

**Bisnis *Online* Pakaian Wanita Oleh
Etnis Tionghoa Di Surabaya
泗水华裔网络女服装上之买卖**

**Vony Fransisca
Ong Mia Farao Karsono
Leo Irwan**

Program Studi Sastra Tionghoa, Fakultas Sastra, Universitas Kristen Petra, Jalan
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Jawa Timur, INDONESIA
Email: Vony fransisca@yahoo.com, miafarao@gmail.com

ABSTRAK

Adanya kesemarakan bisnis *online* saat ini, terutama dibidang pakaian wanita, sehingga penulis tertarik untuk meneliti bisnis *online* pakaian wanita oleh etnis Tionghoa di Surabaya. Kajian pustaka yang digunakan untuk mendukung analisis terdiri atas prinsip-prinsip dasar bisnis etnis Tionghoa, strategi bisnis orang Tionghoa, bisnis *online* pakaian wanita, metode pembayaran bisnis *online*. Metode penelitian adalah kualitatif deskriptif, dengan jumlah informan adalah enam orang. Dari hasil analisis ditemukan ciri khas etnis Tionghoa dalam berbisnis online adalah bersifat hemat, kerja keras, dapat menabung, fleksibel, dan berani mengambil resiko, menghargai waktu, strateginya adalah menjadikan pelanggan seperti raja, mengumpulkan informasi melalui teman, family, internet, majalah, bekerja lebih dari jam kerja yang ditentukan. Alasan mengapa bisnis pakaian dijalankan oleh para informan adalah karena murah, wanita lebih suka membeli pakaian baru dan modelnya lebih bervariasi, belum dikenakan pajak oleh pemerintah Indonesia, tidak perlu menyewa stand dan pegawai.

Kata-kata Kunci : Bisnis *online*, pakaian wanita, etnis Tionghoa Surabaya.

摘要

由于存在网络买卖的热门现象，特别是女服装网络买卖，所以笔者研究泗水华裔的网络买卖内容。本论文采用的相关文献包括华裔经商的基本原则、华裔的经商策略、女服装网络买卖、支付的方式。使用的研究法是定性与描述性，研究对象共六位受访者。研究结果发现泗水华裔女服装网络买卖特色是节约、勤学苦练、善于储蓄、善于适应、敢于承担各种风险、珍惜时间。买卖策略是把客户当作皇帝，向女友、亲戚、姐妹或从网络上以及杂志找寻女服装款式的一切信息，受访者的工作精神超过一般人工作时间。女服装网络成为泗水华裔主要就业原因之一是因为便宜，女性更喜欢买新衣服，以及女服装款式比男服装款式多，不但政府还没决定在网络买卖上抽税，而且不需要雇佣员工和租摊子

关键词：网络，女服装，泗水华裔

PENDAHULUAN

Pada jaman modern dan majunya teknologi yang pesat ini, internet sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian penduduk di dunia. Hal ini juga memberikan dampak pada pola hidup manusia sekarang ini, termasuk dalam interaksi jual beli suatu komoditas. Kesemarakan bisnis *online* ini pernah diutarakan oleh Partono (2012, p. 2), bahwa saat ini ada satu kesemarakan yang sedang mengemuka di dunia, bahkan di Indonesia, yakni belanja *online*. *Online shop* dalam penelitian ini mengacu pada pengertian yaitu kegiatan bisnis yang dilakukan dalam jaringan internet, Serfianto (2013, p. 9) dan dalam penelitian ini, *online shop* disebut juga sebagai bisnis *online*, bisnis melalui telepon juga termasuk bisnis *online*, karena telepon juga melalui komunikasi melalui udara. Berbagai macam barang bisa kita dapatkan secara *online*, dari baju, sepatu, tas, komputer dan aksesorisnya, kosmetik sampai dengan perhiasan dan mobil.

