

Komunikasi Interpersonal dan budaya memiliki kaitan yang erat dimana suatu budaya akan mendikte gaya komunikasi seseorang dan juga turut menentukan bagaimana seseorang tersebut akan menginterpretasikan informasi dari pihak lainnya. menurut DeVito (2016) bahwa saat melakukan komunikasi penting untuk mementingkan beberapa aspek yaitu untuk mengedukasi diri sendiri, memahami perbedaan antara budaya, mengkonfrontasikan stereotip yang melekat pada budaya tertentu, serta mengurangi etnosentrisme dan yang paling penting dalam komunikasi interpersonal antar budaya berbeda adalah penyesuaian saat berkomunikasi. Dalam mengatasi perbedaan budaya ini, penjual etnis Tionghoa di Medan berusaha memahami pelanggannya baik dari sisi preferensi maupun berbahasa. Seperti yang ditunjukkan pada data wawancara penelitian, penjual berusaha untuk mempelajari apa saja yang digemari oleh pembeli baik dari sisi preferensi, memahami budaya dan kegunaan barang-barang tertentu serta mempelajari memahami dan lebih terbiasa untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang berasal dari etnis lain dengan mempelajari bahasanya, memahami logat atau penggunaan kata-kata yang berbeda agar dapat berkomunikasi dengan lancar dengan pembelinya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian seperti yang telah dipaparkan diatas, subjek dari penelitian ini adalah penjual di kota Medan yang berasal dari etnis Tionghoa dan bagaimana mereka berkomunikasi dengan pelanggan mereka yang memiliki etnis yang berbeda. Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan dari temuan diatas. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa hasil dari temuan data wawancara lapangan mengenai komunikasi interpersonal yang terjadi pada aktivitas jual-beli penjual etnis Tionghoa dengan pelanggan dari etnis pribumi di kota Medan menunjukkan bahwa penjual memiliki relasi komunikasi yang baik serta tetap menjaga hubungan baik dengan pembeli mereka meskipun memiliki kebudayaan yang berbeda.

Penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal berdasarkan dari elemen komunikasi interpersonal yang dicetuskan oleh DeVito. Komunikasi interpersonal ini sendiri tidak bisa terlepas dari pengaruh budaya dari individu yang terlibat dalam komunikasi. Pada pembahasan penelitian ini budaya juga merupakan hal yang menonjol atas perbedaan subjek yang diteliti. Dalam konteks aktivitas jual beli terlihat bahwa salah satu usaha dari penjual etnis Tionghoa dalam melakukan hal tersebut dengan mengubah bahasa yang dipakai dimana umumnya dalam keseharian menggunakan bahasa Hokkian sehingga perlu adanya penyesuaian yang dilakukan dari pihak penjual untuk menggunakan bahasa Indonesia. Selanjutnya mereka berusaha memahami dan menyenangkan

pelanggan mereka. Mereka menyesuaikan barang yang ditawarkan dengan barang-barang yang biasanya digunakan/dicari oleh pelanggan dari etnis tertentu serta memperhatikan preferensi baik dari segi model, jenis barang dan kualitas untuk ditawarkan pada pelanggan mereka.

Ketika melakukan komunikasi dalam aktivitas jual-beli, kedua etnis yang bersangkutan yaitu etnis Tionghoa dan etnis pribumi masing-masing akan berinteraksi sesuai dengan gaya dan kebiasaannya masing-masing. Terlebih lagi pada etnis keturunan Tionghoa di kota Medan yang lebih terbiasa berinteraksi menggunakan bahasa Hokkian untuk berkomunikasi dengan sesama etnis Tionghoa dalam kesehariannya. Para etnis Tionghoa yang berprofesi sebagai penjual menyesuaikan diri dengan pembeli mereka saat berkomunikasi dengan memperhatikan sopan santun serta memegang prinsip. Hal ini terlihat saat mereka berhadapan dengan warga etnis lain tetap akan menggunakan Bahasa Indonesia untuk berkomunikasi.

B. Saran

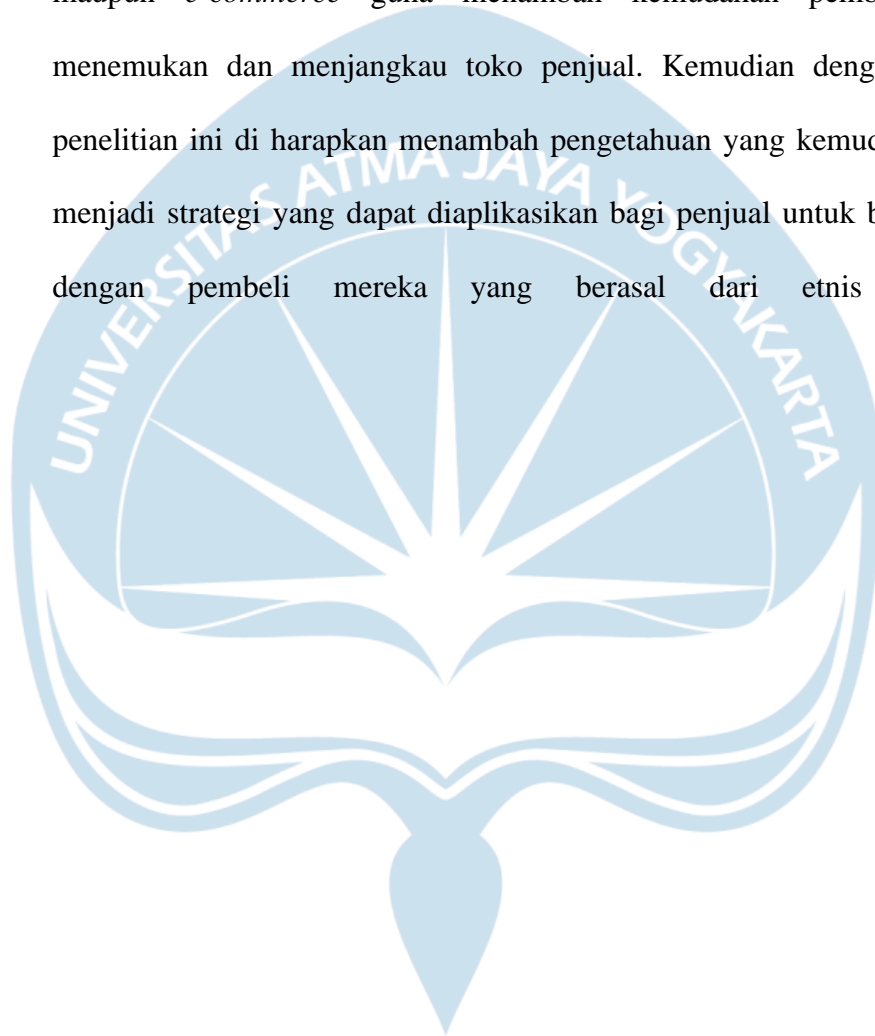
Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. berdasarkan penelitian ini, maka peneliti akan memberikan saran berupa saran akademis dan saran praktis:

1. Saran Akademis

Saran akademis dari peneliti adalah untuk memperluas lingkup penelitian guna menambah kajian literatur mengenai fenomena komunikasi interpersonal yang dilakukan terutama diantara individu dengan kebudayaan yang berbeda.

2. Saran Praktis

Untuk menambah jangkauan penjual, sebagai peneliti dapat menyarankan untuk juga mengembangkan usaha melalui media sosial maupun *e-commerce* guna menambah kemudahan pembeli untuk menemukan dan menjangkau toko penjual. Kemudian dengan adanya penelitian ini di harapkan menambah pengetahuan yang kemudian dapat menjadi strategi yang dapat diaplikasikan bagi penjual untuk berhadapan dengan pembeli mereka yang berasal dari etnis berbeda.



