

Pengaruh Teknologi Informasi pada Pedagang Tionghoa di Solo

Chandra Halim
STMIK Duta Bangsa Surakarta
chandra_halim@stmikdb.ac.id

ABSTRAK

Surakarta menjadi salah satu kota di Jawa Tengah yang demikian strategis. Selain dikenal sebagai kota pusat budaya Jawa, surakarta juga dikenal sebagai kota perdagangan. Banyak kegiatan-kegiatan perdagangan terjadi dikota ini, dari mulai pedagang tradisional sampai dengan pedagang modern. Berbagai etnis mendiami kota ini, mulai dari etnis Jawa, Arab, India, dan Tionghoa banyak yang tinggal dan bergelut dibidang perdagangan. Dari kacamata sosiologi, pedagang Tionghoa dibagi ke dalam dua kategori yaitu orang Tionghoa generasi tua berusia 45-70 tahun yang berprofesi sebagai pedagang tradisional dan generasi muda usia 20-44 tahun yang berkecimpung pada karier dan perdagangan modern atau online.

Pengaruh kemajuan Teknologi Informasi, sangatlah besar di kota Solo. Keberadaan sosial media sudah melekat dan eksis dalam kehidupan masyarakat Tionghoa Solo. Fungsi Media sosial selain sebagai alat komunikasi dan pendidikan, juga dapat digunakan sebagai sarana pendukung perdagangan. Kemajuan-kemajuan teknologi khususnya teknologi dibidang Informasi, komunikasi dan teknologi sangat mempengaruhi pola kehidupan dan perdagangan. Meskipun dimensi perkembangan teknologi informasi, sangat terbatas pada kehidupan sosial para pedagang Tionghoa tradisional. Kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem dagang kuno dan kemampuan yang sulit untuk mengolah penggunaan perangkat-perangkat teknologi menjadi dasar bagi orang-orang Tionghoa untuk menolak penggunaan teknologi informasi modern dalam bisnis yang digelutinya

Kata Kunci: Pedagang, Teknologi, Informasi, Tionghoa

A. PENDAHULUAN

Kota Surakarta atau yang biasa dikenal dengan kota Solo, merupakan salah satu kota yang masuk wilayah Jawa Tengah. Selain dikenal sebagai kota budaya Jawa, Solo diyakini juga sebagai kota dengan pendapatan daerah terbesar di Jawa Tengah, yang diperoleh dari sektor bisnis. Banyak orang-orang di Solo yang berprofesi sebagai pedagang, baik di pasar tradisional maupun pasar modern. Pedagang-pedagang yang ada di Solo, selain pedagang Jawa juga dikenal adanya pedagang-pedagang dari Arab, India dan Tionghoa. Ikon yang terkenal dan menghantarkan Solo sebagai kota Perdagangan, ditandai dengan adanya pasar tradisional seperti misalnya Pasar Klewer, Pasar Legi, dan Pasar Gede Solo, serta pasar modern dengan berdirinya Hyper Mall misalkan seperti Paragon dan The Park.

Dari kedua pasar yang terkenal tersebut, banyak pedagang-pedagang Tionghoa yang mencari peruntungan dengan bekerja sebagai pedagang. Di Klewer misalnya, tidak sedikit pedagang batik dan kain yang berasal dari orang Indonesia keturunan

Tionghoa. Demikian halnya dengan di Pasar Gede, yang notabene banyak menjual hasil bumi dari daerah-daerah sekitar wilayah Solo. Umumnya yang terdapat di kedua pasar tadi, merupakan mereka yang berasal dari kelompok pedagang tradisional. Pemahaman yang paling mendasar tentang pedagang tradisional adalah orang-orang yang berjualan barang-barang dengan cara kuno (lama), dalam tempat (pasar) yang terbilang masih minim dari fasilitas-fasilitas canggih seperti *eskalator* dan *lift*, dan biasanya hanya memiliki toko yang terletak di jalan strategis bukan toko online. Metode berdagang yang diterapkan oleh kelompok pedagang tradisional, umumnya dengan metode tatap muka antara pembeli dan penjual dan terjadi transaksi pembayaran langsung.

Hal tersebut berbeda sangat jauh dengan yang dilakukan oleh pedagang modern. Secara terminologi dan dilihat dari kaca mata sosiologis, ada dua pemahaman yang menarik tentang pedagang modern. Pertama, orang-orang yang berjualan barang secara langsung (tatap muka pembeli dan penjual) dan melakukan transaksi pembayaran langsung atau tidak langsung di suatu pasar yang terbilang maju dengan fasilitas pendukung yang canggih seperti lift, eskalator, dan bangunan yang serba mewah. Pemahaman yang kedua, pedagang modern adalah mereka yang berjualan barang secara tidak langsung dengan bantuan alat-alat komunikasi dan ditunjang dengan metode pembayaran secara elektronik atau bisa juga diartikan sebagai pedagang online.