Di jaman yang serba canggih ini semua kalangan dapat membuka bisnis *online*, contohnya saja pelajar, orang yang sudah bekerja, maupun ibu rumah tangga, Melvin (2012, p. 55) pernah menegaskan bahwa bisnis *online* ini menarik sebagian besar perhatian para etnis Tionghoa di Surabaya, tentunya dengan ciri khas berbisnis mereka yang unik, contohnya saja selalu mengutamakan relasi yang baik dengan rekan kerjanya. Maraknya *bisnis online* yang ditekuni oleh para etnis Tionghoa sekarang ini, juga di sebabkan karena *Online Shop* yang mudah dijalankan, murah, dan tidak membutuhkan modal yang sangat besar, terutama dalam hal berbisnis pakaian wanita. Bisnis pakaian wanita yang mudah dijalankan karena sifat alamiah wanita yang suka membeli pakaian. Dengan demikian dengan menjalankan bisnis

pakaian wanita akan cepat terjual. Sifat alamiah wanita yang feminim sesuai dengan pendapat Adhon (2013, p. 58) . Proses penjualan yang cepat dari bisnis *online* pakaian wanita membuat penulis tertarik untuk memilih topik pakaian wanita sebagai acuan utama. Sementara mengapa dipilih topik bisnis *online* karena banyak orang yang cukup hanya dengan membuat *website* toko, foto produk pakaian serta akses internet, bisnis *online shop* ini sudah dapat dijalankan.

Menurut Rianto (2012, p. 3), banyak sekali alasan mengapa orang suka berbelanja pakaian secara *online*, alasan utama karena *customer* malas untuk keluar rumah, selain itu produk pakaian yang ditawarkan secara *online* lebih unik, harga miring, dan buka terus selama 24 jam. Semua para pebisnis *online* saling berlomba-lomba untuk memberikan pelayanannya yang terbaik, contohnya saja layanan seperti *online chat* (*yahoo messenger, blackberry messenger, facebook chatting*) dan *sms center* yang membalas pertanyaan calon pelanggan.

Transaksi jual beli melalui *online*, tidak peduli pelanggan dari etnis Tionghoa ataupun tidak, modal utama hanya satu yaitu kepercayaan. Penjual dan pembeli tentunya tidak saling bertatap muka. Tidak peduli betapa jauhnya pelanggan kita, asalkan pelanggan percaya untuk membeli produk kita, membayar pakaian yang dipesan, penjual bersikap jujur, ekspedisi aman dan terpercaya, maka produk pakaian yang dipesan pasti sampai tujuan dengan kemasan yang menarik.

Layanan Konsumen adalah hal nomor satu. Mengingat bahwa slogan “Pembeli adalah Raja” (Yáng, 2004, p. 27). Layanan *online* ini tentunya menggambarkan bahwa pelayanan yang baik, responsif, cepat dan ramah adalah hal utama dalam berbisnis *online* (Rianto, 2012, p. 12). Bagi sebuah toko *online*, layanan konsumen adalah urutan yang paling atas sebab orang bisa berpindah ketempat lain hanya dengan sekali klik saja, maka dengan memiliki layanan konsumen yang baik, penjual pasti mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut penulis mengajukan dua rumusan masalah, (1) Bagaimana cirri khas etnis Tionghoa dalam berbisnis *online* pakaian wanita di Surabaya? (2) Mengapa bisnis *online* pakaian wanita menjadi salah satu bidang pekerjaan yang dipilih oleh para etnis Tionghoa di Surabaya? (3) Apakah ada perbedaan pelaku laki-laki atau perempuan ketika melakukan bisnis *online*?

PRINSIP-PRINSIP DASAR BISNIS ETNIS TIONGHOA

Menurut Emsan (2011, p. 61-72), prinsip-prinsip dasar orang Tionghoa dalam berbisnis memiliki ciri khas tertentu yang membedakan dengan kaum non Tionghoa, sehingga prinsip yang dilakukan oleh etnis Tionghoa membawa mereka dalam kesuksesan, prinsip-prinsip tersebut ialah sebagai berikut :

1. Hemat

Etnis Tionghoa terkenal sederhana, kekayaan yang mereka peroleh tidak semua dikonsumsi habis. Mereka menabung atau menginvestasikan sebagian pendapatannya untuk masa depan. Dalam menggunakan uang Etnis Tionghoa paling disiplin dan perhitungan. Orientasi mereka berfikir panjang dan jauh.

2. Kerja Keras dan Cerdas

Etnis Tionghoa terkenal dengan pekerja keras dan memiliki otak cerdas. Apabila ayahnya berjualan kacang bungkusan, maka pada saat anaknya kelak, usahanya akan menjadi pabrik kacang. Yang terpenting adalah kerja keras

3. Menyimpan uang

Para Etnis Tionghoa tidak tertarik untuk menyimpan uang mereka dalam jumlah besar. Mereka lebih tertarik untuk memutar uang yang dimiliki agar nilainya tidak berkurang bahkan bertambah.