Daftar Pustaka

- Azeharie, S., & Khotimah, N. (2015). The Patterns of Interpersonal Communication between Teachers and Students in Children Daycare “Melati” in Bengkulu. In *Jurnal Pekommas* (Vol. 18, Issue 3).
- Bangun, S. (2015). Suku Tionghoa ke Lima Terbesar di Medan. Waspada.Co.Id. <https://waspada.co.id/2015/09/suku-Tionghoa-ke-lima-terbesar-di-Medan/>
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. England: Pearson.
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. In *Medical Education* (Vol. 40, Issue 4, pp. 314–321). <https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x>
- Frederica, P., & Susanto, E. H. (2018). Komunikasi Antarpribadi Pedagang-Pedagang Etnis Tionghoa di Kawasan Pasar Pagi Lama. *Jurnal Untar*, 2(2), 515–523.
- Gulu, F. A. (2017). Aspek Hukum Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Berdasarkan Kuhperdata. *Legal Opinion*, 5(4).
- Hadi, A., & Rusman, A. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI*.
- Hadi, S. (2010). PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA PENELITIAN KUALITATIF PADA SKRIPSI. In Jilid (Vol. 17).
- Hamdani, N. (2013). Komunitas Cina di Medan dalam Lintasan Tiga Kekuasaan 1930-1960 (M. Hisyam, Ed.). Lipi Press.
- Handriani, A. (2018). Keabsahan Perjanjian Jual Beli Secara Tidak Tertulis Berdasarkan Hukum Perdata. *Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), 275–304.
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Sage. https://books.google.co.id/books?id=w6z18LJ_1VsC&printsec=frontcover&dq=Culture%E2%80%99s+Consequences:+Comparing+Values,+Behaviors,+Institutions,+and+Organizations+Across+Nations&hl=en&ei=eOWZTcLPEKrXiALG7LCdCQ&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- kompas.com. (2019, March 30). CEK FAKTA: Jokowi Sebut Ada 714 Suku dan 1.001 Bahasa di Indonesia. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2019/03/30/21441421/cek-fakta-jokowi-sebut-ada-714-suku-dan-1001-bahasa-di-indonesia>
- Kusuma, A. (2009). *Pengantar Komunikasi Antar Budaya*. Pustaka Pelajar.

- Lia, E., & Putri, T. (2016). *POLA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA ETNIS TIONGHOA DENGAN MASYARAKAT PRIBUMI* (Issue 2).
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Prenadamedia Group.
https://books.google.co.id/books/about/Komunikasi_Antar_Personal.html?id=QvSIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Lubis, L. A. (2012a). Komunikasi Antarbudaya Etnis Tionghoa dan Pribumi di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*10, 10(1), 13–27.
- Lubis, L. A. (2012b). Komunikasi Antarbudaya Tionghoa dan Pribumi dalam Penggunaan Bahasa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 285–294.
- Nasution, V. A., Ayuningtias, N., & Erwani, I. (2019). Pemilihan Bahasa pada Remaja Etnis Tionghoa di Medan: Kajian Sociolinguistik. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 2(2).
<https://doi.org/10.32734/lwsa.v2i2.726>
- Ningsih, E. R., & Darmalaksana, W. (2018). Studi Eksplorasi Nilai Nilai Budaya dalam Konsep Relationship Marketing. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1).
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa dalam MEMEDIASI KEPENTINGAN PT. BUKIT BORNEO SEJAHTERA DENGAN MASYARAKAT DESA LONG LUNUK. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.
- Potongan Nostalgia. (2017). Sekilas Tentang Etnis Tionghoa di Medan. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/potongan-nostalgia/sekilas-etnis-Tionghoa-di-Medan/full>
- Pujaastawa, I. B. G. (2016). *Teknik Wawancara dan Observasi untuk Pengumpulan Bahan Informasi*.
https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/8fe233c13f4addf4cee15c68d038aeb7.pdf
- Putri, E. lia T. (2016). POLA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA ETNIS TIONGHOA DENGAN MASYARAKAT PRIBUMI. *Jurnal Wacana* , 15(2), 86–180.
- Rachmawati, I. N. (2003). PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF: WAWANCARA.
<http://jki.ui.ac.id/index.php/jki/article/view/184/326>
- Raco, J. R., & Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Grasindo.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=dSpAlXuGUCUC&oi=fnd&pg=PA2&dq=metode+penelitian+kualitatif&ots=_zS6DCEMP1&sig=pQ8gNs2bHEub8VwGeT1UCUgPgzw&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif&f=false

- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (A. Effendy, Ed.). Cipta Media Nusantara.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=jenis+penelitian+deskriptif&ots=f2rE2QTqcv&sig=fnPXNiVqJ5c7yC6eac5jLe-WNPI&redir_esc=y#v=onepage&q=jenis%20penelitian%20deskriptif&f=false
- Regar, P. M., Kawung, E., & Tangkudung, J. P. M. (2014). Pola Komunikasi Antar Budaya dan Identitas Etnik Sanghie-Talaud-S(Studi pada Masyarakat Etnik Sanger-Tahuna-Sitaro di Kota Manado) Tahun ke 1 dari rencana 3 Tahun Oleh. In *Journal ^šš]μOEvv* (Vol. 4).
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).
<http://36.92.225.6/index.php/alhadharah/article/view/2374/1691#>
- Robinson. (2014). DEKONSTRUKSI MAKNA TRANSAKSI DALAM AKUNTANSI: SUATU PENDEKATAN IDEALISME SYARIAH ISLAM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 28–39.
- Rosyada, D. (2020). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Pendidikan*. Pernada Media.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=kXIREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=penelitian+kualitatif+untuk+ilmu+pendidikan&ots=wfxJYAnjDb&sig=8JJhAyQc7BYwJ9oHh1zgO6CDfwQ&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian%20kualitatif%20untuk%20ilmu%20pendidikan&f=true
- Simatupang, S. (2013). *Warga Tionghoa Medan Diminta Berbahasa Indonesia*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/534131/warga-Tionghoa-Medan-diminta-berbahasa-indonesia>
- Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan*. Nilacakra Publishing House.
- Tamma,S. Duille, T. (2020) *Indigeneity and the Statein Indonesia: The Local Turn in the Dialectic of Recognition*. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*2020, Vol. 39(2) 270–289.
- Tim Yuridis.Id. (2021, August 21). *Pasal 1457KUHPperdata (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata)*. <https://Yuridis.Id/Pasal-1457kuhperdata-Kitab-Undang-Undang-Hukum-Perdata/>.
- Umar, dhira. (2020). PENERAPAN ASAS KONSENSUALISME DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MENURUT PERSPEKTIF HUKUM PERDATA. *Lex Privatum*, VIII(1), 38–48.
- Yudha, A. A. N. B. K. (2020). LANGKAH CINTA PENUH DERITA ETNIS TIONGHOA DI INDONESIA. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 3, 2655–4313. <http://senada.std-bali.ac.id>

Lampiran

Pedoman Wawancara

Konsep	Pertanyaan	Sumber
Source-Receiver	<ol style="list-style-type: none">1. Interaksi seperti apa yang biasaya anda lakukan dengan pelanggan?2. Bagaimana cara anda agar pelanggan mau membeli barang dagangan anda?3. Cara komunikasi seperti apa yang anda lakukan agar menarik minat pembeli dari kalangan etnis pribumi?4. Kapan saja waktu-waktu tertentu dimana toko anda lebih banyak dikunjungi oleh pelanggan dari etnis pribumi?	Pedagang Etnis Tionghoa
Message	<ol style="list-style-type: none">1. Pesan seperti apa yang biasanya anda komunikasikan kepada pelanggan anda?2. Perbedaan jenis pesan bagaimana yang terdapat pada komunikasi anda dengan pelanggan anda yang berasal dari etnis pribumi?	Pedagang Etnis Tionghoa
Channel	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana anda biasanya melakukan komunikasi dengan pelanggan pada umumnya?2. Mode komunikasi yang lebih di gemari oleh	Pedagang Etnis Tionghoa

	<p>pelanggan anda yang berasal dari kalangan etnis pribumi?</p>	
Noise	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hambatan seperti apa saja yang anda temui saat berkomunikasi dengan pelanggan dari etnis pribumi? 2. Perbedaan bahasa atau dialek seperti apa yang pernah menjadi hambatan saat hendak melakukan transaksi jual beli dengan pelanggan dari etnis pribumi? 3. Bagaimana anda mengatasi hambatan tersebut? 	<p>Pedagang Etnis Tionghoa</p>
Context	<p>Biasanya dimana dan kapan anda melakukan kegiatan jual beli?</p>	<p>Pedagang Etnis Tionghoa</p>
Ethics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prinsip atau etika apa saja yang anda pegang saat berjualan? 2. Dari mana anda mendapatkan atau mempelajari etika atau prinsip tersebut? 	<p>Pedagang Etnis Tionghoa</p>
Nilai Budaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek budaya apa yang diperhatikan saat membentuk pesan tersebut? 2. Kebiasaan khas yang seperti apa yang anda dapati dari cara berbelanja pelanggan etnis 	<p>Pedagang Etnis Tionghoa</p>

