

PENERAPAN DUA BELAS PRINSIP FALSAFAH BISNIS FAN LI TERHADAP BISNIS RESTORAN *CHINESE FOOD* PENGELOLA ORANG TIONGKOK DAN ORANG TIONGHOA DI SURABAYA

在泗水从事中餐饮业的中国人及印尼华裔对范蠡十二原则经商理念的应用

**Annabelle Nyotosantoso
Leo Irwan Sugianto, BBA & Kuo, Chun – I, M.A.**

Program Studi Sastra Tionghoa Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: yang_annabelle@yahoo.com, lay_liu_min@yahoo.com dan
wondersnowsnowwater@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemahaman serta penerapan falsafah bisnis Fan Li terhadap bisnis restoran *Chinese Food* pengelola orang Tionghoa dan keturunan Tionghoa di Surabaya, serta mengetahui persamaan dan perbedaan yang timbul dalam pengaplikasiannya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat, baik orang Tionghoa dan keturunan Tionghoa pada dasarnya menerapkan falsafah Fan Li dalam mengelola usaha bisnisnya. Namun, di dalam pengaplikasiannya, terdapat sedikit perbedaan antara pemikiran orang Tionghoa dan keturunan Tionghoa.

Kata kunci : 12 Prinsip Falsafah Bisnis Fan Li, Bisnis, Pengelola Orang Tionghoa, Pengelola Keturunan Tionghoa.

摘要

这项研究是为了了解在泗水从事中餐饮业的中国人及印尼华裔对范蠡十二原则经商理念的应用及异同。本论文采用定性研究中的描述方式，对象是在泗水从事中餐餐饮业的中国人及印尼华裔。研究结果显示，受访者基本上都运用范蠡的经商理念管理他们的业务。然而，在实际应用时，中国人与印尼华裔有些不同的看法。

关键词 : 范蠡十二原则经商理念、商业、中国人、印尼华裔。

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini, kita dapat melihat perkembangan berbagai perusahaan, khususnya restoran-restoran yang kerap bermunculan di tengah kehidupan sosial bermasyarakat. Hal ini menandakan bahwa persaingan bisnis di era saat ini sangatlah ketat. Dengan adanya jumlah pesaing yang semakin meningkat, maka secara langsung maupun tak langsung, para wirausahawan atau pebisnis didesak untuk meningkatkan dan mengembangkan pula pola pemikiran masing-masing individu dalam kompetisi bisnis di era modern ini. Dalam suatu perusahaan, tentulah sistem yang diterapkan dalam perusahaan yang bersangkutan, baik ditinjau dari sudut relasi wirausahawan dengan seluruh anggota perusahaan lain, maupun konsumen dengan anggota perusahaan dan atau wirausahawan pribadi, sangatlah berperan penting dalam grafik perkembangan suatu perusahaan. Tidak hanya itu, baik disadari ataupun tidak disadari, ada prinsip-prinsip bisnis tertentu yang melandasi pola pemikiran wirausahawan dalam proses operasi perusahaan.

Banyak orang yang berpikir bahwa prinsip-prinsip bisnis, pada awalnya bermula, dan dikembangkan berdasarkan sistem perekonomian barat, namun sebenarnya salah satu tokoh yang berasal dari Tiongkok telah menerapkan pemikiran bisnisnya jauh sebelum peradaban dunia bisnis barat dimulai, tepatnya 2500 tahun lalu. Salah satu tokoh yang berpengaruh dan memiliki ikatan erat bagi dunia bisnis tersebut, khususnya bagi orang Tiongkok, adalah Fan Li atau yang biasa juga disebut dengan Tao Zhu Gong. Bahkan, biografinya tertulis dalam catatan sejarah di *Biographies of Merchants*. (Lin, 2012).

Fan Li adalah seorang Negara Chu. Ia lahir pada sekitar 536 SM, meninggal pada 448 SM. Di usianya yang larut, ia dikenal sebagai seorang pebisnis handal. Ia terlahir miskin, namun ia seorang yang cerdas dan bijaksana. Pada awalnya, ia adalah seorang ahli strategi militer pada jaman peperangan musim semi-gugur. Ia terhitung sebagai salah seorang yang sukses di dunia militer, namun pada akhirnya ia mengundurkan diri dari kedudukan tinggi seorang perdana menteri, dan beralih menjadi seorang pebisnis. Tidak terduga, ternyata di dunia bisnis, Fan Li pun dapat menerapkan strategi militernya dalam dunia bisnis. Hal ini lah yang mendukungnya sehingga dapat menjadi seorang pebisnis yang sukses, dan menyebabkan masyarakat setempat menyebutnya sebagai “Dewa Kemakmuran”. Prestasinya dalam bisnis juga dicatat oleh *Sima Qian* dalam “*History Record*” dengan *chapter Tao Zhu Gong*. (Qian, 1995).