Dalam pemahaman Baudrillard bahwa perdagangan modern terjadi di mall atau hyperstore dengan menggunakan sistem pembayaran paling modern yang biasa disebut “kartu kredit”, tanpa harus melalui cek, uang tunai, dan tanpa keresahan tanggal tua (Baudrillard, 2004). Sementara dalam karya George Ritzer berjudul “The Globalization of Nothing” (Ritzer, 2006), disebutkan secara tersirat bahwa perdagangan modern adalah terjadinya transaksi berbasis modern yang melibatkan alat-alat elektronik yang canggih seperti penggunaan ATM, kartu kredit, dan pembayaran online melalui computer. Sementara perdagangan modern di kota Solo ditunjukkan dengan berdirinya beberapa Hyper Mall yang memiliki bangunan megah dan diberikan fasilitas-fasilitas modern bagi pelanggannya, serta terjadinya kelangsungan bisnis secara online (E-Commerce) melalui media-media sosial yang ada.

Melihat realitas yang terjadi di kota Solo tersebut, bagaimana peranan IT dalam perdagangan di Solo khususnya berkaitan dengan pedagang Tionghoa dan pengaruh penggunaan IT dalam bisnisnya sehingga mampu berafiliasi dengan era globalisasi menjadi pedagang modern. Tulisan ini akan mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas dan mengulasnya dengan ilmiah. Secara sistematis, tulisan ini diawali dengan deskripsi pemahaman akan Tionghoa dan Perdagangan di Solo, yang kemudian dilanjutkan dengan deskripsi tentang pedagang Tionghoa tradisional dan modern, dan diakhiri dengan pengaruh-pengaruh globalisasi terhadap pedagang Tionghoa di kota Solo.

Metodologi yang dipakai dalam tulisan ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskripsi narasi yang didapat melalui berbagai wawancara terstruktur (*indepth interview*) dengan panduan pertanyaan wawancara dan kepustakaan. Adapun untuk narasumber yang terlibat dalam tulisan ini, menggunakan nama samaran sebagai bentuk menjaga kerahasiaan sesuai dengan

keinginan dari yang bersangkutan. Tujuan dan manfaat dari penelitian ini dimaksudkan untuk memahami kehidupan Tionghoa yang ada di kota Solo dan dinamika pekerjaan yang orang-orang Tionghoa lakukan; selain itu manfaat yang diperoleh bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan menambah pengetahuan yang dalam mengenai dinamika masyarakat Tionghoa di Solo dan pengaruh IT pada dunia profesi mereka.

B. TIONGHOA DAN PERDAGANGAN DI KOTA SOLO

Sejarah mencatat, bahwa pada jaman kolonialisme Belanda dikenal adanya etnis Tionghoa yang terdiri dari dua bagian, yaitu mereka yang disebut sebagai Tionghoa Totok atau dikenal dengan sebutan Singkek (Tamu Baru) dan Tionghoa Peranakan atau dikenal dengan sebutan Babah. Skinner mencatat, bahwa kedatangan para Imigran Tionghoa (Singkek) dari Dataran Tiongkok terdiri dari beberapa sub etnis diantaranya Hokkian, Hakka, Kwongfu, Hokjia, Henghua, Tiociu dan beberapa sub etnis yang lain (Skinner, 1979). Tetapi yang lebih dulu masuk dan berasimilasi dengan penduduk setempat adalah dari sub etnis Hokkian yang kemudian menghasilkan keturunan disebut sebagai Tionghoa Peranakan (Babah).

Pada awalnya, profesi pedagang banyak diisi oleh mereka yang berasal dari Tionghoa Totok atau dikenal dengan Singkek. Usaha yang mereka jalankan bervariasi sesuai dengan kelompok sub etnis mereka. Ong Eng Die dalam bukunya Mely G Tan menjelaskan bahwa banyak Tionghoa Totok yang bekerja sebagai pedagang kelontong, pedagang hasil bumi, pemberi kredit (Mindring), pedagang kain, hingga pedagang grosir dan eceran yang berkisar pada sistem tradisional (Tan, 1981).

Keberadaan Hokkian yang berafiliasi dengan penduduk setempat kemudian melahirkan mereka yang disebut peranakan atau dikenal sebagai Babah. Umumnya Tionghoa Babah lebih suka bekerja dalam perusahaan atau dunia pendidikan menjadi staff administrasi atau menjadi tenaga pengajar. Suku Hakka dulu dikenal sebagai pewaris usaha bidang onderdil motor dan mobil, toko mas, hingga pedagang kelontong. Berbeda dengan orang-orang Kwongfu yang dikenal sebagai pedagang mebel, fotografi dan usaha perkayuan. Sementara suku Henghua dikenal sebagai pedagang sepeda, mesin jahit dan suku cadangnya, serta pembuatan dan penyewaan becak. Untuk suku Hokjia sendiri, umumnya mereka justru eksis di bidang usaha hasil bumi dan tekstil. Hal ini berbeda dengan suku Tiociu yang lebih memahami dunia bisnis kuliner dan toko besi.

