

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian pada para penjual yang memiliki toko di daerah kota Medan, Sumatera Utara. Toko milik penjual dari etnis tionghoa yang dimaksud dalam hal ini adalah toko yang berdiri sendiri di jalanan besar tanpa adanya lingkup lingkungan pasar, pecinan maupun pusat perbelanjaan. Pada bagian ini akan membahas tentang populasi etnis yang berada di kota Medan serta mengapa penelitian ini membahas objek penelitian dari penjual yang berasal dari etnis Tionghoa yang berinteraksi secara langsung dengan pembeli dari etnis pribumi dalam kesehariannya mereka menjalankan usaha.

Kota Medan yang terletak di pulau Sumatera merupakan ibukota provinsi dari Sumatera Utara. Kota ini termasuk kota yang sangat multikultural. Tercatat pada Badan Pusat Statistik (2018) bahwa di kota Medan sendiri hingga tahun 2018 terdapat hingga sekitar setidaknya 2 juta penduduk yang terdiri dari berbagai suku dan etnis. Saat ini di Sumatera Utara sendiri, terdapat setidaknya 11 suku berbeda dengan suku Batak yang termasuk sub-suku Batak seperti Karo, Pakpak, Simalungun, Tapanuli dan Mandailing selain itu juga termasuk suku-suku lainnya seperti Melayu, Minang, Aceh, dan berbagai suku dari pulau Jawa seperti Betawi, Madura, Sunda dan Jawa. Hingga saat ini, kota Medan juga merupakan kota yang memiliki penduduk ber etnis Tionghoa yang cukup besar dan merupakan etnis masyarakat terbanyak ke 5 di kota Medan dengan jumlah sebesar 185.177 (Bangun, 2015)

Etnis Tionghoa sangat lekat dengan stereotip sebagai pemilik toko meskipun tidak semua masyarakat beretnis Tionghoa memiliki toko namun jumlah penjual yang berasal dari etnis Tionghoa ini cukup banyak sehingga memunculkan sebuah *idea* di masyarakat bahwa etnis Tionghoa sangat lekat dengan berwirausaha. Salah satu pernyataan yang mendukung *statement* ini adalah menurut Lubis (2012, h.15-16) masyarakat dari etnis Tionghoa di Medan memiliki kecenderungan untuk berwirausaha hingga jalan-jalan utama dan pusat perbelanjaan di kota Medan didominasi oleh penjual dari etnis Tionghoa. Selain itu, dengan sejarah yang panjang dari etnis Tionghoa di Medan, juga mengukuhkan suatu identitas bagi kalangan etnis Tionghoa di Medan bahwa mereka memang cenderung akan berwirausaha. Jika dilihat dari sisi keberadaan etnis Tionghoa di kota Medan yang sudah ada bahkan sejak sebelum masa kolonial belanda, memang etnis Tionghoa awalnya sebagian besar adalah merupakan penjual. Berdasarkan pernyataan Potongan Nostalgia (2017), persentase masyarakat etnis Tionghoa yang berprofesi sebagai wirausahawan mencapai 74,4% dari total populasi etnis Tionghoa di kota Medan. Maka tidak heran bahwa gagasan bahwa *image* etnis Tionghoa terutama dari kota Medan sebagai penjual begitu melekat di pikiran masyarakat.

Salah satu hal yang menjadi suatu fenomena dengan kebiasaan dari Etnis Tionghoa di Medan adalah dari bagaimana mereka sangat mempertahankan tradisi dan budaya mereka. Menurut Hamdani (2013) bahwa masyarakat etnis Tionghoa merupakan kelompok etnis yang sangat mengeklusifkan diri

terlihat dari berbagai perkumpulan marga dan sub-suku yang ada serta kebiasaan berbahasa yang tampaknya sudah sangat melekat di kalangan Etnis Tionghoa.

Menurut Lubis (2012) komunitas etnis Tionghoa di Medan sebenarnya terbentuk cukup baru jika dibandingkan komunitas etnis pribumi lainnya seperti Batak dan Melayu. Selain itu juga bukan merupakan etnis yang dominan di daerah kota Medan namun mereka mampu membentuk dan menjaga kebudayaan mereka dengan cukup kuat. Salah satu yang paling menonjol adalah dari penggunaan bahasa ibu mereka.

Dalam (Simatupang, 2013) terdapat pernyataan Wali Kota Medan yang sangat amat menghimbau bagi warga dari etnis Tionghoa di Kota Medan untuk menggunakan bahasa Indonesia pada kesehariannya seperti etnis Tionghoa di kota lain dengan tujuan agar Etnis Tionghoa di Medan dapat lebih berbaur dan mengurangi kesalahpahaman. Menurut Lubis (2012) bahwa kebiasaan ini sudah dimaklumi oleh para penduduk etnis pribumi lainnya di kota Medan namun tentunya tidak mengurangi tingkat kesalahpahaman antara etnis pribumi dengan etnis Tionghoa di kota Medan. Dengan terjadinya kesalahpahaman ini mengakibatkan etnis-etnis ini tidak terlalu berbaur seperti halnya dengan kota lain di Indonesia. Dengan begitu pula etnis Tionghoa terutama pada zaman sebelum orde baru akan cenderung akan berkumpul bersama, hal tersebut yang merupakan salah satu alasan bahwa dengan kolektivitas ini para etnis Tionghoa memiliki kecenderungan untuk berbisnis karena adanya *support* dari kalangan sesama etnisnya (Hamdani, 2013).

