

**EKSISTENSI PEDAGANG ETNIS MINANGKABAU DI PERANTAUAN
(Studi pada Pedagang *Sate Padang* di Jalan Delima Kota Pekanbaru)**

Oleh: Nofia Noor Husanah
nofianoorhusanah02@gmail.com
Dosen Pembimbing: Achmad Hidir
achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru,
Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Eksistensi pedagang Etnis Minangkabau di Perantauan (studi pada pedagang *sate padang* di Jalan Delima Kota Pekanbaru). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya pengembangan yang dilakukan pedagang sate Etnis Minangkabau di Pekanbaru dan untuk mengetahui hambatan dan faktor pendorong yang dilakukan pedagang sate tersebut untuk mempertahankan eksistensinya. Dalam menentukan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sudah ditentukan sebelumnya berdasarkan kriteria. Jumlah informan pada penelitian ini berjumlah 4 orang. Teori yang digunakan yaitu Teori strategi dari Pierre Bourdieu. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini yaitu informan melakukan upaya pengembangan usahanya dengan menggunakan beberapa strategi seperti melakukan penghematan dengan cara menyisihkan sebagian uangnya dengan menabung, berinvestasi, mampu menerima dan mempelajari segala ilmu dagang dari orang terdekat dan mewariskan dagangannya kepada keturunan, mempertahankan modal ekonomi dan modal sosial guna untuk memperoleh penghasilan dan melanggengkan usahanya, selain itu juga berupaya melestarikan dan meningkatkan pengakuan social dengan cara mempunyai suatu ke khasan tersendiri. Dalam melakukan strategi tersebut, ada faktor pendorong informan melakukan stratetgi tersebut yang berguna untuk melanggengkan usaha. Selain itu, tentu saja ada faktor penghambat yang didapatkan oleh informan yaitu dalam mempertahankan ciri khas, menarik hati pelanggan dll. Ada juga beberapa pedagang sate ini yang tidak memiliki hambatan seperti tidak adanya hambatan dalam menarik hati pelanggan karna usaha miliknya sudah memili nama. Pada dasarnya setiap pedagang memiliki permasalahan yang berbeda-beda dalam menjalankan usaha mereka.

Kata Kunci: Strategi, Pedagang *Sate Padang*

EXISTENCE OF THE TRADERS ETHNIC MINANGKABAU IN OVERSEAS
(Study Of Trader Sate Padang In The Street Delima Pekanbaru City)

By: Nofia Noor Husanah
nofianoorhusanah02@gmail.com

Supervisor: Achmad Hidir
achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology
Faculty of Social and Political Sciences,
Universitas Riau

Campus Bina Widya, Jalan H.R. Soebrantas KM. 12,5 Simpang Baru,
Pekanbaru 28293 Tel / Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Existence of Minangkabau Ethnic traders in Overseas (a study of trader Padang sate on Street Delima Pekanbaru City). This research was conducted in Pekanbaru City. The purpose of this research is to find out how the development efforts made by Minangkabau ethnic satay traders in Pekanbaru and to find out the obstacles and driving factors that are done by these satay traders to maintain their existence. In determining the research subject using purposive sampling technique that is predetermined based on criteria. The number of informants in this study amounted to 4 people. The theory used is the theory of strategy from Pierre Bourdieu. The results of this research are that informants make efforts to develop their business using several strategies such as making savings by setting aside some of their money by saving, investing, being able to accept and learn all the trade knowledge from the closest people and bequeath their merchandise to offspring, maintain economic capital and capital social in order to earn an income and perpetuate its business, but it also seeks to preserve and improve social recognition by having a distinctive feature. In carrying out this strategy, there are motivating factors for informants to carry out this strategy which is useful for sustaining business. In addition, of course there are inhibiting factors obtained by the informant namely in maintaining the characteristics, attracting customers, etc. There are also some satay traders who have no obstacles such as the absence of obstacles in attracting customers because their businesses already have names. Basically, every trader has different problems in running their business.

Keywords: Strategy, Traders Sate Padang

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persebaran etnis Minangkabau yang luas dapat dengan mudah kita jumpai di berbagai daerah yang dipengaruhi oleh tingginya tingkat migrasi yang dilakukan oleh orang-orang Minangkabau. Migrasi yaitu perpindahan penduduk dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk menetap. Migrasi juga umumnya dilakukan dengan berbagai alasan, baik itu dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya.