Seiring perkembangan jaman, penggolongan pekerjaan orang-orang Tionghoa sudah tidak lagi berdasarkan definisi kesukuan dan antara Babah atau Totok, tetapi berdasarkan periode generasi usia dan kemampuan mereka dalam menjalankan pekerjaan yang mereka tekuni dan peluang bisnis yang menjanjikan untuk mencukupi kebutuhan mereka sehari-hari. Banyak pedagang-pedagang yang ada di Solo, merupakan orang-orang Tionghoa Babah, karena mereka pada umumnya sudah lahir dari generasi keturunan ketiga, keempat, atau kelima dari leluhur mereka yang Totok. Seperti halnya pedagang Emas di seputaran Coyudan, pedagang kain di dalam pasar klewer, dan pedagang hasil bumi di dalam pasar Gede Harjonegoro dan pasar tradisional yang lain, serta adanya toko-toko yang dimiliki oleh para pedagang Tionghoa.

Kota solo yang merupakan salah satu kota di Jawa Tengah dikenal sebagai kota pariwisata budaya. Selain pariwisata, sektor perdagangan menjadi salah satu penyumbang devisa bagi kota Solo. Maka tidaklah heran jika banyak titik tempat terdapat pertokoan dan banyak penduduk yang memilih berprofesi menjadi pedagang daripada karier di perusahaan-perusahaan besar. Perdagangan dikota Solo pada kurun waktu sekarang ini, banyak diisi oleh pedagang-pedagang dari berbagai golongan termasuk diantaranya pedagang Tionghoa. Trend menjadi pedagang, bukan saja dilakukan oleh pedagang dari usia tua tetapi juga generasi muda. Para anak-anak muda ini pada umumnya selalu mengistilahkan perdagangan dengan sebutan bisnis sedangkan bagi orangtua mereka disebut berdagang.

Kelompok sosial pedagang-pedagang dikota Solo, banyak diisi oleh masyarakat yang berasal dari keturunan Tionghoa, India, Arab, dan Jawa. Dari mereka yang berjualan hasil bumi, kelontong, sampai dengan mereka yang berjualan kain dan pakaian. Pedagang India banyak bergelut dibidang pakaian dan kain, pedagang Arab banyak bergelut dengan fashion muslim dan pernak pernik bercorak Islami, pedagang jawa eksis dibidang bahan pangan, kelontong dan hasil bumi, sementara para pedagang Tionghoa bergelut dibidang hasil bumi, fashion, pakaian, perhiasan, dan kelontong. Umumnya lokasi-lokasi strategis dan memadai seperti Pasar Gede, Pasar Legi, dan wilayah seputaran Ketandan, Coyudan, serta singosaren yang menjadi lokasi terjadinya transaksi perdagangan di Solo.

Pada jaman modern atau disebut sebagai era globalisasi ini, deskripsi dan pembagian pedagang Tionghoa tidak lagi berkisar pada corak kesukuan mereka, tetapi pada pembagian mengenai kelompok generasi atau usia. Para pedagang Tionghoa generasi tua atau berkisar antara usia diatas 50 tahun, cenderung berdagang dengan cara tradisional. Perdagangan terjadi pada level transaksi langsung dan tunai, tanpa menggunakan perantara alat-alat elektronik dan atau komunikasi yang modern. Sedangkan bagi kelompok pedagang Tionghoa generasi muda, masih ada juga yang melakukan perdagangan dengan sistem tradisional tetapi banyak pula yang berdagang dengan sistem modern yang melibatkan alat-alat elektronik dan sistem informasi yang canggih.

Tak jarang bagi pedagang Tionghoa muda, memiliki dua toko yang terdiri dari toko konvensional dan toko online. Memang definisi antara toko konvensional dan online tidaklah begitu jelas, tetapi dari kacamata sosiologi diartikan bahwa toko konvensional merupakan toko yang menetap pada satu tempat dan terjadi transaksi dalam skala tertentu dengan pembayaran langsung tanpa melibatkan teknologi informatika, sedangkan pada toko online terjadinya transaksi dalam skala tertentu dengan pembayaran tidak langsung (transfer atau kartu kredit), dan melibatkan jaringan-jaringan teknologi informatika yang modern seperti email, website, dan komunikasi modern semacam sosial media yang ada (Baudrillard, 2004).

C. PEDAGANG TIONGHOA TRADISIONAL DAN MODERN

Pedagang-pedagang Tionghoa golongan tua (selanjutnya disebut Pedagang Tionghoa tua) yang ada di Solo lebih memilih tetap bertahan dengan cara-cara berdagang tradisional. Disamping akibat faktor usia yang tidak memadai, juga faktor pendidikan dan faktor kebiasaan mereka yang menjadi kenyamanan tersendiri. Salah

satu narasumber, sebut saja Witono (69 tahun)¹, yang berprofesi sebagai pedagang kelontong, bercerita pengalaman bahwa kegiatan perdagangan yang dia lakukan sudah sejak usia belasan tahun.