	<p>pribumi?</p> <p>3. Cara komunikasi yang bagaimana khusus digunakan saat berinteraksi ataupun menyampaikan pesan dengan pelanggan dari etnis pribumi?</p>	
--	---	--

Narasumber 1

P:	Okay ci boleh perkenalkan diri dulu mungkin ya kaya nama cici, saat ini cici kegiatannya seperti apa dan sedikit perkenalan singkat mengenai toko cici.
N:	Ya, jadi nama saya Cindy saat ini kegiatan sehari hari ya mengurus toko ini. Kebetulan toko ini punya keluarga. Namanya toko mega cahaya, kita jual bahan baku pembuatan sofa dan furniturlah segala jenis bahan baku untuk bikin furnitur kita jual. Mulai dari kain buat sofa atau dipan busanya juga jual, atau kalau mau pesan furnitur jadi tapi yang custom kita bisa sediain lah.
P:	Oo gitu ya ci, kalau toko ini sudah mulai buka sejak kapan. Kira-kira mungkin bisa diceritain dikit permulaan adanya toko ini?
N:	Toko ini sebenarnya uda dibuka mulai dari tahun 2009. Waktu itu saya sendiri masih anak anak ya kurang lebih ingatnya kek gitu.. di tahun segitu. Awal-awal toko ini di buka papa masih lebih kecil gitu ukuran tokonya dan barang yang dijual juga belum selengkap sekarang dan belum terima jasa

	<p>pembuatan furnitur cuma jual bahan baku aja. Awalnya papa buka toko di sini tokonya cuma 1 ruko tapi sekarang udah ekspansi dikit jadi 2 ruko. Awalnya juga semuanya dikerjain sendiri tapi krn sekarang toko juga uda lebih gede jadi juga ada karyawan</p>
P:	<p>Kalau bisnis sehari-hari gitu ci biasa pelanggan yang datang itu seperti apa sih? Kebanyakan orang lokal dalam kota kah orang luar kota? Atau kira-kira latar belakang mereka itu yang seperti apa?</p>
N:	<p>Pelanggan yang beli di kita latar belakangnya sih banyak macam ya mulai dari yang untuk keperluan furnitur pribadi sampai tukang-tukang jasa bikin furnitur. Pelanggan sih banyak yang dari dalam kota dan luar kota. Kalau luar kota ya banyak dari aceh dari padang juga ada kota-kota yang agak jauh gitu di sumut ini kayak asahan, sibolga gitu-gitu lah. Kalau dari luar pulau juga ada kebanyakan yang dari pulau jawa sih.</p>
P:	<p>Nah, dari banyak latar belakang yang berbeda ini menurut cici mereka sendiri masing-masing punya selera nya masing2 ga si ci kaya mungkin kl kita bahas soal mengenai pelanggan dari sesama etnis Tionghoa spt cici dan orang dari etnis asli Indonesia?</p>

N:	<p>Perbedaan sih ga terlalu banyak ya kl yang ke sini ya pastinya mau beli bahan buat sofa atau busa gitu kl yang beda paling di selera gitu sih. Kalau sama orang cina gitu mereka lebih suka sama barang2 yang low maintenance dan gaada motif gitu atau yang minimalis gitulah kl ngomong soal corak dan segala macam. Nah beda sama mungkin orang batak, mereka lebih suka yang ada motif gitu bunga-bunga lah daun lah yang lebih mewah2 gitulah keliatannya, kalau orang yang dari aceh lebih suka yang warnanya cerah2 ky ijo atau kuning yang ngecas gitu. Jadi ya tergantung sama pelanggan yang kayak apa itu kita coba sesuain dan ngomongin sesuai sama budget mereka trus kasi rekomen yang kira-kira mereka suka sih kira2 gitu supaya mereka pun tertarik kan mau beli. Kl uda tau sifat pelanggan spt apa kan udah lebih gampang juga di kita dan udah lebih sreg lah yang beli sama kita pun mrk kl uda puas belanja sama kita mereka juga kemungkinan besar bakal balik lagi beli sama kita kan jadi pelanggan.</p>
P:	<p>Kalau menurut ci Cindy sendiri cici ada effort khusus atau ada ga si perbedaan yang di lakukan sama cici waktu berkomunikasi atau berinteraksi sama etnis Tionghoa dan etnis pribumi?</p>
N:	<p>Khusus mungkin ngga ya cuma ya tau lah ya kl org cina di Medan ini kan kalau ngomong lebih suka pake hokkian gitu apalagi kalau sesama cina gitu ga mungkin juga bakal pakai bahasa indo full pasti campur2 hokkian atau full bahasa hokkian. Nah kalau sama yang bukan cina kan mereka juga ga bisa bahasa kita kan ya pake bahasa Indonesia. Eh tapi kadang itu kan ada juga ya yang bisa paham dikit2 bahasa hokian ini jadi kalau ngomong itu</p>

	<p>kadang nyampur kitanya kadang nomong hokkian dikit mereka paham tapi tetap balas ngomongnya pake bahasa indonesia atau pas nawarnya pake campur2 dikit bahasa hokkian kaya goceng ceban yang basic2 gitu lah. Nah kalau papa ku tuh kebetulan bisa bahasa aceh dikit2 kan jadi kalau ada pelanggan aceh nah ngomong kadang juga mereka pake bahasa aceh tapi dibalas papaku tuh pake bahasa indo.</p>
P:	<p>Kalau di toko cici ini ada ga waktu2 tertentu yang lebih rame orang yang datang beli itu dari kalangan etnis pribumi dibanding etnis Tionghoa?</p>
N:	<p>Kalau itu sih paling di waktu2 dekat hari besar gitu ya kayak dekat2 idul fitri atau pas dekat natal. Kalau yang cina-cina itu ya lebih banyak pas dekat xincia</p>
P:	<p>Kalau dari pesan yang cici sampaikan ke Pelanggan itu ada dibedain ga sih ci dengan pelanggan cici yang dari etnis pribumi?</p>
N:	<p>Emmm pesan khusus yang kaya gimana makud nya ya?</p>
P:	<p>Kaya mungkin kalau ke pelanggan cici yang dari kalangan etnis pribumi ini cici pas ngomongnya apa kaya ada lebih menonjolkan tentang kualitas barang atau aspek lain dari item yang cici jual?</p>
N:	<p>Kalau itu sih lebih lihat latar belakang mereka untuk penggunaan personal atau untuk dijual kembali ya kayak tukang furnitur gitu merka kan namanya usaha pasti mau dapat untung jadi kita lebih nawarin barang-barang yang kualitasnya masih oke tapi mungkin bukan grade yang premium nah kalau yang untuk perorangan itu biasanya ya kita kasi barang yang lebih premium</p>

	<p>yang lebih bagus lagi. Kalau barang yang kita jual itu gaada la yang jelek-jelek adanya yang bagus atau lebih bagus lagi gitu. Kalau dari pandangan latar belakang etnis gitu gaada sih lebih ke kebutuhan masing-masing gitu. Kecuali kalau ngomongin soal selera ya beda-beda.</p>
P:	<p>Kalau toko cici biasanya interaksi sama pelanggan itu gimana? Apakah ada melalui media khusus gitu atau langsung tatap muka jual belinya?</p>
N:	<p>Kita banyakan sih langsung ya pelanggan dateng terus kita layani kalau ada tawar menawar gitu ya langsung face to face tapi ada juga yang lewat WA apalagi buat pelanggan luar kota yang udah kenal kan ya ga bisa dateng jauh jauh ke Medan biasanya gitu sih.</p>
P:	<p>Brrti memang interaksinya itu masih langsung dari pihak cici gitu langsung sama pelanggan ya? Kalau media sosial selain WA gitu atau e commerce ada digunakan?</p>
N:	<p>Iya, kalau skrg sih masih paling lewat WA, kita gaada pakai instagram atau ecommerce sih..... sebenarnya belum ya krn dari kita sendiri lagi rencana dan lagi dalam tahap untuk buat account di ecomm gitu.</p>
P:	<p>Berarti memang beragam gitu ya ci gaada demografi pelanggan yang lebih suka pake media apa gitu untuk belanja?</p>
N:	<p>Hmmm sejauh ini yang kita notice gaada sih</p>
P:	<p>Dari sisi cici sebagai penjual yang interkasi dengan pelanggan dari etnis pribumi ini cici pernah merasa ada hambatan yang sekiranya bisa membuat salah paham atau yang mengganggu interaksi cici dengan pelanggan ga?</p>