Dalam buku *The Inspiration of Tao Zhu Gong* (Wee, 2001), menceritakan bahwa Fan Li menerapkan nilai-nilai militer yang melekat dalam dirinya, dituangkan dalam penerapan bisnis pribadinya. Prinsip-prinsip bisnis tersebut sangatlah membuahkan hasil dalam proses perkembangan bisnis suatu perusahaan.

Di masa hidupnya, Fan Li juga menyusun 12 prinsip bisnis, yang kemudian berpengaruh terhadap pola pikir para usahawan lainnya. Sayangnya, seiring berjalannya waktu, pada era modern, orang semakin tidak mengenal sosok asli Fan Li. Masyarakat hanya memujanya sebagai Dewa Kemakmuran dengan tujuan untuk memperoleh berkat kemakmuran darinya saja. (Hong, 2015).

Berdasarkan pemaparan garis besar di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh dan pemahaman falsafah bisnis Fan Li terhadap wirausahawan atau pebisnis lainnya dalam penerapan bisnis guna mengembangkan perusahaan masing-masing individu di era modern ini, khususnya

pengelola bisnis restoran orang Tiongkok ataupun orang Tionghoa yang ada di Surabaya, yang kini semakin menjamur di berbagai daerah, khususnya Surabaya. Orang Tiongkok pada penelitian ini adalah orang Tionghoa totok, dan orang Tionghoa merujuk pada istilah orang Tionghoa peranakan. Orang Tionghoa totok adalah “pendatang baru”, umumnya baru tinggal di negeri ini selama satu sampai dua generasi dan masih menguasai bahasa Tionghoa. Sedangkan Orang Tionghoa peranakan adalah orang Tionghoa yang sudah lama tinggal di Indonesia dan umumnya menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari. (Suryadinata, 2010). Hoon (2012) menambahkan, definisi Tionghoa peranakan adalah mereka yang berdarah Tionghoa tetapi lahir di Indonesia namun tidak bisa berbahasa Tionghoa.

Di samping itu, penulis juga ingin mengetahui perbedaan dan persamaan yang timbul pada hasil akhir kerja para pebisnis tersebut, yang tentunya berkaitan dengan penerapan bisnis dalam mengelola suatu restoran berdasarkan teori bisnis yang dikemukakan oleh Fan Li. Awal dari ketertarikan penulis ini akan dituangkan dalam suatu penelitian yang mengangkat judul “Penerapan Dua Belas Prinsip Falsafah Bisnis Fan Li Terhadap Bisnis Restoran *Chinese Food* Pengelola Orang Tiongkok dan Orang Tionghoa di Surabaya.”

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Falsafah Bisnis

Falsafah bisnis adalah cabang filsafat yang menerapkan kebijaksanaan filsafat di dalam bisnis. Kebijaksanaan filsafat yang dimaksud ialah kebijaksanaan rasional, yakni kebijaksanaan berdasarkan akal budi manusia. Tujuannya adalah supaya bisnis menjadi sarana bagi seseorang untuk memperoleh hidup yang lebih berkualitas. Makna berkualitas disini bukan hanya perihal materi, namun juga perihal karakter dan kebahagiaan seseorang, terliput analisis perihal kepemimpinan, kreativitas, pertumbuhan, kesadaran, dan sebagainya. (Tan, 2010).

Prinsip Bisnis Orang Tiongkok

Berdagang adalah salah satu hal yang identik dengan orang Tiongkok. Layaknya yang tertera dalam buku *Rahasia Bisnis Orang Cina*, Seng (2006), dinyatakan bahwa keberhasilan dan keterampilan orang Tiongkok dalam berdagang, pada dasarnya juga tidak terlepas dari beberapa petuah dagang, dimana petuah dagang ini menjadi dasar prinsip dan atau panduan bagi orang Tiongkok guna memajukan kegiatan perdagangan mereka.