4. Fleksibel

Etnis Tionghoa mudah menyesuaikan diri dengan keadaan apapun. Mereka selalu totalitas dalam bekerja.

5. Berani Mengambil Resiko

Untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis, orang Tionghoa selalu berani mengambil resiko, termasuk resiko gagal, rugi, ataupun bangkrut. Bagi mereka, berbisnis adalah kegiatan yang menarik, tetapi penuh resiko dan tidak ada jaminannya. Oleh karena itu, setiap berbisnis harus dilakukan dengan sungguh-sungguh.

6. Menghargai waktu

Etnis Tionghoa sangat menghargai kehidupan setiap harinya. Bagi mereka waktu sangatlah berharga, sehingga harus dilalui dengan kerja keras.

STRATEGI BISNIS ORANG TIONGHOA

Menggunakan Teori strategi yang diutarakan oleh Emsan (2011, p. 61-72), yaitu seperti berikut ini:

1. Mengumpulkan Informasi dan Mau Belajar

Etnis Tionghoa dalam berbisnis selalu mengumpulkan informasi sebanyak mungkin, dari teman, kerabat, atau bahkan dari orang yang tidak dikenalnya. Dalam berbisnis, etnis Tionghoa selalu mau belajar dan memulainya menjadi pegawai.

2. Orientasi pada pelanggan

Dalam melakukan bisnis apapun hal yang terpenting ialah pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sebab jika tidak ada pelanggan berarti tidak akan ada kesuksesan, tidak ada keuntungan.

3. Bekerja minimal 18 jam sehari

Bagi etnis Tionghoa, waktu merupakan hal sangat penting, mereka bekerja dari pagi sampai malam hari. Etnis Tionghoa sangat menghargai waktu yang ada.

4. Kemampuan Memasarkan

Etnis Tionghoa sangat giat dalam memasarkan suatu komoditas. Pada dasarnya etnis Tionghoa selalu memberikan pelayanan yang terbaik, maka secara tidak langsung konsumen juga memasarkan barang dagang melalui *word of mouth* atau percakapan

dari mulut ke mulut, maka dengan strategi pemasaran ini dapat membuat etnis Tionghoa sukses dalam bisnisnya.

BISNIS ONLINE PAKAIAN WANITA

Menggunakan pandangan mengenai bisnis *online* yang diutarakan oleh Rianto dan Utomoo. Menurut Rianto (2012) pengertian toko *online* merupakan suatu jual beli barang yang tidak memerlukan tatap muka untuk bertransaksi. Bisnis *online* menjual berbagai macam produk, contohnya saja makanan, sepatu, peralatan rumah tangga, tas, dan lain lain (p.4). Menurut Utomo (2013, p.137) bisnis pakaian seakan tidak pernah mati, pakaian merupakan produk yang murah, mudah terjual dipasaran dan bisa langsung dipakai oleh pembeli, terutama pakaian wanita yang banyak diminati dan lebih memiliki model variasi yang lebih banyak daripada pakaian laki-laki, karena naluri wanita yang suka dengan pakaian, maka membuat para penjual baju wanita menjadi menguntungkan. Terutama anak muda yang selalu mengikuti mode yang modern, dan tingkat daya beli yang tinggi perihal pakaian.

METODE PEMBAYARAN BISNIS ONLINE

Menurut Purnomo (2013, p.267-268) metode pembayaran bisnis *online* terdiri atas :

1. Pembayaran Transfer Dana Melalui Mesin ATM

Pembayaran bisnis *online* selama ini sering menggunakan sistem transfer dana melalui mesin ATM. Sangat aman, nyaman dan tidak sulit. (Bagi pemilik mesin ATM)

2. Pembayaran Transfer Dana Melalui Bank

Adapun beberapa metode pembayaran bisnis *online*, yakni melalui bank, bilamana pembeli tidak memiliki kartu ATM dapat menstransfer uang melalui Bank. Sangat aman, dan nyaman. (hanya perlu membawa Kartu Tanda Penduduk).