Wilayah perkotaan umumnya dipilih sebagai tempat bermigrasi karena kota melambangkan sebuah kedinamisan dan sebagai pusat dari semua kemajuan. Kelompok suku bangsa yang banyak melakukan migrasi antara lain, suku bangsa Batak, Jawa, Bugis, Nias dan Minangkabau (Sipayung, 2015). Dalam hal ini migrasi yang dimaksud dalam istilah orang Minangkabau adalah merantau. Merantau diartikan sebagai sebuah tradisi meninggalkan kampung halaman untuk mencari penghidupan yang lebih baik. Menurut (Mochtar Naim, 2013) istilah merantau dari sudut sosiologi, setidaknya mengandung enam pokok unsur yaitu: (1) Meninggalkan kampung halaman; (2) dengan kemauan sendiri; (3) untuk jangka waktu lama atau tidak; (4) tujuan mencari penghidupan, mencari pengalaman, dan menuntut ilmu; (5) umumnya dengan maksud kembali pulang, dan; (6) merantau adalah lembaga sosial yang membudaya. Secara ringkas merantau dapat diartikan sebagai suatu jenis migrasi yang dibatasi oleh keenam kriteria diatas .

Sebagaimana yang kita ketahui, tingginya migrasi orang Minangkabau yang disebabkan oleh

budaya merantaunya, yang membuat orang Minangkabau ada dimana-mana bahkan hingga di pelosok daerah. Ini membuat kita dengan mudah untuk menemukan orang Minang dimanapun tak terkecuali di Pekanbaru.

Berdagang bagi orang Minangkabau tidak hanya untuk mencari harta kekayaan, tetapi juga dalam bentuk eksistensi diri sebagai masyarakat yang merdeka. Dalam budaya Minangkabau, setiap orang akan berusaha untuk menjadi seorang pemimpin. Prinsip "lebih baik menjadi pemimpin kelompok kecil dari pada menjadi anak buah organisasi besar (*elok jadi kapalo samuik dari pado ikua gajah*) yang merupakan prinsip sebagian besar masyarakat Minangkabau. Menjadi seorang pedagang adalah salah satu cara memenuhi prinsip tersebut, sekaligus menjadi orang yang merdeka. Dengan berdagang, orang Minangkabau bisa menjalankan kehidupan sesuai dengan keinginannya, bisa memenuhi ambisinya, dapat hidup bebas tanpa ada pihak yang mengekang, sehingga banyak perantau muda Minangkabau lebih memilih berteriak berjualan kaos kaki, berpanas-panas terik di pinggir jalan, daripada harus kerja kantoran, yang acap kali disuruh dan dimarah-marahi .

Selain itu, orang Minangkabau dikenal juga dengan usaha kulinernya. Masakan khas suku ini populer dengan sebutan *Masakan Padang* yang sangatlah digemari di berbagai daerah serta terkenal dengan rempah-rempahnya. Usaha dibidang makanan atau di bidang kuliner ini merupakan salahsatu jenis usaha yang paling banyak digeluti oleh pedagang Minangkabau. Jaringan restoran Minangkabau atau

yang biasa dikenal dengan *restoran Padang atau masakan padang* tersebut tersebar ke seluruh kota-kota di Indonesia, bahkan hingga ke Malaysia dan Singapura.

Salah satunya jenis masakan khas Minangkabau yang paling banyak ditemui di Kota Pekanbaru ialah sate, biasa dikenal dengan sebutan *Sate Padang*. Di Indonesia sendiri sate yang terkenal dan banyak digemari serta mudah ditemui adalah sate ayam, sate sapi, dan sate kambing. Berbagai macam tempat pemilihan lokasi berjualan sate di Kota Pekanbaru yang dilakukan para pedagang mulai dari memiliki toko, berjualan di pinggir-pinggir jalan bahkan berkeliling.

Banyaknya orang di Perantauan menjual sate dengan mengatasnamakan *Sate Padang*, hal ini tentu saja eksistensi atau keberadaan pedagang asli Minangkabau mengalami sedikit kendala dengan banyaknya pesaing yang ada di daerah perantauan. Hal itu disebabkan juga bahwa di Sumatra Barat sendiri hampir tidak ada orang berdagang dengan menggunakan *embel-embel 'masakan padang'*.

Jalan Delima adalah salah satu lokasi yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. di Jalan Delima banyak terdapat pedagang sate asli khas Minangkabau, hal tersebut dapat dilihat bahwa hampir tidak adanya restoran sate yang menggunakan *embel-embel padang* pada merek dagangnya, serta mempunyai usaha dagang lebih besar dibandingkan dari beberapa tempat yang ada di Kota Pekanbaru, serta di Jalan Delima memiliki semua jenis-jenis sate asli Minangkabau.

Di Jalan Delima banyaknya tersedia kesempatan kerja khususnya

di bidang usaha makanan, seperti jualan martabak, nasi ampera, sate, bakso, dan masih banyak lainnya. Pedagang melihat peluang konsumen yang sangat banyak. Tak terkecuali pedagang sate, Banyaknya pedagang sate dan jenis- jenis sate yang ada di Jalan Delima membuat pedagang sate saling bersaing dalam mempertahankan berbagai bentuk strategi dalam mempertahankan konsumen mereka.