Agresif

Dalam kegiatan dagang, pedagang harus tahu bagaimana membedakan urusan pribadi dan urusan perdagangan. Di sisi lain, dalam berbisnis, pedagang harus bersikap tegas dalam mengurus keuangannya. Hasil keuntungan harus dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk menghasilkan uang yang lebih banyak lagi, dan bukan menimbun utang maupun beban.

Jangan Melepaskan Peluang

Pepatah yang cukup populer tersebut melambangkan kriteria kerja orang Tiongkok. Orang Tiongkok menerapkan prinsip untuk selalu bekerja dengan cepat, dan menempatkan waktu sebagai sesuatu hal yang prioritas. Mereka akan mencurahkan seluruh tenaga dan pikirannya untuk mengembangkan dan memajukan kegiatan perdagangannya. Prinsip mereka adalah *Time is Money*.

Berani Mengambil Risiko

Berdagang tentunya tidak dapat terhindar dari risiko. Namun, prinsip untuk terus bangkit kembali hendaklah selalu dipegang oleh seorang pedagang. Seorang pedagang hendaklah berani untuk menolak rasa takut bersaing, berani menghadapi kegagalan, serta siap untuk terus menggali dan membuka bisnis baru.

Tahan Banting

Dalam menjalankan suatu kegiatan perdagangan, seorang pedagang hendaklah memiliki mental dan jiwa yang kukuh. Prinsip yang juga selalu ditanamkan dalam pemikiran orang Tiongkok ialah “Bersusah-susah terlebih dahulu, bersenang-senang kemudian”.

Jangan Menyerah Pada Nasib

Seorang pedagang hendaklah bersikap terbuka dan berlapang dada apabila menghadapi situasi yang sulit. Hal ini juga akan membantu seorang pedagang untuk dapat berpandangan secara jauh, dan berpandangan secara positif.

Semangat Berjuang

Dalam melakukan kegiatan perdagangan, seorang pedagang haruslah memiliki semangat juang yang tak kunjung padam. Sekalipun di saat seorang pedagang telah memperoleh keuntungan dan mencapai keberhasilan target awal, mereka juga harus tetap bersemangat di dalam melakukan pekerjaannya, dan bukan terlena di zona nyaman tersebut.

Keenam aspek di atas bersifat universal dan dijadikan paduan oleh orang Tiongkok dalam memajukan kegiatan perdagangan mereka.

Falsafah Bisnis Fan Li

Pengetahuan dan pemikiran yang dimiliki oleh Fan Li terhadap bidang bisnis tersebut kemudian disimpulkan dan ditulis dalam buku *12 Rules of Management Effectiveness* : Kearifan China Kuno dari Tao Zhu Gong. Dalam buku tersebut, dijabarkan prinsip-prinsip bisnis Fan Li, dimana ada dua belas prinsip mendasar yang mencerminkan pemikiran dan penerapan bisnis Tao Zhu Gong. Keduabelas prinsip tersebut antara lain adalah sebagai berikut. (Tay, 2014).

Mampu Memahami Orang Lain

Seorang pebisnis hendaklah belajar untuk memahami dan menilai karakter orang lain dengan baik. Dengan memahami karakter dan nilai diri seseorang, maka akan memudahkan pebisnis untuk menggali dan menemukan potensi bisnis dari seseorang, yang tentunya juga akan menunjang hasil akhir dari bisnis yang dikelola pebisnis yang berkaitan.

Mampu Menangani Orang Lain

Dalam menghadapi masalah, tentunya kita perlu menangani segala situasi secara efisien. Terlebih dalam hal berbisnis, seorang pebisnis hendaklah berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Mampu Fokus dalam Bisnis

Sikap dan tindakan yang bijaksana sangat berperan penting dalam aspek ini. Sebagai seorang pebisnis yang profesional, hendaklah kita tetap fokus pada inti bisnis yang digeluti.

Mampu Mengatur

Penampilan sebuah toko atau kantor mencerminkan identitas sebuah perusahaan. Sebuah toko atau kantor yang ditata dengan begitu rapi, teratur, bersih, ditambah pencahayaan ruangan yang cukup akan memanjakan mata pelanggan, sehingga mereka akan tertarik untuk berkunjung ke toko dan mungkin akan berujung untuk menarik pelanggan membeli produk yang kita tawarkan.