Sebagai pedagang kelontong, Witono menyediakan peralatan-peralatan rumah tangga seperti kompor, ember, wajan, panci, dan lain-lain. Usaha ini sudah dia geluti dari usianya masih berkisar 18 tahun. Pada awalnya dia merupakan pegawai dalam suatu toko kelontong milik sesama Tionghoa dari suku Hakka (Khe), kemudian karena modal dirasa cukup dan dia sudah menikah, maka dia memutuskan untuk mandiri membuka usaha sendiri walaupun saat-saat awal dia masih *kulakan* (belanja) pada mantan bosnya tersebut.

Dalam wawancara yang dilakukan penulis dengan Witono dikediamannya, diceritakan bahwa dia mendapatkan ilmu berdagang dari majikan yang dia pernah ikuti. Pengalaman yang didapat semasa dia bekerja menjadi pegawai, membuatnya mampu untuk memiliki usaha sendiri yang dirasa bisa mencukupi kebutuhan hidupnya dan keluarga yang dia miliki. Dengan pengalamannya berdagang yang sudah sangat lama, membuat Witono mampu merekrut dua orang pegawai yang membantunya dalam berjualan kelontong. Aktivitas tokonya dimulai pada jam 10 pagi dan ditutup pada jam 4 sore hari (wawancara, 23 agustus 2015).

Witono memang bukan seorang yang berpendidikan tinggi, tetapi karena pengalaman semasa mudanya dan belajar dari majikannya dahulu, dia bisa mengoperasikan Sempoa untuk berhitung harga dengan cepat. Tiap pagi sebelum berjualan, dia menyempatkan diri sejenak untuk bersembahyang kepada Langit (Thian) memohon *Ping An dan Popi*², sementara di hari minggu dia pakai untuk fokus pergi ke Klenteng dan libur dari aktivitas pekerjaannya. Dari hasil pemasukan toko yang dia kelola, Witono bisa menyekolahkan anak-anaknya sampai kejenjang dokter dan insinyur, meskipun ada beberapa anaknya yang hanya lulus sekolah menengah atas. Dalam pembicaraan dikediamannya, Witono bercerita bahwa:

“saya bukanlah orang yang berpendidikan tinggi, pada waktu kecil saya bersekolah di sekolah Tionghoa tetapi hanya sampai kelas dua, setara dengan kelas dua sekolah dasar di jaman sekarang. Kemudian saya bekerja membantu mama berjualan gorengan, sementara papa bekerja sebagai *kuli* dipasar. Ketika usia 15 tahun saya bekerja ditoko kepunyaan kenalan papa, yang juga berasal dari suku Khe. Setelah menikah, saya membuka usaha kecil-kecilan. Pada waktu itu keadaan memang susah, tetapi karena tuntutan keluarga, apalagi istri saya mau melahirkan, maka dibutuhkan biaya besar. Saya tidak memahami cara menggunakan handphone mahal, yang saya bisa hanya menerima telpon dan menelpon saja, itupun juga diajari oleh anak dan cucu saya. Berkaitan dengan teknologi, yang saya ketahui hanya kalkulator dan handphone saja, itupun dengan penggunaan yang terbatas. Saya jarang

1 Demi menjaga kerahasiaan narasumber dan kode etik dalam penelitian, maka nama-nama yang disebut dalam penelitian ini bukanlah nama yang sebenarnya tetapi nama samaran.

2 Orang-orang Tionghoa khususnya generasi tua, masih memegang teguh ajaran-ajaran leluhur mereka. Umumnya mereka bersembahyang ke Klenteng atau ada juga yang memiliki altar sembahyang pribadi di rumah. Meskipun ada banyak dewa dan dewi yang mereka hormati, tujuan awal dan akhir dari sembahyang mereka tidak lain kepada Tuhan (Thian) yang digambarkan sebagai penguasa langit. Umumnya mereka memohon kesehatan, usia panjang, kelancaran rejeki dan keselamatan. Untuk istilah Ping An diartikan sebagai selamat, dan Popi diartikan sebagai memperoleh rejeki, kesehatan dan kelancaran. (wawancara, 23 agustus 2015)

memakai kalkulator, biasanya menggunakan sempoa atau *diawang*. Oleh karenanya kalau anda bertanya mengenai tablet, email, facebook, tokopedia dan yang lain-lain, maka saya tidak memahaminya. Saya dikatakan kuno atau ketinggalan jaman tidaklah masalah, yang penting bagi saya adalah gampang menggunakannya dan bisa dipakai untuk bekerja.” (wawancara, 23 agustus 2015)

Bagi Witono, penggunaan media sosial dan kemajuan teknologi informatika tidak mempengaruhi pola kinerjanya dalam perdagangan. Kebiasaan yang dia lakukan keseharian dalam bekerja dan kemudahan yang dia dapatkan, membuatnya merasa nyaman dan cepat dalam membantu usahanya berdagang. Ambisi Witono untuk menjadi pedagang yang sukses bukanlah dihitung atau dilihat dari segi penggunaan teknologi yang modern, tetapi diukur dari nilai nominal yang dia dapat dan mampu untuk mencukupi kebutuhan hidup dia dan keluarganya dalam sehari-hari.