3. Pembayaran Secara Tunai

Pada umumnya Pembayaran tunai ditujukan apabila penjual dan pembeli saling mengenal dan sudah memiliki perjanjian untuk bertatap muka (bertemu). Maka, terjadilah suatu transaksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan sumber data etnis Tionghoa yang rentang usianya antara 15-45 tahun tidak dibedakan laki-laki ataupun perempuan dan sudah menggeluti toko pakaian *online* sendiri selama 1-10 tahun, serta berada di wilayah kota Surabaya. Tidak memperhitungkan tempat tinggal responden, karena bisnis *online* dapat diakses di mana saja. Teknik pengumpulann data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, yang sesuai dengan pendapat Prastowo (2010, p. 146). Oleh karena itu penulis memilih wawancara sebagai teknik

pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang mendalam. Khususnya wawancara semi terstruktur, sesuai dengan pendapat Patton (2009), wawancara semi terstruktur atau semi terpusat yaitu pertanyaan yang sudah ditetapkan tetapi ruang gerak diserahkan kepada pewawancara (p. 277).

Data penelitian yang diperoleh dari rekaman wawancara kemudian ditranskripsikan ke dalam tulisan. Menggunakan proses penyusunan yang pernah ditegaskan oleh Sugiyono (2009, p. 35) dan seperti yang dilakukan dalam jurnal yang ditulis oleh, yaitu data yang diperoleh dari wawancara, diorganisasikan, dijabarkannya, kemudian dipilih data yang penting untuk dianalisis. Proses analisis juga merupakan proses penyusunan seperti yang pernah ditegaskan oleh Sugiyono (2009), yaitu proses penyusunan data yang diperoleh dari wawancara, dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya, kemudian memilih data yang penting untuk dianalisis (p. 35).

CIRI KHAS ETNIS TIONGHOA DALAM BERBISNIS *ONLINE* PAKAIAN DI SURABAYA

Dari hasil wawancara dengan keenam informan mengenai ciri khas bisnis *online*, bila dianalisis berdasarkan teori yang diajukan dalam Bab dua, hasil analisis seperti dalam subab berikut ini.

PRINSIP-PRINSIP DASAR BISNIS ETNIS TIONGHOA

1) Hemat

Semua informan memperhitungkan dari segi hemat tidaknya ketika melakukan bisnis *online*. Oleh karena semua informan memperhitungkan srgi kehematan, sehingga sesuai dengan pendapat Eman (2001. pp. 61-72) yang menyatakan bahwa dalam menggunakan uang etnis Tionghoa paling disiplin dan perhitungan. Orientasi mereka berfikir panjang dan jauh. Bisnis online ini lebih hemat dibandingkan dengan membuka toko didukung oleh pernyataan dari informan (1) “ tentu saja ada, dari segi tempat, kami tiak perlu menyewa stand, untuk berjualan, cukup dengan internet saja”. Informan (3) , (4), (5) dan (6) mempunyai pendapat yang sama dengan informan (1). Mengenai informan (2) mempunyai pendapat yang agak berbeda mengenai penggunaan listrik, ia merasa boros di bidang listrik karena ia menggunakan komputernya di rumah.

2) Kerja keras dan Cerdas

Semua informan penelitian ini berjiwa kerja keras , terbukti pada hari kerja senin sampai sabtu mereka melayani langganan. Ada sebagian besar informan yang sangat bekerja keras terbukti karena hari minggupun melayani bisnis *online*. Informan yang sangat bekerja keras ini yaitu informan 1 yang terbukti dengan kata-kata nya yang mengatakan : “Saya tipe orang yang menghargai waktu yang ada, tidak pernah libur, pada hari minggu, hari besar tetap buka, malah sangat ramai kalau hari-hari besar seperti imlek, orderan baju melesat, Karena semua ingin tampil dengan baju yang

baru”. Informan yang pada hari minggu tidak melayani langganan memiliki alasan bermacam-macam yang penulis jabarkan dalam Tabel 4.1 berikut ini.

Sementara mengenai kecerdasan para informan tercermin karena bisa mengelola bisnis *online*, apabila informan tidak cerdas maka tidak dapat membuka bisnis *online*, karena tidak akan mampu mengikuti perkembangan teknologi.