Tabel 1.1

Nama Merek Dagang Pedagang Sate Minangkabau di Jalan Delima

Nama Merek Dagang	Jenis-Jenis Sate	Jumlah Cabang
Sate Danggung-danggung M. Hasbi	Danggung - Danggung	1
Sate Inyiak Datuak cabang Bukittinggi	Darek	7
Sate Padeh	Pariaman	1
Sate Raja Padeh	Pariaman	1
Sate Mira (Langganan kito basamo)	Pariaman	4

Sumber : Data Survey Lapangan 2019

Dari tabel diatas, masing-masing usaha sate Minangkabau yang ada di Kota Pekanbaru memiliki dinamika kehidupan penjual sate yang berbeda-beda, ada yang sudah berkembang, ada yang belum berkembang walaupun sama-sama sate asli khas Minangkabau.

Eksistensi sate khas Minangkabau di Pekanbaru menghadapi kendala-kendala dalam mempertahankan atau mengembangkan usahanya salah satunya banyaknya persaingan dagang di daerah rantau dengan menggunakan *embel-embel Padang*. Sama dengan obrolan yang mengatakan bahwa "*di Madura nggak ada orang jualan sate dengan*

nama sate madura”, di Minangkabau pun juga sama, “nggak ada sate Padang maupun masakan Padang, yang hanya ada sate tanpa embel-embel Padang”. Sedangkan di daerah perantauan, khususnya di Kota Pekanbaru, sangat banyak orang berjualan sate dengan mengatas namakan *sate Padang*. Hal ini tentu saja tidak sedikit orang yang ingin membeli sate asli khas Minangkabau, di tempat pedagang sate yang memberi nama jualannya dengan *sate Padang*.

Mempertahankan eksistensi suatu usaha dagang tentunya tidak mudah. Apalagi bagi yang berdagang di perantauan. Banyaknya persoalan atau permasalahan dalam berdagang yang harus dihadapi oleh pedagang perantau. Persoalan seperti itu bisa datang dari pedagang lain seperti persaingan di daerah rantau tersebut maupun sesama pendatang. Berbeda halnya dengan berdagang di kampung sendiri, karena pesaing tidak sebanyak dibandingkan di kota-kota besar atau di kota tempat perantauan dan penulis ingin mengetahui bagaimana pengembangan yang dilakukan pedagang sate asli Minangkabau di perantauan.

Pada dasarnya persoalan hanya dibutuhkan untuk memberikan dorongan kepada para pedagang agar dapat mencapai keberhasilan dan mempertahankan usahanya. Oleh karena itu, pedagang mempunyai strategi-strategi untuk dapat menghadapi segala persoalan, dan bagaimana cara pedagang mengatasi pesaing dagang agar para pedagang tetap dapat mempertahankan usaha yang dijalankan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana upaya pengembangan yang dilakukan pedagang sate asli Minangkabau di Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana faktor pendorong dan hambatan pedagang sate asli Minangkabau dalam mempertahankan eksistensinya?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui upaya pengembangan yang dilakukan pedagang sate etnis Minangkabau di Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui hambatan dan faktor pendorong yang dilakukan pedagang sate asli Minangkabau untuk tetap mempertahankan eksistensinya.

Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumbangan pemikiran dan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya para peneliti maupun rekan-rekan mahasiswa untuk penelitian selanjutnya dalam membahas eksistensi pedagang sate etnis Minangkabau di perantauan.
2. Sebagai sumber informasi dan bahan masukan bagi pemerintah dan swasta yang ingin membahas atau memahami bagaimana bentuk

eksistensi pedagang sate etnis Minangkabau di tempat-tempat lainnya.

3. Menambah pengetahuan penulis tentang strategi mempertahankan eksistensi pedagang sate padang.

TINJAUAN PUSTAKA

Sektor Informal Pedagang Sate

Sektor informal adalah usaha berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan utama yaitu menciptakan kesempatan kerja dan penghasilan untuk dirinya sendiri meskipun mereka menghadapi kendala baik modal maupun sumber daya manusia.

Hidayat dalam (Hendika Dkk, 2013) mengajukan sebelas karakteristik sektor informal: 1) Pada umumnya tidak memiliki izin usaha. 2) Kegiatan usaha tidak terorganisir dengan baik. 3) Biasanya kebijakan pemerintah tidak menyentuh sektor ini. 4) Aktivitas usaha yang tidak teratur dengan baik dalam arti tempat dan waktunya. 5) Pola usahanya biasanya dapat berubah dari sub-sektor ke sub-sektor yang lain. 6) Menggunakan teknologi sederhana. 7) Pendidikan formal bukan syarat utama untuk menjalankan sektor ini, tetapi lebih mendasarkan pada pengalaman. 8) Operasi usahanya dalam skala kecil karena modalnya relatif kecil. 9) Aktivitas kerjanya dilakukan sendiri dan dibantu anggota keluarga yang tidak diupah. 10) Modal diperoleh dari tabungan pribadi atau institusi keuangan yang bukan formal. 11) Sebagian besar barang dan jasa yang diproduksi untuk kelompok masyarakat berpendapatan menengah.

