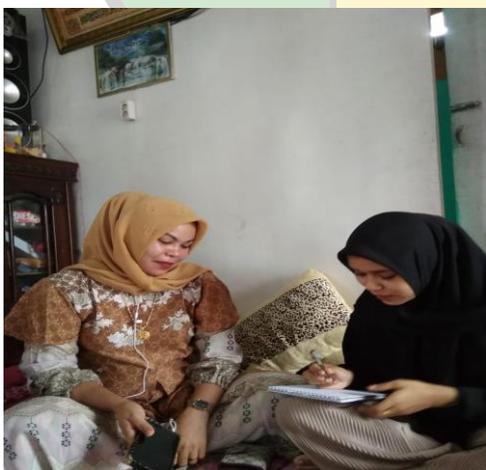
Gambar 1.8: Wawancara dengan Ibu Fitriani (Istri dari pedagang Pidie)



Gambar 1.9: Wawancara dengan Bapak Yusrizal (Pedagang Pidie)



Gambar 1.10: Wawancara dengan Ibu Hasanah (Pedagang Pidie)



Gambar 1.11: Wawancara dengan Ibu Juliana (Pedagang Lokal)



Gambar 1.12: Wawancara dengan Bapak M. Yusuf (Pedagang Lokal)



Gambar 1.13: Wawancara dengan Alfandi
(Aneuk Keudee)



Gambar 1.14: Wawancara dengan M. Fadhli
(Aneuk Keudee)



Gambar 1.15: Wawancara dengan Bapak
Husaini selaku Dosen Fakultas Adab dan
Humaniora UIN Ar-Raniry



DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

- a. Nama Lengkap : Az- zahra
- b. Tempat/ Tanggal Lahir : Dayah Caleue, 13 September 1999
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Agama : Islam
- e. Kebangsaan/ Suku : Indonesia/ Aceh
- f. Status Perkawinan : Belum Menikah
- g. Pekerjaan : Mahasiswa
- h. Alamat : Gampong Dayah Caleue Kec. Indrajaaya,
Kab. Pidie
- i. Nama Orangtua/ Wali :
 - a) Ayah : Basri M.Aji
Pekerjaan : Pedagang
Agama : Islam
Alamat : Gampong Dayah Caleue Kec. Indrajaaya
Kab. Pidie
 - b) Ibu : Mutia Faridah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Agama : Islam
Alamat : Gampong Dayah Caleue Kec. Indrajaaya,
Kab. Pidie
- j. Daftar Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SD Negeri 3 Sigli, tamat 2011
 - b. SMP : MTsN Negeri Sigli, tamat 2014
 - c. SMA : SMAs Muslimat Samalanga, tamat 2017
 - d. Perguruan Tinggi : UIN Ar- Raniry Banda Aceh

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis perbuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 22 Desember 2022

Penulis

Az-zahra