N:	Hambatan sih pasti ada tapi biasanya itu lebih ke perbedaan pengertian gitu atau salahpahaman aja sih dan ga khusus ke etnis pribumi aja lebih ke umum gitu. Banyak yang anganggap kalau kita jual barang kok kayaknya lebih mahal dari toko sebelah ya mungkin karena memang ada anggapan kalau kita2 yang apalagi yang suku cina itu jual barang cenderung mahal padahal sebenarnya mungkin barangnya itu kelihatannya sama tapi kualitasnya beda
P:	Kalau hambatan yang ci cindy sebutkan ini lebih ke umum ya? Menurut ci Cindy ada yang terkhusus ga dengan pelanggan yang etnis pribumi ini ada nga?
N:	Sama pelanggan yang etnis pribumi sebenarnya hambatan yang khusus gitu ga terlalu gimana paling yang beda2 kata sikit dari pelanggan yang luar Medan kalau ketemu yang gitu2 gitu banyakan papaku yang handle karena dia jg uda lebih kebiasa krn kebetulan juga kurang lebih paham kyk bahasa aceh gitu2
P:	Cara cici mernghadapi hambatan itu gimana?
N:	Soal harga kita jelasin ke pembeli kenapa mungkin harganya kayak lebih mahal padahal sebetulkan kan tidak juga kearena kualitas material beda terus kalau ketemu yang bahasanya kurang paham sebenarnya kan jarang banget ya paling nanti minta papaku handle karena udah lebih biasa dan dia jg paham dikit bahasa daerah kan. Kadang beda daerah aja yang sesama cina juga susah dengar mereka ngomong mungkin karena beda intonasi apa gimana gitu ya biasa papa yang handle

P:	Kalau cici sendiri ada prinsip tertentu ga ysng cici pegang saat berjualan? Kaya etika2 saat jualan yang pantang cici sendiri sebagai pribadi langgar?
N:	Kita itu jualan prinsipnya ya pastinya gamau rugi la tapi kalau untungnya tipis pun gapapa yang penting pelanggan senang dan penjualannya banyak daripada untung gede tapi yang kejual dikit dan pelanggan sampai merasa tertipu. Kita juga jualan harus jujur ya no tipu tipu pelanggan senang kita pun senang mereka juga bakal ingat kita terus dan bisa jadi langganan.
P:	Kalau dari prinsip-prinsip ini sendiri cici peroleh dari mana?
N:	memang di ajarin sih dulu sama orangtua yang penting pelanggan tuh senag sama kita, untung agak tipis gapapa yang penting kejual banyak dan kepercayaan agama pribadi itu juga ada hukum karma jadi kalau kita sendiri juga gamau ditipu atau dikibulin ya kita juga jangan gituin orang lain. Kita juga jualan itu ya fair aja gitu sama semua sama yang penting jujur.
P:	Ci cindy sendiri ada merasa perbedaan yang dilakukan ga waktu interaksi sama pelanggan dari etnis pribumi selain dari perbedaan bahasa yang dipakai? Mungkin cara bersikap atau gimana?
N:	Selain dari pakai bahasa indo bedanya ga ada lagi sih yang penting pinter-pinter kita tawarin barangnya aja supaya mereka tertarik beli. Tawar menawar juga sama2 aja gaada bedanya. Gak menyinggung perasaan dari pembeli kalau bisa di puji dikit tetap ramah supaya pembeli juga senang beli sama kita
P:	nah kalau dari interaksi dengan pembeli etnis pribumi ini kan sempat

	disebutkan untuk tidak menyinggung perasaan dan tetap ramah dari kedua hal tersebut apa yang ci cindy lakukan supaya pembeli tsb merasa nyaman?
N:	Kayak mungkin lebih ke punya mulut yang lebih manis gitu agak susah ya jelasinnya kalau pas ngomong jangan cemberut yang ramah agak banyak cakap sikit atau kalau misalnya ada ibu-ibu yang datang kita panggilnya kakak biar kesannya lebih muda gitu supaya mereka senang tetap sopan gitu kayak biasanya kita mau melayani pembeli
P:	Mengenai panggilan ini menurut ci cindy penting ga untuk refer ke pembeli?
N:	Penting ga penting sih ya kalau salah manggil juga gakpapa Cuma mungkin lebih enak di dengar.

Narasumber 2

P:	Selamat pagi Ci boleh perkenalkan diri dulu? Namanya siapa, saat ini kesibukannya saat ini seperti apa?
N:	Pagi, saya Linda kesibukan saya sehari ya mengurus rumah tangga dan mengurus toko ini mulai dari susun stok, koordinasi dengan karyawan, layanin pembeli ya gitu-gitu.
P:	Kalau mengenai tokonya ini ci boleh diperkenalkan?
N:	Toko ini namanya Sukses bersama kalau barang jualan toko itu barang-barang kede sampa lah ya kebutuhan sehari-hari mulai dari sembako sampai balon mainan anak pun ada. Sudah buka sejak tahun 1999 tidak pernah pindah tempat tetap di sini di jalan pusat pasar.

P:	Awalnya apa sih yang membuat ci Linda termotivasi dan akhirnya berkeputusan untuk membuka toko ini?
N:	Kalau dulu itu orang tua juga memang pengusaha jadi dari kecil saya juga sudah jaga toko, belajar jualan dari kecil sampai akhirnya punya toko sendiri yang memang di bidang yang sama.
P:	Kalau untuk bisnis sehari-hari itu biasa seperti apa ci? Pelanggan yang datang itu biasanya yang seperti apa?
N:	Kalau untuk pelanggan macam-macam ada yang memang beli dikit-dikit untuk keperluan pake sendiri ada juga yang ambil grosir. Itu tuh biasanya yang punya usaha juga kayak warung atau toko sembako juga
P:	Ooo jadi memang ada jualan grosir dan ecer juga ya ci?
N:	Iya memang ada jual partai besar sama eceran juga. Kita ga pilih-pilih pelanggan mau banyak atau dikit juga tetap di layanin
P:	Kalau dari latar belakang pelanggan toko cici ini biasanya yang seperti apa? Apa sesama Tionghoa atau ada juga dari suku-suku lain?
N:	Kalau soal pelanggan beda-beda ya gaada khusus ke suku tertentu kira-kira ya orang-orang sini dan dari kota sekitar. Macam-macam ada yang padang, aceh, batak, india, cina juga ada macam-macam lah.
P:	Ada ga perbedaan di waktu-waktu tertentu dimana mungkin lebih banyak pelanggan dari etnis tertentu yang membeli?
N:	Waktu-waktu tertentu paling waktu dekat hari besar sih memang yang beli pasti beda-beda krn mereka perlu juga
P:	Kira-kira hari besar yang kaya gimana ci?

N:	<p>Kaya kalau mau dekat idul fitri itu tuh banyak banget pelanggan yang dari aceh turun ke Medan untuk beli-beli dari Medan sendiri atau dari padang gitu.</p> <p>Kebetulan kalau kita penjual ini paling cuan nya ya pas puasa dekat idul fitri.</p> <p>Atau waktu dekat imlek yang beli nya ya orang cina</p>
P:	<p>Nah waktu jualan dengan pelanggan dari etnis Tionghoa dan pribumi ini cici ada bedakan ga cara nawar-nawar barang atau cara “promosiin” barangnya</p>
N:	<p>Nгаа ada sih, kalau itu ngga lihat dari etnisnya lebih ke kebutuhan masing-masing pembelinya gimana. Kalau untuk yang beli buat di jual lagi itu ya kita tawarin barang yang kira2 bisa laku gitu. Kalau untuk pakai sendiri ke pelanggan yang kaya gitu-gitu ya tawarin barang yang lebih enak atau lebih bagus.</p>
P:	<p>Kalau dari cara ngomongnya itu ada perbedaan ga ci? Kayak kalau sama etnis tertentu lebih mencondongkan kualitas atau harga yang lebih terjangkau?</p>
N:	<p>Sebenarnya lebih ke kebutuhan orangnya cuma kalau untuk customer yang belanja untuk keperluan pribadi itu kalau yang cina itu memang uda ada beberapa merek yang preferensi nya sendiri jadi lebih nawarin mereka merek2 itu ky misalnya kecap gitu lebih suka yang merek bango atau cap angsa krn menurut mereka lebih harum gitu masakannya. Kalau untuk yang batak mereka kalau masak lebih banyak gitu biasanya untuk keluarga besar gitu jadi kalau mereka beli bahan itu sekalian yang banyak dan gak terlalu milih-milih dan biasanya krn belinya banyak maunya yang lebih murah jadi kalau yang gitu-gitu biasanya lebih banyak nawar2. Sama juga sih sama</p>