Menurut Rusli Ramli, (Dramsar, Indrayuni. 2016) sektor

informal selain untuk penyedia lapangan pekerjaan, juga keberadaannya mampu bertahan di perkotaan tanpa bantuan pemerintah karena adanya kebutuhan akan jasa yang di hasilkan oleh sektor informal. Salah satu berbagai macam produk dan contoh dari sektor usaha informal yang dapat dengan mudah di jumpai di masyarakat adalah pedagang sate, baik itu pedagang sate keliling, pedagang sate yang memiliki tempat sendiri dalam sektor kecil maupun dalam sektor besar. Pedagang ialah individu atau sekelompok individu yang menjual barang atau produk kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung .

Perspektif Wirausaha Minangkabau

(Pervin, 2010:80) Teori psikoanalitis mengindikasikan bahwa banyak perilaku kita yang dimotivasi oleh pengaruh bawah sadar . Hal inilah yang terjadi pada masyarakat Minangkabau dalam berdagang, mereka tidak pernah mempelajari teori berwirausaha tapi kepandaian mereka berwirausaha dipengaruhi oleh alam bawah sadarnya. Dari kecil mereka telah dikenalkan oleh dunia dagang secara tidak disadari, dengan melihat saudara ataupun lingkungan sekitar mereka. Pervin (2010:82) mengatakan bahwa orang dapat merasakan dan dipengaruhi oleh stimuli yang tidak mereka sadari berarti ada keterlibatan kekuatan psikodinamis atau motivasional. Riset yang disebut perceptual defense (pertahanan perseptual) mencakup proses dimana individu bertahan dari rasa cemas yang menyertai pengenalan actual stimulus yang mengancam. Jadi dalam keadaan cemas, seseorang bisa

melakukan hal-hal yang tidak mereka sadari, begitu juga dengan masyarakat Minangkabau yang berwirausaha dalam keadaan yang tidak pasti karena dalam diri mereka sudah tertanam jiwa dagang yang tidak mereka sadari, secara tidak sengaja mereka memiliki keinginan yang kuat untuk terus maju dalam keadaan yang penuh dengan resiko. Begitu juga dengan seseorang yang merantau, mungkin saja pergi tanpa adanya sanak saudara dan situasi yang akan mereka hadapi merupakan situasi baru yang tidak pasti.

Investasi Pedagang Sate Minangkabau dalam Perspektif Bourdieu

Menurut buku (Akhyar Lubis, 2014) Boerdieu mengemukakan gagasan tentang” strategi “ yang di maksudkan sebagai konsep yang mengatasi dualisme subjektivitas dan objektivitas . Sebagaimana konsep habitus dan ranah (arena) sosial, gagasan nya tentang strategi perjuangan posisi dalam ranah berkaitan dengan modal juga mengalami perkembangan. Pierre Bourdieu menggolongkan strategi yang di gunakan pelaku menjadi 5 jenis strategi, yaitu :

1. Strategi investasi biologis, straegi ini mencakup dua hal yaitu kesuburan dan pencegahan. Strategi kesuburan berkaitan dengan pembatasan jumlah keturunan untuk menjamin transmisi modal dengan cara membatasi masalah jumlah anak. Dan strategi pencegahan bertujuan untuk keturunan dan pemeliharaan kesehatan agar terhindar dari penyakit. Dalam strategi ini, yang dimaksud investasi biologis dalam mempertahankan kelangsungan

usaha satenya adalah bagaimana pedagang berinvestasi dalam hal keturunan, membatasi jumlah keturunan atau tidaknya yang bertujuan untuk mempertahankan modal atau menjaga keturunan agar kemudian usahanya tetap di lanjutkan oleh keturunan.

2. Strategi suksesif, yaitu untuk menjamin pengalihan harta warisan antar generasi dengan menekankan pemborosan seminimal mungkin. Contohnya bagaimana seorang pedagang sate tersebut menyisihkan uang hasil keuntungannya seperti menabung, dll
3. Strategi edukatif, strategi ini berupaya menghasilkan pelaku sosial yang layak dan mampu menerima warisan kelompok sosial dengan cara melahirkan aktor-aktor baru untuk mempertahankan distingsi (kelas atas/kuat) dan yang lemah untuk resistesnsi (pengkaderan) serta mampu memperbaiki jenjang hierarki. Di tempuh lewat jalur pendidikan baik formal maupun non formal. Pedagang sate ini berupaya mampu menerima dan mempelajari segala bentuk ilmu dagang atau ilmu bisnis yang dipelajarinya dari keluarganya.
4. Strategi investasi ekonomi, upaya mempertahankan atau meningkatkan berbagai jenis modal , yaitu akumulasi modal; ekonomi dan modal sosial yang bertujuan melanggengkan dan membangun hubungan sosial yang berjangka pendek maupun panjang. Agar langgeng kelangsungan nya. Usaha sate menjadi komoditi ekonomi dan perdagangan yang cukup untuk menghasilkan pundi-pundi

rupiah dan keuntungan financial bagi masyarakat. Modal ekonomi pedagang sate yaitu usaha pedagang untuk memperoleh uang guna untuk mencukupi kebutuhan hidupnya