Kisah tentang Witono tersebut sedikit berbeda dengan Mei Ling (55 tahun). Dalam kehidupan sehari-hari, Mei dan suami adalah pedagang mur baut. Usaha ini sudah dia geluti sejak tahun 1983, dan merupakan warisan dari orangtuanya. Awalnya toko ini merupakan usaha yang dikelola oleh ayahnya sejak puluhan tahun silam, sepeninggal ayahnya maka usaha tersebut diwariskan ke dia dan suaminya. Mei Ling merupakan pedagang tionghoa generasi tua, meskipun dari segi usia belum sangat tua. Pola perdagangan yang dia terapkan dalam usahanya dengan metode sistem pembukuan tradisional, penggunaan tenaga pegawai, sistem jual-beli langsung, dan dengan pembayaran tunai.

Pembayaran dengan sistem gesek (kartu kredit dan debit) atau E-Banking memang tidak dia layani. Kemajuan informasi teknologi memang mempengaruhi pola hidup dia dan keluarganya, tetapi penggunaannya bukan untuk dunia perdagangan yang dia geluti. Berikut wawancara dengan Mei Ling:

“saya itu mengenal dunia perdagangan sejak saya remaja, sewaktu sekolah di SMP saya disuruh membantu papa menjaga toko. Didalam keluarga saya, bekerja itu harus dan pantang bermalas-malasan. Ketika umur 21 tahun, saya menikah dengan om, dan kami bekerja membantu di toko kepunyaan papa. Dulu sistemnya papa membayar kami seperti pegawai lainnya, tetapi memang kepercayaan diberikan penuh dibandingkan pegawainya yang lain. Baru setelah papa meninggal, kalau tidak salah sekitar 1983, yakni tiga bulan setelah saya melahirkan si anita (nama samaran), toko kepunyaan papa dikelola oleh kami berdua. Saya tidak pernah mengikuti kemajuan teknologi, terlalu *ribet*, karena mengurus toko saja sudah capek. Paling sering hanya menelpon dan sms yang saya tau. Paling baru juga hanya memakai Black Berry (BB), itupun saya suruh urus anak saya.. BB saya pakai karena untuk memudahkan saya memantau, mengontrol dan komunikasi dengan anak-anak saya. Ditoko yang saya kelola, sistemnya masih model lama, pembukuan pun masih saya tulis di buku bergaris. Kecuali memang disaat saya harus setor uang ke Bank dan memiliki ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang saya dapatkan dari bank tersebut. Belanja ke mall saja, saya sering membawa uang tunai dibandingkan dengan kartu kredit atau debit. Walaupun menurut pihak Bank, kartu ATM yang saya miliki bisa dipakai untuk belanja di mall.” (wawancara, 6 september 2015)

Witono dan Mei Ling yang mewakili pedagang golongan Tionghoa usia tua, merupakan contoh pribadi yang memang memiliki jiwa pedagang. Meskipun dapat

dikatakan sebagai pedagang tradisional, tetapi kemajuan teknologi secara tidak langsung mempengaruhi pola hidup mereka. Perkembangan informasi teknologi yang demikian pesat, tidak serta merta membawa perubahan bagi pekerjaan yang mereka geluti. Tetap bertahan dengan sistem perdagangan yang kuno alias tradisional, menjadi pilihan bagi mereka untuk mempertahankan kelangsungan bisnis yang mereka kelola.

Dua kasus yang disebutkan diatas, berbeda jauh dengan yang terjadi dikalangan muda Tionghoa. Generasi muda dari komunitas Tionghoa, justru lebih tajam dan pandai dalam mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi di era Globalisasi ini. Beberapa literatur memang menyebutkan bahwa orang-orang Tionghoa piawai dan fasih di dunia perdagangan, dan hal itu tidaklah salah. Pada kenyataannya, orang-orang Tionghoa dan keturunannya merupakan sosok yang memang berbakat menjadi pedagang.

Dalam wawancara penulis dengan seorang perempuan Tionghoa sebut saja bernama Anita (32 tahun) dan Stevi (28 tahun), keduanya merupakan nama samaran, dapat dikatakan bahwa mereka mulai fokus pada bisnis online sejak usia muda. Kebanyakan dari generasi muda Tionghoa, meskipun mereka sudah mengenyam pendidikan dalam skala yang dikatakan cukup tinggi, tetapi ilmu berdagang yang ada pada leluhur mereka juga diturunkan secara tidak langsung kepada mereka. Bagi mereka memang berdagang bukanlah hal yang asing, disamping berorientasi pada hasil yang berlimpah berdagang juga memiliki kenyamanan tersendiri dibandingkan bekerja ikut orang.