P:	Kalau menurut ci linda kalau pas interaksi atau ngomong sama pelanggan yang dari Etnis pribumi biasanya ada merasa perlu effort khusus ga? Ky apakah ada beda gitu dalam interaksinya cici dengan etnis Tionghoa?
N:	Kalau effort khusus gitu aku ga merasa sih ya sama aja lah namanya pelanggan itu kan mau dapat barang bagus terus harga bagus juga paling kalau bedanya ya kita sesuaikan kita itu ngomong sama siapa. Kalau sama sama2 cina gini tau lah kalau orng Medan gaada cina yang ga bisa hokkien kan dan pasti ngomong pakai bahasa hokkien tapi kalau sama suku lain ya pakai bahasa Indonesia
P:	Kalau cici sendiri ada bisa bahasa lain ga yang dipake waktu interaksi sama pelanggan dari etnis pribumi?
N:	Kalau aku ga bisa bahasa suku gitu ngomongnya ya pake bahasa indo aja sama2 ngerti
P:	Cici pernah ga ada hambatan gitu waktu komunikasi sama pelanggan dari etnis pribumi?
N:	Kalau hambatan maksudnya dari apanya?
P:	Misalnya mungkin pas komunikasi sama pelanggan nya gitu apakah ada hal yang menyebabkan salah persepsi, salahpahaman atau malah tidak paham sama sekali gitu ci?
N:	Ada juga sih tapi ya jarang karena kadang ada juga pembeli yang dari luar kota seperti nias aceh kadang bahasanya agak laen. Tapi ya biasanya bisa juga diluruskan biasanya jelasin lagi aja ulang sampai paham
P:	Kalau cara cici hadapi hambatan itu spt apa?

N:	Biasanya ya dijelaskan ulang atau minta anggota saya ini misalnya ibu ini ada yang dari aceh gitu ya bisa bahasa aceh mereka kan. Jdi minta dia yang jelaskan ke pelanggan atau ada beda-beda kata atau istilah gitu kl dia ada dengar ya inisiatif untuk koreksi.
P:	Kalau ibu itu namanya siapa ci? Kira2 sudah berapa lama kerja sama cici?
N:	Wah kalau dia udah lama udah sejak dari toko mama saya dia ngikut saya. Kalau ada pelanggan aceh juga ada beberapa yang udah langganan lama sama kita juga udah kenal sama dia jadi kl belanja cari saya atau dia gitu yang ngomong sama mereka. Lebih nyambung dan lebih suka juga karena sama2 org aceh.
P:	Kalau dalam proses jualan ini biasanya cici lewat apa aja untuk jualan ke pelanggan? Kaya misalnya ada lewat <i>E-commerce</i> kah? <i>WhatsApp</i> kah?
N:	Biasanya kebanyakan itu pembeli-pembeli yang lewat gitu langsung beli atau pelanggan yang udah kenal langsung datang ke toko aja sama ada lewat <i>WhatsApp</i> juga nanti mereka request barang terus kita kirim dan bayar pake transfer aja mau ke ovo atau bca bisa. Kalau untuk <i>E-commerce</i> belum ada kepikiran mau ke sana karena memang belum butuh dan kebanyakan kalau penjualan itu ya untuk org2 yang datang ke toko
P:	Kalau ci Linda pribadi dalam berjualan ini ada prinsip tertentu yang di pegang ga?
N:	Kalau saya pribadi itu selalu pegang prinsip kalau jualan itu harus jaga kepercayaan dan kesetiaan ga tipu-tipu lah kayak kalau ada yang mau beli minyak 1 liter ya kasi 1 liter ga kurang-kurangnya harus jujur itu kalau jualan

	selain jaga kepercayaan pembeli juga memang dosa juga.
P:	Cici belajar atau dapat prinsip itu dari mana?
N:	Kalau aku memang diajarin dari dulu kan ama juga jualan memang dalam bisnis atau dalam hidup itu ya tetap harus jujur. Dari agama juga memang dosa kan melanggar kehendak Tuhan.
P:	Kalau waktu berinteraksi dengan pelanggan dari etnis pribumi itu kira2 cici ada penyesuaian ga waktu menyampaikan pesan atau berkomunikasi dengan pelanggan yang dari etnis pribumi?
N:	Kalau penyesuaian itu paling di bahasa dan panggilan gitu kalau yang belanja etnis pribumi ya pake bahasa Indonesia panggilan nya bang atau kak atau mba/mas
P:	Nah untuk perbedaan ini sendiri kenapa dilakukan ci?
N:	Yang pertama ya tujuannya supaya sama2 ngerti. Nggak mungkin juga kan saya ngomong pake hokkien nanti mereka nya nga ngerti. Terus panggilan itu ya harus disesuaikan supaya tetap sopan kadang tub isa juga kan salah manggil apalagi sekarang pada pake masker susah juga nerka-nerka mereka juga pasti bilang misalnya saya bukan cina cik ya langsung di ganti jadi kakak atau ibu gitu biar pelanggan nya senang
P:	Kalau menurut cici sendiri kenapa penting pemakaian bahasa ini diubah? Kenapa kita ga semua pake bahasa Indonesia aja?
N:	Nah kalau ini ya tau sendiri lah org cina di Medan ini tu susah udah kebiasaan dari dulu kalau ketemu sesama chinese gini pasti langsung pake

	<p>bahasa hokkian. Adanya mereka justru merasa aneh kalau sesama yang bisa bahasa hokkian tapi tidak ngomong pake hokkian. Banyak juga yang sebenarnya lebih suka ngomong pake bahasa hokkian dibandingkan bahasa Indo apalagi yang generasi yang lebih tua bahasa indonesia malah lebih gak lancar daripada bahasa hokkian.</p>
P:	<p>Kira-kira kebiasaan khas yang seperti apa yang cici dapati dari berbelanjanya pelanggan etnis pribumi?</p>
N:	<p>Kalau kebiasaan khas itu sebenarnya lebih ke mungkin perbedaan kebiasaan makan gitu ya ada bumbu dapur tertentu yang memang pelanggan etnis pribumi itu ga beli karena memang di masakan mereka itu ga terlalu pake kayak kecap ikan, minyak wijen itu kan kebanyakan di masakan chinese gitu sisanya ya sama aja.</p>

Narasumber 3

P:	<p>Selamat pagi aie Adek mungkin bisa perkenalkan diri dan cerita dikit soal toko aie?</p>
N:	<p>Nama saya adek sekarang umur 60 tahun. Saya punya toko ini sebenarnya gaada nama tapi karena orang sini kenal saya ya jadinya waktu bikin spanduk toko saya pake nama saya aja. Tokonya jual bahan sembako kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan.</p>
P:	<p>Aie udah buka toko ini sejak kapan? Kira-kira mungkin bisa diceritain dikit permulaan adanya toko ini?</p>
N:	<p>Toko ini mulai dari tahun 2004 awalnya warung kecil saya belum beli rumah</p>