Mampu Bersikap Fleksibel dan Gesit

Dalam kehidupan masyarakat yang sangat cepat dan kompetitif ini, seorang pebisnis juga dituntut untuk tidak kaku, dan lambat respon dalam mengambil keputusan dan memberi tanggapan. Keragu-raguan dalam berbisnis hanya akan berujung pada kesia-siaan.

Mampu Menagih Utang

Dalam proses berlangsungnya transaksi bisnis, dibutuhkan seorang pemimpin perusahaan yang pandai dalam menagih utang, terutama bagi perusahaan yang memperbolehkan pelanggan membeli produk dengan sistem kredit secara leluasa.

Mampu Mendelegasikan Tugas

Seorang pebisnis hendaklah juga memiliki aspek ini, dimana seorang pebisnis harus memahami cara mengelola serta mendelegasikan tugas kepada bawahan atau karyawannya.

Mampu Berkomunikasi

Komunikasi yang baik merupakan salah satu poin utama yang menjadi jembatan kegiatan transaksi dalam dunia bisnis. Seorang pebisnis yang komunikatif akan mampu mempromosikan dan meyakinkan para pelanggan terhadap manfaat dari produk yang ditawarkannya.

Mampu Unggul dalam Membeli

Permintaan pasar, potensi penjualan, kualitas barang, dan harga adalah faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan oleh seorang pebisnis. Seorang pebisnis haruslah handal dan teliti dalam membeli suatu produk yang akan dipasarkannya kembali.

Mampu Memanfaatkan Peluang

Sikap waspada untuk melihat celah peluang yang paling pas, sangat dibutuhkan oleh seorang pebisnis, untuk menjual produk di harga tertentu. Dengan catatan, seorang pebisnis juga hendaklah mengetahui momen dimana suatu perusahaan harus menyimpan barang terlebih dahulu dan atau menunda penjualan produk tersebut.

Mampu Memimpin dengan Menjadi Teladan

Seorang pebisnis haruslah memiliki standar disiplin diri yang tinggi agar bisa memimpin orang lain. Seorang pemimpin perusahaan haruslah efisien, kompeten, dan berani mengambil inisiatif untuk memimpin. Dengan begitu, tujuan yang ingin diraih oleh suatu perusahaan, akan terwujud lebih cepat dan maksimal dari target yang telah ditentukan.

Mampu Melihat Jauh ke Depan

Perencanaan jangka panjang sangat dibutuhkan oleh seorang pebisnis. Sikap waspada terhadap lingkungan sekitar juga harus selalu menyertai diri pebisnis agar tetap kompeten dalam mengembangkan usahanya seiring perubahan zaman yang berlangsung.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam melaksanakannya. Seperti yang dikatakan oleh Creswell (2008), penelitian kualitatif merupakan suatu bentuk penelitian terhadap suatu fenomena, dimana hasil data yang diperoleh dari narasumber yang diamati merupakan data yang memiliki latar belakang natural, sesuai realita. Hal yang serupa dikemukakan oleh Sugiyono (2012), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak menggunakan tabel angka-angka melainkan menggunakan kata dan kalimat dalam menjabarkan hasil analisis.

Untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, maka penulis menggunakan metode wawancara (*interview*) sebagai acuan metode pengumpulan data. Metode wawancara atau *interview*, adalah metode yang dilakukan melalui percakapan antara penulis dan narasumber berkaitan, dimana dalam prosesnya, penulis akan melontarkannya dalam bentuk pertanyaan yang bersifat semi terstruktur. Menurut Patton (2009), wawancara semi

terstruktur adalah wawancara yang sebelumnya mempersiapkan pertanyaan tetapi juga menerima informasi yang ada dalam pertanyaan itu namun tidak dicantumkan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan berperan dalam menggali jawaban yang berkaitan dengan topik yang telah ditentukan oleh penulis. Pertanyaan-pertanyaan yang diutarakan kepada narasumber pun bersifat fleksibel, dengan kata lain, pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh penulis dapat berkembang dan meluas cangkupannya seiring dengan berlangsungnya proses wawancara (*interview*).

Di samping itu, penulis juga menggunakan teknik *purposive sampling* dalam proses pengumpulan data. Teknik *purposive sampling* adalah suatu teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel di antara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, dalam artian sesuai dengan tujuan atau masalah dalam penelitian, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya. (Eriyanto, 2007).