5. Strategi investasi simbolik, strategi ini merupakan upaya melestarikan dan meningkatkan pengakuan sosial, legitimasi atau kehormatan melalui reproduksi skema persepsi dan apersepsi yang paling cocok dengan property mereka, dan menghasilkan tindakan yang peka untuk di apresiasi sesuai dengan kategori masing masing, seperti berupaya melestarikan dan meningkatkan pengakuan sosial dengan cara mempunyai suatu ke khasan tersendiri dari usaha mereka dan bagaimana pedagang tersebut mempertahankan ke khasan tersebut agar tetap terkenal di kalangan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada pedagang sate yang ada di Jalan Delima Kota Pekanbaru. Dipilihnya lokasi Jalan Delima ini disebabkan beberapa alasan antara lain banyaknya terdapat pedagang sate asli khas Minangkabau yang mempunyai usaha dagang lebih besar dibandingkan dari beberapa tempat yang ada di Kota Pekanbaru. Hal itu terbukti karena para pedagang memiliki restoran atau tempat usaha tetap dan memiliki beberapa cabang yang ada di kampung sendiri maupun di kota Pekanbaru, selain itu di Jalan Delima memiliki semua kriteria atau jenis-jenis sate asli Minangkabau.

Subjek Penelitian

Dalam menentukan subjek penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan mekanisme yang disengaja, yang mana sebelum melakukan penelitian, para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi (Afrizal, 2014). Subjek penelitian ditentukan berdasarkan orang yang dianggap paling tahu tentang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga akan memudahkan peneliti dalam menelusuri situasi yang diteliti.

Peneliti menentukan subjek penelitian berdasarkan permasalahan yang akan diteliti tentang Eksistensi Pedagang Etnis Minangkabau Di Kota Pekanbaru, peneliti mengkhususkan mengambil para pedagang sate khas Minangkabau yang diproduksi asli oleh keturunan Minangkabau dengan kriteria sebagai berikut :

1. Tidak mengambil pedagang sate yang menggunakan merek dagang "Sate Padang" dikarenakan sate asli khas Minangkabau hampir tidak ada yang menjual kuliner mereka dengan embel-embel Padang.
2. Pedagang sate memiliki lokasi tetap untuk berjualan seperti restoran dan,
3. Mengambil pedagang sate yang mempunyai usaha dagang lebih besar karena peneliti ingin melihat bagaimana pengembangan usahanya.

Pengambilan subjek dilakukan dengan mengambil beberapa pedagang sate Minangkabau yang sesuai dengan kriteria peneliti. Di Jalan Delima tersebut, penulis menemukan 5 orang pedagang sate

yang sesuai dengan kriteria. Dari ke-5 orang informan tersebut, 4 orang diantaranya, bersedia untuk dijadikan subjek penelitian. Masing-masing mereka memiliki jenis usaha dan nama merek dagang yang berbeda-beda.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti dan kemudian menyimpulkan dari apa yang diteliti (Yusuf Muri, 2017). Pengamatan memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana yang dilihat dan memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh subjek (Maelong, 2001).

2. Wawancara

Wawancara akan melengkapi data yang tidak bisa ditemukan melalui observasi. Wawancara ini terutama tertuju kepada pengelola atau pemilik restoran Sate asli Minangkabau di Pekanbaru. Disini cara memberikan pertanyaan yang sama kepada setiap responden terkait dengan strategi yang dilakukan pedagang sate untuk melakukan pengembangan usahanya di Kota Pekanbaru. selain itu juga cara pedagang untuk mengatasi persaingan dagang serta apakah ada motivasi mereka berdagang agar usahanya tetap berjalan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yakni dengan mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa gambar atau foto, catatan, transkrip, buku, surat, majalah, notulen, laporan dan lain sebagainya (Arikunto, 2003).

Jenis dan Sumber Data

Data primer yang dihimpun secara langsung dari informan dan diolah sendiri oleh peneliti (Sukandarrumidi, 2004)

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer apabila membutuhkan sumber data dari buku-buku, jurnal dll (Iqbal Hasan, 2002).

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktifitas yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif Deskriptif.