	<p>ini dulu masih di rumah sewaan di pas rumah seberang karena saya tinggal berdua sama anak saya aja jadi juga sekalian tinggal di atas toko.</p>
P:	<p>Pelanggan yang biasa datang itu seperti apa sih yang belanja sama aie adek? kira-kira latar belakang orang yang datang beli itu yang seperti apa?</p>
N:	<p>Pelanggan yang dtg itu biasanya orang-orang di sekitar sini – sini yang ibu-ibu rumah tangga, tukang becak, anak sekolahan yang sekitar sini untuk beli sembako kalau ngga beli snack kayak kerupuk atau badak, sprite gitu minuman-minuman ringan.</p>
P:	<p>Menurut Aie pelanggan aie kalau kayak dilihat dari etnis gitu yang datang belanja ke aie suku2 apa aja? Ada dari etnis-etnis asli indonesia ga? pelanggan-pelanggan aie adek punya selera yang beda2 gitu ga punya selera nya masing2 ga si?</p>
N:	<p>Oh macam-macam yang beli sama saya orang-orang yang tinggal di sekitar sini itu banyak yang chinese juga banyak orang batak juga ada juga tapi suku aku ga tanya banyak. Yang penting mereka mau beli apa ya ku layanin. Selera itu ya masing-masing palingan kalau orang chinese biasa ada makan lapciong gitu, hioko untuk masakan. Nah orang batak kan gaada pake makanan itu jadi ya buat orang yang beli sama aie kalau mereka ga tanya saya juga ga tawarin.</p>
P:	<p>Dari cara aie komunikasi atau interaksi dengan pelanggan yang etnis Tionghoa dengan etnis pribumi itu ada perbedaan ga? Atau aie merasa perlu</p>

	usaha tertentu yang lebih ekstra gitu kalau ngomong sama pelanggan dari salah satu etnis
N:	Aie biasanya kalau ngomong sama pelanggan yang bukan chinese ya pake bahasa indonesia tapi kalau sama yang chinese ngomong hokkian kayak biasanya. Usaha lebih pas ngomong sama pelanggan sih rasanya nggak. Planggan yang datang sini itu uda tau mau beli apa dan buat apa gitu.
P:	Kalau di toko aie ini ada waktu tertentu yang lebih rame orang yang datang beli itu dari kalangan etnis pribumi dibanding etnis Tionghoa atau sebaliknya?
N:	Yang adanya itu ya paling dekat-dekat menjelang natal kalau untukwarga sini-sini yang kebanyakan itu orang batak kristen beli sembako buat makan besar pesta. Kalau yang chinese yah dekat imlek
P:	Kalau misalnya sama pelanggan aie yang dari kalangan etnis pribumi pas ngomongnya itu ada pesan yang di khususkan gitu ga? kaya ada lebih menonjolkan tentang kualitas barang atau aspek lain barang yang dijual?
N:	Itu gaada sih semua sama aja paling kalau aku kasi tau mungkin ada bumbu yang lebih enak saya kasi tau supaya pelanggan puas juga.
P:	Menurut aie ada ga perbedaan kebiasaan belanja kira2 barang-barang apa yang beda kalau dibeli sama etnis pribumi dan etnis Tionghoa
N:	Kita-kita yang chinese kan ada beberapa barang yang memang masakan khas org kita gitu kaya lapchiong rumput laut yang buat dibikin sup atau pitan buat masak bubur kalau orang batak kan ngga biasa makan gitu kebanyakan masak pake andaliman ya itu bedanya itu karena masakan beda jadi barang

	yang dibeli juga beda.
P:	Waktu jualan ada pakai media khusus gitu ga ie kayak lewat <i>WhatsApp</i> gitu?
N:	Oh saya ga pande pake hape gitu pelanggan itu datang ke toko buat beli aja paling kalau yang uda kenal gitu tetangga sebelah telpon atau ada pake <i>WhatsApp</i> Cuma saya ga gitu ngerti. terus aku siapin dulu atau antar kalau dekat
P:	Aie sebagai penjual pernah merasa ada hambatan yang sekiranya bisa membuat salah paham atau yang mengganggu interaksi aie sama pelanggan dari etnis pribumi ini ga?
N:	Selama ya pasti ada paling salah paham dikit2 tapi sekarang udah jarang sih Cuma beda maksud sama pengertiannya kadang beda. Aie lebih pande bahasa hokkian daripada indo jadi kadang ada kata2 yang aie juga campur dikit-dikit. Tapi Kebanyakan warga sini juga uda paham bahasa hokkian diki-dikit jadi ya udah paham maksudku juga
P:	Aie ada prinsip tertentu ga waktu jualan? Misalnya etika yang aie anggap penting gitu waktu aie jualan ?
N:	Yang penting itu bikin pelanggan happy sama kita jualan yang jujur kayak timbangan di rekayasa gitu saya ga pernah dan selalu kasi barang sesuai sama janji. Otomatis pelanggan tetap percaya sama kita dan ga merasa kita tipu mereka
P:	Kalau dari prinsip-prinsip ini sendiri aie dapat dari mana?
N:	Memang saya sendiri dari dulu uda prinsipnya gini dari dulu udah ga pernah

	dan paling pantang tipu jualan atau tipu apapun dari ajaran buddha ada hukum karma saya juga tetap taatin
P:	Aie merasa perbedaan yang ga waktu ngomong sama pelanggan dari etnis pribumi selain dari perbedaan bahasa yang dipakai? Mungkin cara bersikap atau gimana?
N:	Selain dari pakai bahasa yang beda bedanya ga ada lagi.
P:	Dari cara aie untukbuat pembeli merasa nyaman dan mau beli lagi sama aie itu gimana
N:	Ramah sama pelanggan terus layanin sebaik-baiknya kasi harga juga jangan ngelunjak kasi yang masuk akal aja harganya sesuai sama pasar ga terlalu mahal kalau bisa ya miring dikit biar ga kalah saingan juga sama penjual lain. Orang tuh kadang lihat kita jualan kayaknya merasa kita dapat untungnya tinggi kali loh padahal nggak kan harga barang udah pada naik baru-baru ini.
P:	Kalau panggilan ke pembeli aie ada bedain ga antara pelanggan yang dari etnis Tionghoa sama dari pelanggan etnis lain?
N:	O ya pasti ada. kalau sama yang kenal santai panggil nama aja atau aci atau ako sama yang bukan chinese ya panggilannya bu, kakak atau bang supaya manatau nanti pelanggan merasa sakit hati atau gimana kan kita gak pernah tau.

Coding

No	Kata Kunci	Transkrip
----	------------	-----------

1.	<p>Asal pelanggan: Padang, Aceh, Sibolga</p> <p>Alasan Pembelian: Keperluan pribadi dan keperluan dijual kembali.</p>	<p>Pelanggan yang beli di kita latar belakangnya sih banyak macam ya mulai dari yang untuk keperluan furnitur pribadi sampai tukang-tukang jasa bikin furnitur. Pelanggan sih banyak yang dari dalam kota dan luar kota. Kalau luar kota ya banyak dari aceh dari padang juga ada kota-kota yang agak jauh gitu di sumut ini kayak asahan, sibolga gitu-gitu lah. Kalau dari luar pulau juga ada kebanyakan yang dari pulau jawa sih. (Cindy)</p> <p>Kalau untuk pelanggan macam-macam ada yang memang beli dikit-dikit untuk keperluan pake sendiri ada juga yang ambil grosir. Itu tuh biasanya yang punya usaha juga kayak warung atau toko sembako juga. (Linda)</p> <p>Kalau soal pelanggan beda-beda ya gaada khusus ke suku tertentu kira-kira ya orang-orang sini dan dari kota sekitar. Macam-macam ada yang padang, aceh, batak, india, cina juga ada macam-macam lah. (Linda)</p> <p>Yang dtg itu biasanya orang-orang di sekitar sini – sini yang ibu-ibu rumah tangga, tukang becak, anak sekolahan yang sekitar sini untuk beli sembako kalau ngga beli snack kayak kerupuk atau badak, sprite gitu minuman-minuman ringan. Oh macam-macam yang beli sama saya orang-orang yang tinggal di sekitar sini itu banyak yang chinese juga banyak orang batak juga ada juga tapi suku aku ga tanya banyak. Yang penting mereka mau beli apa ya ku layanin. Selera itu ya masing-masing palingan kalau orang chinese kan kurang suka beli minyak curah gitu biasanya mereka beli yang ada mereknya gitu bimoli, sania gitu-gitu sama kan orang cina itu biasa ada makan lapciong gitu, hioko untuk masakan. Nah orang batak kan gaada pake makanan itu jadi ya mereka ga beli. (Adek)</p>
2.	<p>Perbedaan preferensi barang: low maintenance, Minimalis, Mewah, berdasarkan brand</p> <p>Preferensi berdasarkan:</p>	<p>Perbedaan sih ga terlalu banyak ya kl yang ke sini ya pastinya mau beli bahan buat sofa atau busa gitu kl yang beda paling di selera gitu sih. Kalau sama orang cina gitu mereka lebih suka sama barang2 yang low maintenance dan gaada motif gitu atau yang minimalis gitulah kl ngomong soal</p>