ANALISIS

Profil Informan

Penelitian ini memiliki total jumlah informan sebanyak enam orang, dimana tiga orang diantaranya merupakan orang Tiongkok yang tinggal di Surabaya, dan tiga orang lainnya merupakan orang Tionghoa yang tinggal di Surabaya pula. Keenam informan tersebut semuanya mengelolah bisnis restoran yang berfokus pada masakan *Chinese Food*. Berikut profil informan terkait jenis kelamin dan identitas pemilik restoran.

| | Jenis Kelamin | Identitas Pemilik Restoran |
|-------------------|---------------|----------------------------|
| Informan 1 | Perempuan | Orang Tionghoa |
| Informan 2 | Laki-laki | Orang Tionghoa |
| Informan 3 | Laki-laki | Orang Tiongkok |
| Informan 4 | Laki-laki | Orang Tiongkok |
| Informan 5 | Perempuan | Orang Tiongkok |
| Informan 6 | Perempuan | Orang Tionghoa |

Pemahaman Umum Pebisnis Dalam Mengelola Bisnis Kuliner

Pada umumnya, pengusaha bisnis kuliner mengutamakan rasa dalam mengelola bisnisnya. Namun, untuk bisa bertahan dalam bisnis kuliner, sebenarnya dibutuhkan lebih dari sekedar rasa makanan yang nikmat. Rasa makanan tentunya merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi, namun dalam proses menjalankan bisnis, dibutuhkan pula strategi marketing dan manajemen yang baik agar usaha yang dijalankan semakin berkembang dan meraih kesuksesan.

Pemahaman dan Persamaan yang Timbul Antara Pemikiran Orang Tiongkok dan Orang Tionghoa dalam Penerapan Mengelola Bisnis

Melalui penelitian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh berdasarkan informan yang diteliti menimbulkan sembilan poin persamaan antara pemikiran orang Tiongkok dan orang Tionghoa dalam penerapan mengelola bisnis. Hal ini tentunya berdasarkan poin-poin falsafah yang dikemukakan oleh Fan Li. Berikut

adalah poin-poin persamaan yang timbul di antara pemikiran orang Tiongkok dan orang Tionghoa dalam penerapan mengelola bisnis berdasarkan urutan tingkat pentingnya poin tersebut menurut para informan.

Mampu Unggul dalam Membeli

Semua informan memiliki pemahaman yang sama akan memberi perhatian lebih terhadap kualitas masakan yang mereka sajikan kepada pelanggan. Kualitas rasa dan kebersihan dalam masakan yang disajikan merupakan poin penting bagi pengusaha restoran. Dengan adanya pemeliharaan yang stabil terhadap kualitas rasa dan kebersihan, mereka berpendapat bahwa hal ini akan memikat pelanggan agar mereka memiliki “kepercayaan” terhadap restoran mereka, dan tidak ragu-ragu untuk menjadi pelanggan tetap mereka.

Mampu Memahami Orang Lain

Dalam lingkup dunia kuliner, mampu memahami orang lain disini sangat erat keterikatannya dalam perekrutan karyawan suatu restoran. Pemilik harus menjalin hubungan mitra kerja yang baik dengan mitra kerja yang berkepribadian baik, dan menghindari individu yang memiliki karakter yang buruk.

Mampu Memanfaatkan Peluang

Prinsip Fan Li menyatakan bahwa seorang pebisnis hendaklah dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini disetujui oleh semua pihak informan. Mereka juga akan mengambil peluang bisnis yang ada. Saat penulis mengajukan pertanyaan, akankah mengambil kesempatan bisnis yang ada, tanpa ragu-ragu, semua informan serempak meng-iya-kan hal tersebut. Dengan catatan, semua informan berpendapat sama, apabila posisi bisnis mereka saat ini sudah kokoh, mereka akan mengambil peluang bisnis lain yang ada.

Mampu Fokus Dalam Bisnis

Di samping itu, prinsip bisnis Fan Li yang ketiga menyatakan bahwa sebagai seorang pebisnis yang profesional, hendaklah kita tetap fokus dalam bisnis yang digeluti. Semua informan juga menyatakan bahwa mereka akan mengambil peluang bisnis yang ada, namun masih dalam lingkup kuliner.

Mampu Mengatur

Melalui penelitian yang telah dilaksanakan, semua informan berpendapat sama, bahwa desain dan suasana restoran merupakan salah satu faktor yang penting, khususnya dalam pengelolaan bisnis kuliner.