SATE PADANG SEBAGAI SATE KHAS MINANGKABAU

Sate Minangkabau adalah salah satu jenis makanan tradisional yang paling disukai oleh banyak orang dari semua lapisan umur, maupun status sosial, sate khas Minangkabau ini biasanya dikenal oleh orang luar Minangkabau dengan sebutan *Sate Padang*. *Sate Padang* adalah hanya sebutan sate khas Minangkabau yang diproduksi asli oleh orang keturunan Minangkabau. Walaupun sebenarnya pada masyarakat Minangkabau hampir tidak ada orang yang memberikan nama merek dagang mereka dengan menggunakan *embel-embel Padang*. Hal tersebut berkaitan juga karna orang Minangkabau sering di sebut sebagai orang Padang. Padahal sebenarnya orang Minangkabau belum tentu orang Padang, sebaliknya orang

Padang belum tentu orang Minangkabau. Orang Minangkabau belum tentu orang Padang karena orang Minangkabau bukan hanya ada di Padang, melainkan ada di berbagai kota lainnya seperti Padang Panjang, Solok, Pariaman, Pasaman, Bukittinggi, Payakumbuh dan sebagainya di Provinsi Sumatra Barat. Bahkan orang Minangkabau juga bermukim di Riau, Jambi, dan Bengkulu, serta di Negri Sembilan, Malaysia. Karena itu tidak tepat bila dikatakan bahwa semua orang Minangkabau itu adalah orang Padang. Sedangkan orang Padang, belum tentu orang Minangkabau, hal tersebut dikarenakan bahwa di Padang tidak bisa semuanya dikatakan orang Minangkabau karna bukan keturunan dari kerajaan Minangkabau seperti misalnya etnis Tionghoa, Etnis Nias yang juga banyak bermukiman di Padang, sejak abad yang lalu.

Sate Minangkabau mempunyai keanekaragaman jenisnya dan memiliki racikan bumbu yang berbeda pada masing-masing daerah di Sumatra Barat, yaitu diantaranya: 1) Sate yang berasal dari daerah Darek atau daratan dikenal dengan istilah Sate Darek. 2) Sate yang berasal dari daerah Pesisir dikenal dengan Sate Pariaman. 3) Sate yang berasal dari daerah 50 Kota dikenal dengan nama Sate Danguang-Danguang.

HASIL PENELITIAN

Strategi Pengembangan Pedagang Sate Minangkabau Di Kota Pekanbaru

Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa adanya lima strategi pedagang sate khas Minangkabau dalam mengembangkan

dan mempertahankan eksistensi usahanya.

Strategi Investasi Simbolik

Setiap pengusaha, anak sangat berpengaruh dalam kelancaran suatu usahanya. Strategi investasi Biologis disini adalah bukan tentang program KB dan sebagainya, tetapi bagaimana pedagang mempertahankan kelangsungan usaha satenya dan bagaimana pedagang berinvestasi dalam hal keturunan, mewariskan usahanya kepada keturunan atau tidaknya yang bertujuan untuk mempertahankan modal atau menjaga keturunan agar kemudian usahanya tetap di lanjutkan oleh keturunan.

Semua subjek penelitian ini tidak membatasi jumlah anak karena menurut pedagang sate ini anak adalah kunci keberlangsungan suatu usaha dan objek warisan kebudayaan yang sangat penting, itu sebabnya. Setiap pedagang sate ini ingin mewariskan usaha mereka kepada anaknya nanti. Dengan harapan agar usahanya kelak bisa lebih sukses dan lebih maju dari yang sekarang.

Strategi Suksesif

Strategi suksesif ini ditujukan untuk menjamin pengalihan harta warisan antar generasi dengan menekankan pemborosan seminimal mungkin. Para pedagang sate khas Minangkabau melakukan strategi suksesif dengan melakukan penghematan dan menyimpan sebagian penghasilannya untuk mencukupi kebutuhan hidupnya atau melakukan investasi untuk mencukupi kebutuhan hidupnya dimasa dengan cara menabung ke bank, bermain arisan, berinvestasi seperti membeli rumah, tanah, properti dll.

Strategi Edukatif

Pedagang sate Minangkabau melakukan strategi edukatif dengan berupaya mampu menerima dan mempelajari segala bentuk ilmu dagang yang dipelajarinya dari keluarga mereka agar mereka dapat mempunyai keahlian yang sama dan mewariskan kembali ilmu dagang yang mereka miliki tersebut kepada keturunannya.

Mempelajari ilmu dagang tersebut melalui jalur pendidikan non formal yang didapat dari orang terdekat contohnya seperti dari ibu kandung, mamak atau saudara laki-laki dari ibunya, kakak kandung, maupun dari sahabat si pedagang sate. Tidak ada pelatihan khusus untuk mempelajarinya.