	<p>Perbedaan selera dan kebiasaan khas.</p>	<p>corak dan segala macam. Nah beda sama mungkin orang batak, mereka lebih suka yang ada motif gitu bunga-bunga lah daun lah yang lebih mewah2 gitulah keliatannya, kalau orang yang dari aceh lebih suka yang warnanya cerah2 ky ijo atau kuning yang ngecas gitu. Jadi ya tergantung sama pelanggan yang kayak apa itu kita coba sesuain dan ngomongin sesuai sama budget mereka trus kasi rekomen yang kira-kira mereka suka sih kira2 gitu supaya mereka pun tertarik kan mau beli. Kl uda tau sifat pelanggan spt apa kan udah lebih gampang juga di kita dan udah lebih sreg lah yang beli sama kita pun mrk kl uda puas belanja sama kita mereka juga kemungkinan besar bakal balik lagi beli sama kita kan jadi pelanggan.(Cindy)</p> <p>Sebenarnya lebih ke kebutuhan orangnya cuma kalau untuk customer yang belanja untuk keperluan pribadi itu kalau yang cina itu memang uda ada beberapa merek yang preferensi nya sendiri jadi lebih nawarin mereka merek2 itu ky misalnya kecap gitu lebih suka yang merek bango atau cap angsa krn menurut mereka lebih harum gitu masakannya. Kalau untuk yang batak mereka kalau masak lebih banyak gitu biasanya untuk keluarga besar gitu jadi kalau mereka beli bahan itu sekalian yang banyak dan gak terlalu milih-milih dan biasanya krn belinya banyak maunya yang lebih murah jadi kalau yang gitu-gitu biasanya lebih banyak nawar2. Sama juga sih sama. (Linda)</p> <p>Kita-kita yang chinese kan ada beberapa barang yang memang masakan khas org kita gitu kaya lapchiong rumput laut yang buat dibikin sup atau pitan buat masak bubur kalau orang batak kan ngga biasa makan gitu kebanyakan masak pake andaliman ya itu bedanya itu karena masakan beda jadi barang yang dibeli juga beda. (Adek)</p>
3.	<p>Tidak Perlu effort khusus/lebih saat berkomunikasi</p> <p>Perbedaan bahasa: Hokkian dan Indonesia</p>	<p>Kalau khusus mungkin ngga ya cuma ya tau lah ya kl org cina di Medan ini kan kalau ngomong lebih suka pake hokkian gitu apalagi kalau sesama cina gitu ga mungkin juga bakal pakai bahasa indo full pasti campur2 hokkian atau full bahasa hokkian. Nah kalau sama yang bukan cina kan</p>

		<p>mereka juga ga bisa bahasa kita kan ya pake bahasa Indonesia. Eh tapi kadang itu kan ada juga ya yang bisa paham dikit2 bahasa hokian ini jadi kalau ngomong itu kadang nyampur kitanya kadang nomong hokkian dikit mereka paham tapi tetap balas ngomongnya pake bahasa indonesia atau pas nawarnya pake campur2 dikit bahasa hokkian kaya goceng ceban yang basic2 gitu lah. Nah kalau papa ku tuh kebetulan bisa bahasa aceh dikit2 kan jadi kalau ada pelanggan aceh nah ngomong kadang juga mereka pake bahasa aceh tapi dibalas papaku tuh pake bahasa indo.(Cindy)</p> <p>Kalau effort khusus gitu aku ga merasa sih ya sama aja lah namanya pelanggan itu kan mau dapat barang bagus terus harga bagus juga paling kalau bedanya ya kita sesuaikan kita itu ngomong sama siapa. Kalau sama sama2 cina gini tau lah kalau orng Medan gaada cina yang ga bisa hokkien kan dan pasti ngomong pakai bahasa hokkian tapi kalau sama suku lain ya pakai bahasa Indonesia. (Linda)</p> <p>Aie biasanya kalau ngomong sama pelanggan yang bukan chinese ya pake bahasa indonesia tapi kalau sama yang chinese ngomong hokkian kayak biasanya. Usaha lebih pas ngomong sama pelanggan sih rasanya nggak. Planggan yang datang sini itu uda tau mau beli apa dan buat apa gitu. (Adek)</p>
4.	Perbedaan demografi pelanggan: Hari besar, natal, idul fitri/puasa dan imlek	<p>Kalau itu sih paling di waktu2 dekat hari besar gitu ya kayak dekat2 idul fitri atau pas dekat natal. Kalau yang cina-cina itu ya lebih banyak pas dekat xincia. (Cindy)</p> <p>Waktu-waktu tertentu paling waktu dekat hari besar sih memang yang beli pasti beda-beda krn mereka perlu juga. Kaya kalau mau dekat idul fitri itu tuh banyak banget pelanggan yang dari aceh turun ke Medan untukbeli-beli dari Medan sendiri atau dari padang gitu. Kebetulan kalau kita penjual ini paling cuan nya ya pas puasa dekat idul fitri. Atau waktu dekat imlek yang beli nya ya orang cina. (Linda)</p>

		<p>Yang adanya itu ya paling dekat-dekat menjelang natal kalau untukwarga sini-sini yang kebanyakan itu orang batak kristen beli sembako buat makan besar pesta. Kalau yang chinese yah dekat imlek. (Adek)</p>
5.	<p>Penawaran jenis barang: berdasarkan kebutuhan pelanggan</p> <p>Penawaran jenis barang tidak berdasarkan perbedaan etnis</p>	<p>Kalau itu sih lebih lihat latar belakang mereka untuk penggunaan personal atau untuk dijual kembali ya kayak tukang furnitur gitu merka kan namanya usaha pasti mau dapat untung jadi kita lebih nawarin barang-barang yang kualitasnya masih oke tapi mungkin bukan grade yang premium nah kalau yang untuk perorangan itu biasanya ya kita kasi barang yang lebih premium yang lebih bagus lagi. Kalau barang yang kita jual itu gaada la yang jelek-jelek adanya yang bagus atau lebih bagus lagi gitu. Kalau dari pandangan latar belakang etnis gitu gaada sih lebih ke kebutuhan masing-masing gitu. Kecuali kalau ngomongin soal selera ya beda-beda. (Cindy)</p> <p>Ngaa ada sih, kalau itu ngga lihat dari etnisnya lebih ke kebutuhan masing-masing pembelinya gimana. Kalau untu yang beli buat di jual lagi itu ya kita tawarin barang yang kira2 bisa laku gitu. Kalau untuk pakai sendiri ke pelanggan yang kaya gitu-gitu ya tawarin barang yang lebih enak atau lebih bagus. (Linda)</p> <p>Oh macam-macam yang beli sama saya orang-orang yang tinggal di sekitar sini itu banyak yang chinese juga banyak orang batak juga ada juga tapi suku aku ga tanya banyak. Yang penting mereka mau beli apa ya ku layanin. Selera itu ya masing-masing palingan kalau orang chinese biasa ada makan lapciong gitu, hioko untuk masak. Nah orang batak kan gaada pake makanan itu jadi ya buat orang yang beli sama aie kalau mereka ga tanya saya juga ga tawarin. (Adek)</p>
6.	<p>Media penjualan: secara tatap muka atau melalui <i>WhatsApp</i>.</p>	<p>Kita banyakan sih langsung ya pelanggan datang terus kita layani kalau ada tawar menawar gitu ya langsung face to face tapi ada juga yang lewat WA apalagi buat pelanggan luar kota yang udah kenal kan ya ga bisa datang jauh jauh ke Medan biasanya gitu sih. (Cindy)</p>