Mampu Melihat Jauh ke Depan

Semua informan menyetujui bahwa intuisi yang tajam dalam mengelola bisnis sangat dibutuhkan oleh seorang pebisnis. Tanpa adanya intuisi yang tajam, maka akan menyulitkan seorang pebisnis untuk dapat terus bertahan dan terus mengembangkan bisnis yang dikelolanya.

Dalam hasil wawancara, poin yang dihasilkan ini, dapat dikaitkan juga dengan prinsip bisnis orang Tiongkok yang menyatakan bahwa orang Tiongkok tidak menyerah pada nasib dan memiliki semangat juang yang tinggi. Mereka

berusaha semaksimal mungkin dalam beradaptasi dengan lingkungan sekitar, sehingga dapat mencapai titik tertentu yang lebih memuaskan lagi.

Mampu Bersikap Fleksibel dan Gesit

Prinsip bisnis satu ini erat keterikatannya dengan prinsip bisnis orang Tiongkok yang menyatakan bahwa salah satu ciri orang Tiongkok adalah tahan banting. Mayoritas dari mereka memiliki pedoman “Bersusah-susah terlebih dahulu, bersenang-senang kemudian”.

Informan 3 secara signifikan menyatakan bahwa sepanjang hari, khususnya awal memulai bisnis, pagi hingga malam bekerja terus tanpa letih. Melalui pernyataan tersebut, dapat terlihat bahwa kegigihannya itulah yang menjadi kunci kesuksesannya saat ini.

Mampu Menangani Orang Lain

Prinsip bisnis ini berkaitan dengan sikap pebisnis, dimana seorang pebisnis hendaklah dapat memposisikan diri layaknya seorang pelanggan. Hal-hal apa saja yang sekiranya merupakan permintaan pelanggan. Oleh karena itu, melayani pelanggan dengan penuh sikap ramah dan rendah hati adalah hal yang penting. Hal ini disetujui oleh semua pihak informan.

Mampu Berkomunikasi

Dalam poin ini, seorang pebisnis hendaklah mendengarkan dan mengamati permintaan pasar yang ada, serta menyesuaikannya. Tujuannya adalah untuk semakin mengembangkan bisnis yang dikelola.

Sebagai contoh, informan 1 mengatakan bahwa ia selalu mendengar komentar pelanggan terhadap masakan ataupun pelayanan restorannya. Dari komentar tersebut, kemudian ia mencari solusi untuk mengatasi persoalan tersebut.

Perbedaan yang Timbul Antara Pemikiran Orang Tiongkok dan Orang Tionghoa dalam Mengelola Bisnis

Selain sembilan poin persamaan yang dibahas pada sub-bab sebelumnya, melalui penelitian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh berdasarkan informan yang diteliti juga menimbulkan dua poin perbedaan antara pemikiran orang Tiongkok dan orang Tionghoa dalam penerapan mengelola bisnis. Berikut adalah poin-poin perbedaan yang timbul di antara pemikiran orang Tiongkok dan orang Tionghoa dalam penerapan mengelola bisnis.

Mampu Memimpin

Semua informan, baik pemahaman orang Tiongkok maupun orang Tionghoa menyetujui bahwa adanya relasi yang baik antar pemilik dan karyawan, pemilik dan rekan kerja, serta pemilik dan pelanggan, adalah suatu hal yang penting, dan hal ini hendaklah dibina. Karena dalam kehidupan sosial ini, khususnya dalam dunia bisnis, kita tidak akan bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Tanpa adanya karyawan ataupun relasi kerja, sehebat apapun persiapan kita dalam mengelola bisnis tersebut, bisnis yang kita jalankan tidak akan dapat berjalan dengan baik. Begitu pula dengan pelanggan, “sumber penghasilan” bisnis kita tentunya bergantung pada mereka. Oleh karena itu, keseimbangan relasi ini sangatlah penting. Hal ini berkaitan dengan prinsip bisnis fan Li yang ke sebelas,

dimana dinyatakan bahwa kemampuan dalam memimpin dan berelasi adalah hal yang penting. Dengan adanya keramahan dan komunikasi yang baik sehingga terjalin relasi yang baik, maka transaksi bisnis yang dilakukan pun akan terjaga dengan baik. Berikut pernyataan informan yang menjadi *statement* pendukung.