Tabel 4.1 Rincian alasan informan tidak membuka toko pada hari minggu

Informan	Jenis kelamin	Alasan
1	Perempuan	Buka terus hari senin sampai hari minggu
2	Laki-laki	Minggu tutup karena beribadah
3	Perempuan	Buka terus hari senin sampai hari minggu
4	Laki-laki	Minggu tutup karena bermain futsal
5	Perempuan	Buka terus hari senin sampai hari minggu
6	Laki-laki	Buka terus hari senin sampai hari minggu

3) Menyimpan Uang

Hampir semua responden mengelola bisnis *online* bukan merupakan pekerjaan utama, misalnya sebagai ibu rumah tangga sambil berbisnis *online*, pekerja kantor sambil berbisnis *online*, guru bahasa mandarin sambil berbisnis *online*. Namun, ada satu responden yang pekerjaan utamanya adalah berbisnis *online*. Dengan informasi ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa informan penelitian ini tidak suka membiarkan uang itu berdiam dalam bentuk uang, melainkan uang tersebut diputar untuk berbisnis *online*. Seperti informan (5) yang mengatakan “tiap minggunya 65 model pakaian”, informan (3) mengatakan “tiap minggunya 60 model pakaian”, informan (1) mengatakan “tiap minggunya 50 model pakaian”.

4) Fleksibilitas

Sifat fleksibilitas dalam informan penelitian ini ditunjukkan oleh mampunya mencari informasi di internet, karena dari internet akan memperoleh semua informasi mengenai model yang sedang digemari oleh kaum wanita. Hal ini menunjukkan sifat fleksibel karena tidak terpaku kepada pendapatnya sendiri, melainkan mau mencari pendapat dari internet. Ada juga informan ini yang fleksibilitasnya ditunjukkan oleh bersedianya mereka berkomunikasi dengan teman wanita, atau dengan kakak wanitanya. Hal ini juga berarti informan penelitian tersebut bersifat fleksibel karena bersedia menerima pendapat orang lain. Hal ini ditunjukkan dari informan (4) yang mengatakan “saya bertanya kepada kakak perempuan saya”.

5) Berani mengambil resiko

Sikap berani mengambil resiko berbisnis *online* dari semua informan penelitian ini, ditunjukkan bahwa mereka tetap berani berjualan walaupun ada baju yang tidak laku. Solusi mereka mengatasi baju-baju yang tidak laku ini ada yang diobral murah-murah. Seperti yang dikatakan oleh informan (1) bahwa “Ya itu resiko, barang yang tidak laku saya jual kembali, yang tidak trend saya obral murah-murah aja pasti laku keras”. Ada yang dijual dengan harga yang sama, seperti yang dilakukan oleh informan (2) yang mengatakan “saya jual kembali dengan harga yang sama”. Ada 3 informan yang derajat keberanian mengambil resiko melebihi informan yang lain karena mereka berani menyediakan baju sebelum ada yang memesan. Informan yang berani menyediakan baju sebelum ada yang memesan salah satunya ditunjukkan oleh informan (3) yang mengatakan “saya tiap minggunya berani stock 60 model pakaian”. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa justru ketiga informan laki-laki lah yang tidak berani mengambil resiko membeli baju terlebih dahulu sebelum ada yang memesannya.

6) Menghargai waktu

Semua informan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat menghargai waktu, karena mereka meskipun sudah mempunyai pekerjaan masih mau melakukan bisnis *online*. Ditemukan juga hampir semua informan, masih melayani langganan pada hari minggu, hal ini membuktikan sifat derajat menghargai waktu mereka tinggi, seperti yang dikatakan oleh informan (1) bahwa “Saya tipe orang yang menghargai waktu yang ada, tidak pernah libur, pada hari minggu, hari besar tetap buka, malah sangat ramai kalau hari-hari besar seperti imlek, orderan baju melesat, karena semua ingin tampil dengan baju yang baru.”

Dalam berbisnis *online* pakaian, para etnis Tionghoa berhemat dari segi tempat yang tidak perlu menyewa stand, berhemat dalam hal tenaga kerja yang tidak perlu mempekerjakan pegawai dan berhemat dalam hal pajak perdagangan. Jadi segi kehematan dalam menjalankan bisnis *online* tersebut. Para etnis Tionghoa ini terlihat sangat kerja keras dan cerdas, kerja keras dalam hal waktu bekerja, sebagian besar mereka beekerja dari hari senin sampai minggu, hal ini menunjukkan bahwa jiwa kerja keras mereka dominan. Cerdas yang berarti para etnis Tionghoa dalam berbisnis *online* mampu mengikuti suatu perkembangan teknologi yang semakin pesat ini. Dalam hal menyimpan uang, para etnis tionghoa sangatlah pintar, mereka menyimpan uang namun tidak begitu saja membiarkan uang tersebut diam dan tidak berbuah, mereka menyimpan uang yang kemudian diputarakan untuk berbisnis *online*. Fleksibilitas, para etnis tionghoa dalam berbisnis *online* ini terlihat pada saat mereka yang mau mencari informasi-informasi perihal model pakaian yang lagi tren baik dari saudara perempuan, internet ataupun teman-teman. Jadi para etnis tionghoa ini fleksibel dan tidak terpaku terhadap pendapatnya sendiri. Sedangkan mengambil resiko dalam berbisnis *online* terlihat dari para etnis Tionghoa yang menyediakan barang terlebih dahulu sebelum ada yang memesannya. Hal ini menunjukkan mereka berani mengambil resiko untuk menimbun pakaian yang nantinya tidak laku.