Sebagai contoh Stevi misalnya, dia merasa kenyamanan tersendiri dalam bekerja menjadi pedagang dibandingkan ikut dalam perusahaan-perusahaan tertentu. Bagi Stevi memang bekerja pada sistem online dirasa jauh lebih mudah dibandingkan sistem konvensional. Dalam wawancara melalui media Whatsapp, didapatkan suatu gambaran yang berbeda antara Tionghoa generasi tua dan generasi muda. Berikut wawancara dengan Stevi:

“saya berdagang online diawali pada usia sekitar 20 tahun. Awalnya hanya untuk mengisi waktu luang ketika kuliah semester 2, itupun untuk pertama kali yang saya jual online adalah baju dan spre, orderan dari Jakarta dan Surabaya. Sementara spre saya order dari kakak saya sendiri. Untuk spre memang tidak bertahan lama ya, hanya sebulan, karena maklumlah koneksi saya hanya sesama anak kuliah dan harganya saat itu berkisar seratus ribu, jadi jarang peminatnya. Saya juga pernah jualan online kosmetik, dan makan-makanan khas setiap daerah. Bisnis online yang saya jalani kira-kira berkisar dari semester 2 sampai semester 4, setelah itu saya stop dan fokus pada kuliah sampai lulus sekitar tahun 2010. Kemudian saya mengambil profesi apoteker dan magang disalah satu apotek di Yogyakarta sekitar tiga bulan. Baru pada tahun 2011 setelah lulus saya bekerja disolo, sambil nyambi jualan online. Koneksi saya ketika bekerja kan jauh lebih banyak dibanding waktu kuliah. Yang saya jual berkisar spre warna warni. 2014 saya menikah kemudian resign dari perusahaan dimana saya bekerja. Target saya memang bekerja ikut perusahaan hanya tiga tahun saja. Saya tidak suka bekerja ikut perusahaan, bekerja disitu hanya untuk mencari pengalaman saja dan menambah relasi.... saat ini saya berjualan spre, selimut bulu, dan HP serta aksesorisnya secara online. Memang untuk HP, suami saya juga memiliki toko HP, jadi sekalian saya bantu-bantu suami... pada awalnya

saya berjualan online melalui Blackberry grup, Whatsapp (WA) grup, kemudian mencoba berjualan melalui OLX, jejualan, buka lapak, tokopedia, instagram, twitter, dan Facebook (FB)... di toko suami yang menyediakan HP, ada penjualan retail biasa dan online, saya fokus dibagian online dengan pegawai-pegawai yang sudah saya training. Sekarang jualan online saya hanya pada tokopedia dan olx, sedangkan sprei saya upload di instagram, facebook, dan twitter.” (wawancara, 4 oktober 2015)

Berdagang online menjadi wajah tersendiri bagi orang-orang Tionghoa generasi muda. Kemudahan yang mereka dapatkan dari kemajuan-kemajuan IT sangat berpengaruh dalam dunia kerja. Regulasi yang diterapkan oleh pemerintah, juga tidak sesulit yang terjadi pada bisnis konvensional. Berdagang online dalam skala kecil, tidak memerlukan SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), dan HO (Hinder Ordonantie/ Surat Ijin Gangguan Usaha).

Pengalaman yang didapat dari kebanyakan orang muda Tionghoa, berjualan online mempermudah ruang gerak mereka dan tidak terbatas pada waktu. Dari penuturan Anita (32 tahun), disebutkan bahwa dia berjualan online hanya melalui Tokopedia. Pada *online shop* yang satu itu, dia merasakan jaminan keamanan bagi penjual dan pembelinya secara online. Anita menuturkan bahwa meskipun orangtuanya berdagang sudah sangat lama, tetapi pola yang mereka pakai tidak mempengaruhi kinerja dan sistem yang diterapkan olehnya. Meskipun pengaruh *spirit* “jiwa berdagang” memang diturunkan secara tidak langsung oleh orangtuanya.

Keberadaan HP, Tablet, dan E-banking dirasa cukup membantu dalam bekerja secara online. Anita mengawali bisnis onlinenya sejak 2012 lalu, dan itupun dia lakukan dengan menjalin *Kongsi/ Kuangsi* (Kerjasama) dengan salah satu sahabatnya di Jakarta. Berikut pembicaraan dengan Anita:

“saya berdagang online sudah dari 2012, itupun kongsi dengan teman dari Jakarta, dan masih memiliki hubungan sebagai saudara. Berdagang online lebih mudah daripada berdagang tradisional, selain itu bisa lebih fleksibel untuk waktunya. Awalnya saya buka lapak di Facebook, dan membuat blogspot, tetapi tidak begitu laku. Akhirnya saat muncul tokopedia, saya mulai memasarkan barang di situs tersebut. Tokopedia itu seperti yang menjembatani antara seller dan buyer. Disitu saya harus membuka satu rekening bersama untuk menampung dana, jadi kalau ada barang yang laku atau order barang maka uangnya diambilkan dari rekening itu. Ya memang agak *ribet*, tapi sejauh ini juga aman-aman saja dan praktis. Kemudian uang yang masuk ke tokopedia itu ditransfer ke rekening kita. Jadi hal itu meminimalisir penipuan.” (wawancara 6 september 2015)