Informan 1 menekankan bahwa pada saat berbicara dengan karyawan hendaklah baik-baik dan menjalin ikatan dengan mereka layaknya keluarga sendiri. Begitu pula terhadap pelanggan, hendaklah melayani mereka dengan sebaik mungkin, sehingga relasi pun terjalin dengan baik. Hal ini yang membuat pelanggan merasa nyaman untuk kembali lagi. Begitu pula dengan informan 2 yang menyatakan bahwa relasi itu sangat penting, karena kita saling membutuhkan satu sama lain, dan inilah yang membuat usaha bisnis kita dapat berjalan dengan baik. Informan 3 pun menyatakan bahwa relasi itu tidak dapat dipungkiri, memang sangatlah penting. Informan 4, 5, dan 6 juga menyatakan hal yang serupa.

Namun, melalui hasil penelitian yang dilakukan, penulis juga menemukan perbedaan pendapat dalam pembinaan menjalin relasi, khususnya antara pemilik dengan karyawan. Mayoritas orang Tiongkok berpendapat bahwa membina relasi dengan karyawan memang penting, namun tidak seharusnya kita sangat “akrab” dengan mereka. Karena ini akan membentuk pola pikir karyawan, bahwa kedudukan pemilik dan karyawan setara. Hal yang tidak diinginkan adalah dimana karyawan hanya akan memikirkan kepentingannya saja, tanpa adanya rasa patuh dan rasa sungkan lagi terhadap pemilik. Oleh karena itu pula, pemilik orang Tiongkok lebih memilih menjaga relasi baik dengan karyawan dengan cara “seperlunya” saja, dan bukan berarti sewenang-wenang.

Di sisi lain, orang Tionghoa kerap lebih “akrab” dengan karyawan. Layaknya yang dikatakan oleh informan 1 dan informan 6, terhadap karyawan haruslah ada hubungan seperti keluarga sendiri, harus betul-betul baik terhadap mereka. Hal ini dikarenakan pemilik “membutuhkan” karyawan tersebut. Di samping itu, pada saat wawancara di restoran yang bersangkutan, penulis juga merasakan adanya perbedaan hasil pembinaan relasi antara orang Tiongkok dan orang Tionghoa terhadap karyawannya. Penulis melihat bahwa karyawan orang Tiongkok memang lebih “menghormati” pemiliknya, dibanding dengan karyawan orang Tionghoa.

Mampu Mendelegasikan Tugas

Mendelegasikan tugas kepada karyawan tentulah faktor yang penting pula. Tanpa adanya kemampuan dalam mendelegasikan tugas yang baik, maka bisnis yang dikelola juga akan menemui hambatan kerja yang signifikan, karena tidak ada arah dan tujuan yang jelas dalam melaksanakan suatu tugas. Prinsip ini juga menjadi pedoman bagi semua informan yang diteliti. Semua informan memiliki arah dan tujuan yang jelas dalam mengelola bisnis pribadi masing-masing, dan arahan itu-lah yang menjadi dasar bagi mereka untuk menjelaskan kepada karyawan, uraian pekerjaan yang harus dikerjakan apa saja.

Namun, dalam pendelegasian tugas kepada karyawan, penulis menemukan perbedaan dari kedua belah pihak informan, dimana yang dimaksudkan adalah pihak informan orang Tiongkok dan orang Tionghoa. Dalam pengelolaan bisnis restoran *Chinese Food*-nya pengelola orang Tiongkok lebih memilih untuk mendelegasikan semua tugas yang harus dilakukan dalam bentuk sistem, dimana pada awal sebelum mempekerjakan karyawan, mereka mendirikan sebuah kelas

khusus untuk membekali pengetahuan tentang uraian pekerjaan yang harus dikerjakan. Evaluasi kerja pun dilakukan dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan sistem yang telah dibentuk. Informan 3, 4, dan 5 menyatakan hal yang sama. Mereka akan mendelegasikan semua uraian pekerjaan kepada karyawan di awal memulai kerja, dan evaluasi akan diadakan dalam kurun waktu tertentu.

Restoran orang Tionghoa, memiliki pola pandang yang sedikit berbeda dengan orang Tiongkok dalam hal pendelegasian tugas. Mereka lebih memilih turun tangan langsung dalam keseharian operasionalnya. Hal ini dapat terlihat pada pernyataan informan 1, bahwa setiap harinya, ia memberikan masukan kepada karyawannya, hal apa yang harus diperbaiki, hal apa yang sudah dilakukan dengan baik.