Strategi Investasi Ekonomi

Untuk memiliki pelanggan yang banyak, meningkatkan pendapatan dan menguntungkan, pedagang sate ini berusaha mempertahankan kepuasan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas rasa, meningkatkan mutu pelayanan, membuka cabang, dan selalu menjaga kebersihan. Selain itu untuk menarik hati pelanggan, mereka juga membuat nama merek dagang yang menarik dan memiliki ciri khas. Sedangkan untuk mempertahankan modal sosial dengan cara ramah dan menjalin hubungan baik sesama pelanggan, sanak saudara, karyawan dan pemasok bahan bakunya.

Strategi Investasi Simboli

Strategi ini merupakan upaya melestarikan dan meningkatkan pengakuan social. pedagang sate khas Minangkabau melakukan strategi ini dengan cara mempunyai

suatu ke khasan tersendiri dari usaha mereka dan bagaimana pedagang sate mempertahankan ke khasan tersebut agar tetap terkenal dan mendapatkan pengakuan di kalangan masyarakat.

Pedagang memiliki suatu ke khasan tersendiri dan tidak ingin mengubah-ubah ciri khas tersebut. Pedagang sate memiliki ciri khas rasa dan warna kuah sate yang berbeda-beda sesuai dengan ciri khas sate berdasarkan jenis-jenis sate yang ada di Sumatra Barat. Selain itu, para pedagang sate ini juga memberikan nama merek dagang dengan menggunakan bahasa daerah mereka, dimana hal itu akan menarik hati pembeli.

DINAMIKA KEHIDUPAN PEDAGANG SATE PADANG Faktor Pendorong Pedagang Sate Minangkabau Dalam Mempertahankan Eksistensinya

Menjalankan strategi tentu adanya faktor-faktor pendorong atau alasan yang menyebabkan strategi itu terlaksana. Masing-masing pedagang sate memiliki faktor pendorong dan alasan mengapa mereka melakukan strategi tersebut.

Ada beberapa persamaan faktor pendorong dalam melakukan strategi tersebut. Pada dasarnya pedagang sate memiliki faktor pendorong dalam melakukan strategi tersebut guna untuk melanggengkan suatu usaha mereka.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada cara masing-masing pedagang mempertahankan usaha mereka. Ada yang ingin mewariskan usaha, ada pedagang yang memang kepandaian nya hanya disitu, ada yang ingin menjaga nama baik usaha dari keluarganya serta ada yang tidak ingin membuat pelanggan kecewa.

Faktor Penghambat Pedagang Sate Minangkabau Dalam Mempertahankan Eksistensinya

Dalam menjalankan strategi selain adanya faktor-faktor pendorong atau alasan yang menyebabkan strategi itu terlaksana, tentu adanya faktor penghambat atau hambatan dalam melakukan strategi tersebut. Dalam melakukan strategi ini, para pedagang memiliki hambatan atau faktor penghambat yang berbeda-beda seperti misalnya hambatan bagaimana mereka mempertahankan ciri khas, hambatan dalam menarik hati pelanggan dll. Ada juga beberapa pedagang sate ini yang tidak memiliki hambatan seperti tidak adanya hambatan dalam menarik hati pelanggan karna usaha miliknya sudah memiliki nama. Pada dasarnya setiap pedagang memiliki permasalahan yang berbeda-beda dalam menjalankan usaha mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan di Jalan Delima Kota Pekanbaru telah selesai dilakukan peneliti dengan memaparkan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk melakukan pengembangan usahanya di Kota Pekanbaru, pedagang sate asli Minangkabau ini mempunyai strategi-strategi untuk memaksimalkan dan mempertahankan usaha mereka. Strategi yang dimaksud adalah sebagai berikut:
 - a. strategi investasi biologis, Membatasi jumlah anak untuk mengurangi pengeluaran dan kebutuhan, tidak dilakukan oleh semua

pedagang sate karena bagi para pedagang sate ini, anak adalah kunci keberlangsungan usaha mereka. Setiap pedagang sate ini ingin mewariskan usaha mereka kepada anaknya nanti. Dengan harapan agar usahanya kelak bisa lebih sukses dan lebih maju dari yang sekarang.

- b. Strategi suksesif, para pedagang sate ini melakukan penghematan dengan cara menabung, berinvestasi, dan menyimpan sebagian penghasilannya guna untuk mencukupi kebutuhan hidupnya sekarang maupun yang akan datang.
- c. Strategi edukatif, Mempelajari ilmu dagang melalui jalur pendidikan non formal yang didapat dari orang terdekat seperti keluarga dan sahabat, serta mewariskan kembali ilmu tersebut kepada keturunan.
- d. Strategi investasi ekonomi diterapkan oleh semua subjek penelitian yang berguna untuk memperoleh penghasilan dan mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankan
- e. Strategi investasi simbolik, pedagang sate khas Minangkabau melakukan strategi ini dengan cara mempunyai suatu ke khasan tersendiri dari usaha mereka dan mempertahankan ke

keahlian tersebut agar tetap terkenal dan mendapatkan pengakuan di kalangan masyarakat.