Masih dalam pembicaraan dengan Anita, didapatkan data bahwa berjualan online memiliki nilai kepraktisan tersendiri dan meminimalisir adanya pembengkakan anggaran pengeluaran. Biaya untuk sewa atau beli tempat dan membayar pegawai juga bisa di hindari kecuali jika penjualan tersebut dalam skala besar dan butuh banyak pegawai. Hal yang dkuatirkan dalam perdagangan online, adalah adanya bahaya pembobolan nominal dalam rekening yang sering menggunakan sistem transaksi E-Banking. Diakui oleh Anita, bahwa dia sering merasa was-was dengan banyaknya penipuan dan pencurian uang melalui situs perbankan online.

Anita yang merupakan seorang lulusan cumlaude tehnik informatika dari universitas ternama di Yogyakarta ini memiliki kiat tersendiri dalam mengantisipasi

hal-hal negatif dalam perdagangan online yang dia jalankan. Dari mulai memasarkan barang dagangannya pada situs-situs terpercaya seperti misalkan Tokopedia, kemudian pembelian software yang resmi meski dengan harga mahal, sampai dengan rutinitasnya dalam mengupdate software tersebut dan menginstall antivirus yang resmi. Selain itu, Anita juga kerap melakukan pengecekan mutasi pada bank-bank yang dia ikuti, baik melalui mesin ATM maupun langsung melalui kantor bank yang bersangkutan.

Antara pedagang Tionghoa tradisional dan modern tidak ada batasan yang jelas terlihat, hanya perbedaan kecil terkait adanya pengaruh kemajuan IT dalam penggunaan sistem perdagangan yang mereka kelola. Bagi Tionghoa klas pedagang tradisional, lebih banyak menggunakan kemajuan IT sebagai sarana penunjang komunikasi dan kehidupan sosial lainnya bukan untuk kemajuan bisnis mereka; sementara pedagang Tionghoa klas modern justru menganggap bahwa kemajuan IT menjadi salah satu pendukung utama dalam kehidupan mereka dari mulai kehidupan sosial hingga kehidupan bisnis mereka.

Anita dan Stevie merupakan sosok generasi muda Tionghoa yang berbeda latar belakang pendidikannya. Memang dalam perjalanan hidupnya, Anita sudah lebih banyak mengenyam kemajuan teknologi dan sistematisasi yang ada didalamnya. Hal tersebut terlihat adanya penggunaan handphone dan blackberry sejak usia dia remaja, ditambah pula dengan pendidikan dia di bidang Informatika dan Teknologi yang membuatnya semakin mencintai dunia “kebudayaan virtual riil”³. Fungsi dan kendali dari teknologi informasi ini sudah dia kuasai ketika dia masih muda, ditambah dengan pengalaman berdagang dari orangtuanya membuatnya dikenal sebagai sosok pedagang modern.

Demikian halnya dengan Stevie, meskipun dia berasal dari latar belakang pendidikan seorang farmakolog tetapi eksistensi teknologi dan media sosial tidak lepas dari kehidupannya. Belajar dari banyak teman, secara otodidak dari beberapa literatur dan dari website yang mengajarkan bagaimana penggunaan teknologi modern; membuat Stevie muncul sebagai seorang tecno farmakolog. Kecintaan dan semangat belajar yang tinggi, membuatnya tidaklah sulit didalam mengikuti kemajuan teknologi seperti penggunaan Gadget canggih dan media komunikasi online. Hal itu jugalah yang mengantarkan dia menjadi seorang pedagang modern yang memiliki wawasan luas dan jiwa berdagang yang sama dengan para pedagang tradisional.

D. REFLEKSI

Perdagangan tradisional pada dasarnya merupakan dasar atau basic dari munculnya perdagangan online yang biasa disebut perdagangan modern. Sistem yang hampir sama dalam perdagangan tradisional juga dilakukan dalam perdagangan modern, meskipun pada penggunaan alat pendukung sistem tersebut yang

3 Meminjam pemikiran Manuel Castells, bahwa kebudayaan virtual riil adalah satu sistem dimana realitas eksistensi individu sepenuhnya tercakup, sepenuhnya masuk ke dalam suatu setting citra maya, di dunia fantasi, yang di dalamnya tampilan tidak hanya ada di layar tempat dikomunikasikannya pengalaman, namun mereka menjadi pengalaman itu sendiri. **Lih. Ritzer, George., 2004, Teori Sosiologi-dari teori sosiologi klasik sampai perkembangan mutakhir teori sosial post modern, Yogyakarta: Kreasi Wacana. Hal 632.**

membedakannya. Lebih-lebih di masa yang disebut Globalisasi ini, perdagangan harus mampu mengimbangi lajunya arus jaman tersebut. Pengaruh yang sangat signifikan dari lahirnya teknologi dan perkembangan teknologi, membuat pergeseran nilai yang terjadi dalam suatu perdagangan.