Mampu Menagih Utang

Dalam poin prinsip bisnis yang dikemukakan oleh Fan Li, ada salah satu falsafah yang menyinggung persoalan utang-piutang. Dikatakan bahwa sebagai seorang pebisnis hendaklah handal dalam menagih utang. Apabila hal ini diabaikan, maka yang seharusnya menjadi laba perusahaan, akan berubah menjadi beban usaha dalam suatu usaha tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis tidak mendapatkan data yang relevan, dikarenakan penulis tidak menyinggung pertanyaan persoalan utang-piutang sama sekali dalam wawancara yang dilakukan. Hal ini dikarenakan peneliti menganggap persoalan utang-piutang adalah hal yang bersifat privasi dan sensitif. Oleh karena itu, peneliti menghindari adanya konflik dengan informan.

KESIMPULAN

Setelah menganalisis informasi yang diperoleh dari para informan dan mengaitkannya dengan kajian pustaka tentang pemahaman pebisnis kuliner, restoran *Chinese Food* yang ada di Surabaya khususnya, serta persamaan dan perbedaan yang timbul antara pemikiran orang Tiongkok dan orang Tionghoa dalam mengelola bisnis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut.

Pertama, hasil data dari kedua belah pihak, baik orang Tiongkok dan orang Tionghoa dalam penerapan bisnis terkait dengan falsafah bisnis yang dikemukakan Fan Li adalah sama. Mereka menerapkan poin-poin yang dikemukakan oleh Fan Li dalam mengelola bisnis kulinernya. Hal ini menunjukkan bahwa falsafah yang dikemukakan Fan Li ialah benar dan bermanfaat. Di samping itu, hal ini juga membuktikan bahwa falsafah yang dikemukakan oleh Fan Li pada dasarnya masih diterapkan hingga era modern ini.

Kedua, kualitas rasa masakan merupakan hal yang penting bagi pebisnis kuliner. Dengan adanya kualitas dan rasa masakan yang terjamin, maka bisnis yang dikelola pun akan terus berkembang.

Ketiga, relasi dengan rekan kerja, karyawan dan pelanggan sangatlah penting. Tanpa adanya kerjasama antar ketiga pihak tersebut, maka bisnis yang dijalankan tidak akan membuahkan hasil yang optimal.

Keempat, dalam menjalankan bisnis, pemilik memiliki intuisi yang tajam, dan mengikuti perkembangan yang ada. Mereka menyadari apabila tidak melakukannya, hal ini akan menghambat perkembangan bisnis yang digeluti.

Bisnis yang dikelola akan menjadi tertinggal dan lama-kelamaan akan membawa kerugian pada bisnis tersebut.

Kelima, dalam menjalankan suatu bisnis, pemilik mengerahkan seluruh tenaga dan pikiran hanya kepada bisnis yang digelutinya saja, terlebih-lebih saat awal memulai bisnis tersebut. Hal ini disadari dengan tujuan agar bisnis yang dikelola dapat membuahkan hasil yang maksimal.

Keenam, pembagian tugas karyawan sangatlah berperan penting dalam mengoperasionalkan suatu bisnis. Tanpa adanya arahan dan bimbingan yang jelas, maka karyawan tidak bisa melakukan tugasnya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J.W. (2008). *Reseach Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Hastuti, A.Y. (2012). *Bisnis Makanan dan Minuman*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Hong, S.B. (2015). *The Business Wisdom of Ancient Chinese Entrepreneurs: Timeless Principles for Modern Times*. Singapore: Partidge Publising Singapore.
- Hoon, C.Y. (2012). *Identitas Tionghoa Pasca – Suharto – Budaya, Politik dan Media*. Jakarta: Yayasan Nabil dan LP3ES.
- Lin, J.Y. (2012). *Demystifying the Chinese Economy*. United Kingdom : Cambridge University Press.
- Moleong, L.J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M.Q. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Qian, S.M. (1995). *Shìjì huòzhí lièzhuàn*. Henan: Henan Education Press.
- Seng, A.W. (2006). *Rahasia Bisnis Orang Cina*. Jakarta: PT Mizan Publika.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadinata, L. (2010). *Etnis Tionghoa dan Nasionalisme Indonesia*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Tan, C.M. (2010). *Life and Business Club*. New York: HarperOne.
- Tay, B.S. (2014). *12 Rules of Management Effectiveness : Kearifan China Kuno dari Tao Zhu Gong*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wee, C.H. (2001). *The Inspiration of Tao Zhu Gong*. Singapore: Prentice Hall & Pearson Education Asia.