Strategi yang paling dominan adalah strategi investasi biologis dan strategi investasi ekonomi karena strategi investasi biologis merupakan usaha mewariskan kepada keturunan. Bagi para pedagang sate ini, anak atau keturunan merupakan warisan kebudayaan dalam artian anak adalah kunci keberlangsungan usaha mereka, sebab, usaha yang dijalankan sekarang merupakan usaha turun temurun. Selain itu juga strategi investasi ekonomi pedagang sate ini yang berguna untuk meningkatkan pendapatan dan melanggengkan keberlangsungan usaha yang dijelankannya.

2. Pada dasarnya pedagang sate memiliki faktor pendorong dalam melakukan strategi tersebut guna untuk melanggengkan suatu usaha mereka. Dalam melakukan strategi tersebut, para pedagang memiliki banyak hambatan atau faktor penghambat yang berbeda-beda seperti misalnya hambatan bagaimana mereka mempertahankan ciri khas, hambatan dalam menarik hati pelanggan, dll. Ada juga beberapa pedagang sate ini yang tidak memiliki hambatan seperti tidak adanya hambatan dalam menarik hati pelanggan karena usaha miliknya sudah memiliki nama. Pada dasarnya setiap pedagang memiliki permasalahan yang berbeda-beda dalam menjalankan usaha mereka.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk pedagang sate khas Minangkabau, diharapkan, untuk lebih antusias dalam mengembangkan usaha sate khas Minangkabau ini. Tidak hanya memasarkan sate ini secara monoton saja namun juga mengenalkan sate ini sebagai kuliner orang Minangkabau dengan memiliki ciri-ciri khas yang berbeda dari beberapa jenis-jenisnya dengan menggunakan metode pemasaran yang lebih handal dari biasanya. Bisa juga dengan membuat komunitas pedagang sate asli Minangkabau di Kota Pekanbaru karena dengan adanya komunitas atau kelompok yang akan memudahkan para pedagang dalam mempromosikan usaha.
2. Untuk IKMR (Ikatan Keluarga Minang Riau), diharapkan untuk bisa merangkul kelompok pedagang sate khas Minangkabau di Kota Pekanbaru agar para pedagang bisa lebih mengembangkan usaha mereka.
3. Untuk Pemerintah Provinsi Sumatra Barat, diharapkan turut membantu dalam mempertahankan budaya kuliner khas Minangkabau dengan salah satu cara membuat hak paten terhadap kuliner asli Minangkabau agar bumbu asli atau resep asli kuliner Minangkabau bisa tetap sama di berbagai daerah yang dapat memudahkan orang untuk mengenal rasa kuliner asli Minangkabau dengan adanya

hak paten tersebut. Khususnya pada sate khas Minangkabau ini, agar masyarakat bisa mengenal masing-masing dan jenis-jenis perbedaannya dari masing-masing daerah yang ada di Sumatra Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2003. Prosedur Penelitian Suatu Praktek. Jakarta: Bina Aksara
- Damsar dan Dr. Indrayani, S.E. M.M. Pengantar sosiologi ekonomi : edisi kedua. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Hendika, Sulvia. dan Marisa Elsera. Modal Sosial Pedagang Generasi Pertama Etnis Minangkabau Di Kota Tanjungpinang. Universitas Maritim Raja Ali Haji: Tanjungpinang. Dalam JOM FISIP UMRAH.
- Iqbal Hasan, 2002, Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. Postmodernisme Teori dan Metode. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Moelong, Lexy J. 2001, Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Persadakarya: Bandung. .
- Naim, Mochtar. 2013. Merantau Pola Migrasi Suku Minangkabau: Edisi Ketiga. PT Rajagrafindo Persada: Depok.
- Pervin, A. Cervone,D and John, O. (2010). Psikologi Kepribadian:Teori Dan Penelitian, Edisi Kesembilan, Terjemahan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sipayung, Annes. 2015. Adaptasi Sosial Ekonomi Masyarakat Nias Di Rw27/Rt003 Kelurahan Sail Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Dalam JOM FISIP, Vol. 2, No. 2, Oktober, 2015.
- Sukandarrumidi, 2004. Metodologi Penelitian, Gadjah Mada: Yogyakarta. Hlm: 45
- Yusuf, Muri. 2017. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Saudagar_Minangkabau. Diakses Pada Tanggal 23 September 2019
- [Https://Kumparan.Com/@Kumparan food/Mengenal-3-Jenis-Sate-Padang-Berdasarkan-Daerah-Di-Sumatera-Barat](Https://Kumparan.Com/@Kumparan_food/Mengenal-3-Jenis-Sate-Padang-Berdasarkan-Daerah-Di-Sumatera-Barat) diakses pada tanggal 3 april 2019