Globalisasi merupakan sebuah ruang waktu yang tidak memiliki batasan-batasan tertentu. Bagi Antony Giddens, munculnya globalisasi berarti melahirkan masyarakat kosmopolitan global yang berseberangan dengan tradisionalisme. Dalam realitasnya, sangat jelas terlihat bahwa globalisasi merupakan masa yang didominasi oleh media, komputer, proses informasi, hiburan, industri pengetahuan dan masih banyak lagi yang lainnya. Oleh karena itu pada fase ini ruang model produksi menjadi lebih sedikit dibandingkan dengan ruang konsumsi (Ritzer, 2004).

Fase ruang konsumsi melahirkan keberadaan IT dalam dunia perekonomian, yang kemudian membawa suatu dampak perubahan sangat nyata. Kerja pada dasarnya tidak terbatas pada satu tempat tertentu tetapi bisa bergerak kemanapun dan dalam waktu kapanpun terjadi. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan IT dan perangkat-perangkatnya, menciptakan nilai-nilai positif tersendiri bagi para pedagang khususnya pedagang Tionghoa di kota Solo. Masyarakat sudah tidak lagi memikirkan bagaimana barang diproduksi dan kemana bisa membelinya, tetapi cukup dengan sentuhan elektronik mampu mendapatkan barang yang diinginkannya melalui prosedur yang diatur di dalamnya.

Nilai-nilai praktis, efisiensi waktu, cost dan efisiensi tenaga yang ditawarkan oleh kemajuan IT, membuat banyak pedagang modern yang sedikit demi sedikit meninggalkan pola perdagangan yang kuno. Mereka tidak perlu lagi memikirkan mencari lahan untuk berdagang, dan mencari waktu untuk berjualan; melainkan hanya membutuhkan perangkat-perangkat penunjang yang bisa membuat mereka semakin nyaman dalam berdagang. Lebih-lebih ditunjang dengan perilaku sosial yang sangat melekat dengan alat-alat elektronik hasil sentuhan dari kemajuan IT, sehingga membuat mereka merasa sudah terbiasa dan tidak asing lagi dalam mengoperasikan perangkat-perangkat tersebut.

Dari uraian deskripsi yang dipaparkan oleh para narasumber dibagian sebelumnya, nampak jelas sangat terlihat bahwa kemajuan-kemajuan teknologi khususnya teknologi dibidang Informasi, komunikasi dan teknologi sangat mempengaruhi pola kehidupan dan perdagangan orang-orang Tionghoa. Meskipun dimensi perkembangan IT, sangat terbatas hanya pada kehidupan sosial para pedagang Tionghoa tradisional. Kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem dagang kuno dan kemampuan yang sulit untuk mengolah penggunaan perangkat-perangkat teknologi menjadi dasar bagi mereka untuk menolak penggunaan IT modern dalam bisnis yang dibangunnya.

Hal tersebut tentunya sangat berbeda dengan para pedagang Tionghoa generasi muda, yang mendapatkan pengaruh dari perkembangan yang terjadi dalam dunia IT. Bagi mereka, produk kemajuan IT seperti HP, computer, tablet, E-commerce, E-Banking sangat bermanfaat dan membantu mereka untuk eksis dalam kehidupan nyata. Bukan sebatas pada alat untuk menaikkan pamor sosial mereka, tetapi juga mampu menjadi pendukung dalam perdagangan modern yang mereka jalani. Kemajuan IT menjadi nilai tersendiri bagi kehidupan sosial mereka dan sekaligus

dipergunakan sebagai senjata baru bagi strategi bisnis yang mereka tawarkan pada masyarakat global di Solo.

DAFTAR PUSTAKA

Baudrillard, Jean., 2004, Masyarakat Konsumsi, Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Denzin, K. Norman., 2009, Handbook of Qualitatif Research, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Giddens, Anthony., 1986, Kapitalisme dan teori sosial modern - Suatu analisis karya tulis Marx, Durkheim, dan Max Weber, Jakarta: UI Press.

George, Ritzer., 2006, The Globalization of Nothing, Yogyakarta: Penerbit Universitas Atmajaya Yogyakarta.

-----, 2008, Teori Sosiologi - dari teori sosiologi klasik sampai perkembangan mutakhir teori sosial modern, Yogyakarta: Kreasi wacana.

Tan Mely G, ed., 1981, Cetakan kedua, Golongan Etnis Tionghoa di Indonesia - Suatu masalah pembinaan kesatuan bangsa, Jakarta: Gramedia.

-----, 2008, Etnis Tionghoa di Indonesia - kumpulan tulisan, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Narasumber :

Pak Witono, 69 tahun, Surakarta

Bu Mei Ling, 55 tahun, Surakarta

Anita, 32 tahun, Surakarta

Stevi, 28 tahun, Surakarta