		<p>Biasanya kebanyakan itu pembeli-pembeli yang lewat gitu langsung beli atau pelanggan yang udah kenal langsung datang ke toko aja sama ada lewat <i>WhatsApp</i> juga nanti mereka request barang terus kita kirim dan bayar pake transfer aja mau ke ovo atau bca bisa. Kalau untuk <i>E-commerce</i> belum ada kepikiran mau ke sana karena memang belum butuh dan kebanyakan kalau penjualan itu ya untuk org2 yang datang ke toko. (Linda)</p> <p>Oh saya ga pande pake hape gitu pelanggan itu datang ke toko buat beli aja paling kalau yang udah kenal gitu tetangga sebelah telpon atau ada pake <i>WhatsApp</i> Cuma saya ga gitu ngerti. terus aku siapin dulu atau antar kalau dekat. (Adek)</p>
7.	<p>Berjualan secara langsung di toko atau melalui <i>WhatsApp</i>.</p> <p>Tidak menggunakan menggunakan E Commerce</p>	<p>Iya, kalau skrg sih masih paling lewat WA, kita gaada pakai instagram atau ecommerce sih..... sebenarnya belum ya krn dari kita sendiri lagi rencana dan lagi dalam tahap untuk buat account di ecomm gitu.(Cindy)</p> <p>Biasanya kebanyakan itu pembeli-pembeli yang lewat gitu langsung beli atau pelanggan yang udah kenal langsung datang ke toko aja sama ada lewat <i>WhatsApp</i> juga nanti mereka request barang terus kita kirim dan bayar pake transfer aja mau ke ovo atau bca bisa. Kalau untuk <i>E-commerce</i> belum ada kepikiran mau ke sana karena memang belum butuh dan kebanyakan kalau penjualan itu ya untuk org2 yang datang ke toko. (Linda)</p> <p>Oh saya ga pande pake hape gitu pelanggan itu datang ke toko buat beli aja paling kalau yang udah kenal gitu tetangga sebelah telpon atau ada pake <i>WhatsApp</i> Cuma saya ga gitu ngerti. terus aku siapin dulu atau antar kalau dekat. (Adek)</p>
8.	<p>Hambatan: Perbedaan pengertian dan prasangka</p>	<p>Hambatan sih pasti ada tapi biasanya itu lebih ke perbedaan pengertian gitu atau salahpahaman aja sih dan ga khusus ke etnis pribumi aja lebih ke umum gitu. Banyak yang anggap kalau kita jual barang kok kayaknya lebih mahal dari toko sebelah ya mungkin karena memang ada anggapan kalau kita2 yang apalagi yang suku cina itu jual</p>

		barang cenderung mahal padahal sebenarnya mungkin barangnya itu kelihatannya sama tapi kualitasnya beda (Cindy)
9.	Hambatan: Perbedaan bahasa, perbedaan pengertian, Kesalahpahaman	<p>Sama pelanggan yang etnis pribumi sebenarnya hambatan yang khusus gitu ga terlalu gimana paling yang beda2 kata sikit dari pelanggan yang luar Medan kalau ketemu yang gitu2 gitu banyakan papaku yang handle karena dia jg uda lebih kebiasa krn kebetulan juga kurang lebih paham kyk bahasa aceh gitu2. (Cindy)</p> <p>Ada juga sih tapi ya jarang karena kadang ada juga pembeli yang dari luar kota seperti nias aceh kadang bahasanya agak laen. Tapi ya biasanya bisa juga diluruskan biasanya jelasin lagi aja ulang sampai paham. (Linda)</p> <p>Selama ya pasti ada paling salah paham dikit2 tapi sekarang udah jarang sih Cuma beda maksud sama pengertiannya kadang beda. Aie lebih pande bahasa hokkian daripada indo jadi kadang ada kata2 yang aie juga campur dikit-dikit. Tapi Kebanyakan warga sini juga uda paham bahasa hokkian diki-dikit jadi ya udah paham maksudku juga. (Adek)</p>
	Mengatasi Hambatan: menjelaskan ulang, dihandle anggota yang lebih paham	<p>Soal harga kita jelasin ke pembeli kenapa mungkin harganya kayak lebih mahal padahal sebetulnya kan tidak juga kearena kualitas material beda terus kalau ketemu yang bahasanya kurang paham sebenarnya kan jarang banget ya paling nanti minta papaku handle karena udah lebih biasa dan dia jg paham dikit bahasa daerah kan. Kadang beda daerah aja yang sesama cina juga susah dengar mereka ngomong mungkin karena beda intonasi apa gimana gitu ya biasa papa yang handle (Cindy)</p> <p>Biasanya ya dijelasin ulang atau minta anggota saya ini misalnya ibu ini ada yang dari aceh gitu ya bisa bahasa aceh mereka kan. Jdi minta dia yang jelaskan ke pelanggan atau ada beda-beda kata atau istilah gitu kl dia ada dengar ya inisiatif untuk koreksi. (Linda)</p>

10.	Prinsip: jujur, kepercayaan dan Menyenangkan pelanggan	<p>Kita itu jualan prinsipnya ya pastinya gamau rugi la tapi kalau untungnya tipis pun gapapa yang penting pelanggan senang dan penjualannya banyak daripada untung gede tapi yang kejual dikit dan pelanggan sampai merasa tertipu. Kita juga jualan harus jujur ya no tipu tipu pelanggan senang kita pun senang mereka juga bakal ingat kita terus dan bisa jadi langganan. (cindy)</p> <p>Kalau saya pribadi itu selalu pegang prinsip kalau jualan itu harus jaga kepercayaan dan kesetiaan ga tipu-tipu lah kayak kalau ada yang mau beli minyak 1 liter ya kasi 1 liter ga kurang-kurangnya harus jujur itu kalau jualan selain jaga kepercayaan pembeli juga memang dosa juga. (Linda)</p> <p>Yang penting itu bikin pelanggan happy sama kita jualan yang jujur kayak timbangan di rekayasa gitu saya ga pernah dan selalu kasi barang sesuai sama janji. Otomatis pelanggan tetap percaya sama kita dan ga merasa kita tipu mereka. (Adek)</p>
11.	Prinsip diperoleh dari: orang tua dan agama	<p>memang di ajarin sih dulu sama orangtua yang penting pelanggan tuh senang sama kita, untung agak tipis gapapa yang penting kejual banyak dan kepercayaan agama pribadi itu juga ada hukum karma jadi kalau kita sendiri juga gamau ditipu atau dikibulin ya kita juga jangan gituin orang lain. Kita juga jualan itu ya fair aja gitu sama semua sama yang penting jujur.(Cindy)</p> <p>Kalau aku memang diajarin dari dulu kan ama juga jualan memang dalam bisnis atau dalam hidup itu ya tetap harus jujur. Dari agama juga memang dosa kan melanggar kehendak Tuhan.(Linda)</p> <p>Memang saya sendiri dari dulu udah prinsipnya gini dari dulu udah ga pernah dan paling pantang tipu jualan atau tipu apapun dari ajaran buddha ada hukum karma saya juga tetap taatin. (adek)</p>
12.	Tidak ada perbedaan interaksi menonjol. Perbedaan interaksi:	Selain dari pakai bahasa indo bedanya ga ada lagi sih yang penting pinter-pinter kita tawarin barangnya aja supaya mereka tertarik beli. Tawar menawar juga sama2 aja gaada bedanya. Gak

	<p>penggunaan bahasa.</p>	<p>menyinggung perasaan dari pembeli kalau bisa di puji dikit tetap ramah supaya pembeli juga senang beli sama kita. (Cindy)</p> <p>Selain dari pakai bahasa yang beda bedanya ga ada lagi.(Adek)</p>
<p>13.</p>	<p>Sikap saat berjualan: Ramah dan sopan, memberikan panggilan yang tepat untuk pembeli</p>	<p>Kayak mungkin lebih ke punya mulut yang lebih manis gitu agak susah ya jelasinnya kalau pas ngomong jangan cemberut yang ramah agak banyak cakap sikit atau kalau misalnya ada ibu-ibu yang datang kita panggilnya kakak biar kesannya lebih muda gitu supaya mereka senang tetap sopan gitu kayak biasanya kita mau melayani pembeli (Cindy)</p> <p>Yang pertama ya tujuannya supaya sama2 ngerti. Ngga mungkin juga kan saya ngomong pake hokkien nanti mereka nya nga ngerti. Terus panggilan itu ya harus disesuaikan supaya tetap sopan kadang tub isa juga kan salah manggil apalagi sekarang pada pake masker susah juga nerka-nerka mereka juga pasti bilang misalnya saya bukan cina cik ya langsung di ganti jadi kakak atau ibu gitu biar pelanggan nya senang. (Linda)</p> <p>O ya pasti ada. kalau sama yang kenal santai panggil nama aja atau aci atau ako sama yang bukan chinese ya panggilannya bu, kakak atau bang supaya manatau nanti pelanggan merasa sakit hati atau gimana kan kita gak pernah tau. (Adek)</p>