Hal tersebut pula yang kemudian membuat berbisnis menjadi sebuah mata pencaharian “tradisi” yang kemudian turun menurun hingga saat ini. Dengan ini maka dapat dikatakan bahwa untuk dapat bertahan menjalankan usahanya para penjual dari etnis Tionghoa ini tentunya harus mampu serta memiliki skill yang mumpuni dalam menjalankan usahanya dan mampu menjalankan komunikasi yang lancar dengan pelanggan yang berasal dari latar belakang apapun (Hamdani, 2013)

### **Profil Narasumber 1**

Narasumber pertama merupakan pemilik toko bernama Mega Cahaya yang terletak di jalan Veteran daerah Medan helvetia. Toko ini merupakan toko yang menjual bahan baku pembuatan mebel seperti kain sofa dan busa yang sudah beroperasi sejak tahun 2009. Menurut wawancara yang dilakukan dengan Cindy yang merupakan pemilik toko ini, toko ini dirintis oleh ayah dari Cindy yang berawal dari toko kecil yang menggunakan 1 unit ruko dan kemudian melakukan ekspansi hingga menjadi 2-unit ruko saat ini. Jumlah karyawan yang bekerja dengan Toko Mega Cahaya saat ini berjumlah 4 pekerja tetap dan 3 orang pekerja lepas serta beberapa tukang furnitur *custom* yang merupakan mitra dari toko dan sudah berelasi dengan toko ini cukup lama untuk *referral customer* furnitur.

Dalam kesehariannya usaha Cindy banyak berinteraksi dengan pembeli dari berbagai latar belakang dari pemilik usaha hingga tukang furnitur maupun pihak perseorangan yang datang untuk mencari bahan baku furnitur ataupun

memesan furnitur *custom*. *Customer* toko mega cahaya juga bukan hanya berasal dari kota Medan saja namun juga dari kota-kota lainnya di sekitar kota Medan dan juga bahkan dari luar provinsi. Interaksi dengan pelanggan kebanyakan merupakan interaksi *face to face* dan komunikasi secara langsung. Namun juga terdapat *customer* yang menghubungi via *WhatsApp* ataupun telepon dan melakukan pembayaran melalui transfer bank.

### **Profil Narasumber 2**

Pada narasumber kedua ini merupakan pemilik toko kelontong Sukses bersama yang bernama Linda. Toko Sukses bersama pertama sekali dibuka pada tahun 1999 yang terletak di pusat pasar kota Medan. Jl. Pusat pasar adalah memang jalan yang merupakan sekaligus pasar dan memang terletak di jantung kota Medan dimana pusat pasar ini juga merupakan pangkalan *angkot* atau angkutan kota dari seluruh kota Medan membuat Jl Pusat pasar ini menjadi tujuan utama bagi pembeli dari seluruh penjuru kota Medan dan sekitarnya untuk membeli baik secara retail maupun grosir.

Baik dari bahan makanan seperti kecap, jelly hingga plastik, piring kertas dan balon mainan anak. *Customer* dari toko milik Linda ini juga dari latar belakang yang cukup beragam. Mulai dari Ibu rumah tangga yang membeli untuk keperluan rumah tangga hingga para penjual warung hingga toko kelontong lainnya datang membeli dan sudah menjadi pelanggan dari toko Sukses Bersama. Dalam kesehariannya Linda cukup banyak berinteraksi dengan pelanggan baik dari sesama suku Tionghoa maupun etnis pribumi baik

dari kota Medan sendiri maupun dari luar kota seperti aceh, padang dan sekitarnya. Dalam menjalankan usahanya menurut Linda sangat penting untuk dapat berkomunikasi dengan lancar dengan para *customernya*. Sangatlah penting untuk memiliki inisiatif untuk menawarkan produk dan dapat mengidentifikasi kebutuhan *customer*. Misalnya apabila mendapati *customer* yang mau membeli grosir maka Linda biasanya akan menawarkan barang-barang yang laku untuk demografi tersebut. Selain itu, untuk memperlancar komunikasi dengan pembelinya, Linda juga melayani melalui *WhatsApp* dan menerima pembayaran melalui transfer.

### **Profil Narasumber 3**

Narasumber ketiga ini adalah pemilik toko kelontong “Adek”. Terletak di Jalan pukut VII Medan toko ini berlokasi dekat sebuah simpang gang yang dekat dengan pasar perguruan yang terletak tepat di sebelah Jalan Pukat VII membuatnya menjadi tempat yang cukup strategis untuk menjalankan usaha toko kelontong dengan pasar kalangan warga lingkungan sekitar. Toko ini pertama dibuka pada tahun 2004 dan bertahan hingga saat ini dengan menawarkan bahan makanan seperti minyak curah, telur, beras, tepung snack lain-lainnya secara retail.

Para pelanggan dari toko Adek ini adalah warga sekitar lingkungan yang datang berbelanja kebutuhan sehari-hari. Demografi dari toko Adek ini cukup beragam mulai dari pelanggan dari kalangan etnis Tionghoa seperti adek sendiri maupun pelanggan yang berasal dari etnis pribumi yang juga tinggal di lingkungan jalan toko dikarenakan dari demografi penduduk di sekitaran jalan

pukat dan sekitarnya yang cukup beragam yaitu suku batak dan suku  
Tionghoa.