Sedangkan menghargai waktu, para etnis Tionghoa dalam menjalankan bisnis online ini sangat terlihat jelas dengan adanya layanan pembeli di hari minggu (hari libur). Mereka tetap *online* walaupun di akhir pekan. Jadi prinsip-prinsip yang mendasari para etnis Tionghoa dalam berbisnis *Online* antara lain : hemat, kerja keras dan cerdas, menyimpan uang, fleksibelitas, berani mengambil resiko, dan menghargai waktu.

STRATEGI BISNIS ORANG TIONGHOA

Strategi bisnis orang Tionghoa yang ditunjukkan oleh keenam informan ini, sesuai juga yang diutarakan oleh Emsan, (2011, p.61-72) dengan rincian seperti berikut ini :

- 1) Mengumpulkan informasi dan mau belajar
Semua informan dalam penelitian ini, selalu berusaha mengumpulkan informasi mengenai pakaian wanita dari teman wanita nya atau kakak nya atau internet. Hal ini membuktikan mereka bersedia belajar mengetahui situasi pasar saat itu , terbukti dari informan (2) yang mengatakan “ Saya bertanya kepada teman wanita saya, kira-kira pakaian seperti ini laku atau tidak.”
- 2) Orientasi Pada Pelanggan
Dalam melakukan berbisnis *online*, semua informan selalu berorientasi pada kepuasan pelanggan. Mereka menganggap pelanggan sebagai orientasi dalam bisnis mereka, seperti yang dikatakan oleh informan (4) yaitu “menurut saya yang terpenting para pelanggan saya puas dengan baju-baju yang saya jual.”
- 3) Bekerja minimal 18 jam sehari
Dari hasil wawancara dengan para informan , diketahui semua informan bekerja setiap hari. Mereka tidak menyebutkan lama jam bekerjanya tetapi jawaban mereka bahwa hari libur pun bekerja dapat di tarik kesimpulan bahwa jam kerja mereka lebih dari 18 jam sehari, dan hal ini terbukti dengan informan (3) yang mengatakan “ setiap hari kerja.”
- 4) Kemampuan memasarkan
Informan dalam penelitian ini mempunyai sifat sangat giat saat memasarkan barang dagangannya, hal ini ditunjukkan semua informan giat memasarkan melalui *blackberry*, *facebook*, *instagram*. Selain itu, mereka juga tidak sembarangan untuk mencari model, namun bertanya terlebih dahulu, sehingga menemukan model yang cocok dan penjualan pun meningkat , hal ini terbukti dengan adanya responden (6) yang mengatakan bahwa “saya berusaha memasarkan kesemua orang, baik melalui fb, blackberry.”

Jadi strategi-strategi bisnis yang mendasari para etnis Tionghoa dalam berbisnis *online* antara lain: mengumpulkan informasi dan mau belajar, orientasi pada pelanggan, bekerja minimal 18 jam sehari, dan kemampuan memasarkan.

Dalam hal mengumpulkan informasi dan mau belajar, para etnis Tionghoa dalam berbisnis *online* sangatlah cekatan, mereka berusaha mengumpulkan informasi mengenai pakaian yang sedang tren di kalangan remaja melalui teman-teman, saudara

perempuan maupun media sosial, dan mau belajar untuk memahami model pakaian apa yang sedang digemari oleh para pelanggan. Para etnis Tionghoa dalam berbisnis pakaian ini mengutamakan orientasi pada pelanggan, karena mereka merasa pelanggan adalah Raja, kepuasan pelanggan adalah hal yang utama dalam berbisnis *online*. Mereka bekerja minimal 18 jam sehari, mereka bekerja sangat giat dan tidak memperdulikan waktu bekerja. Dalam hal kemampuan memasarkan, para etnis Tionghoa dalam menjalankan bisnis *online* pakaian ini sangatlah pintar, terbukti dari kemampuan pemasaran mereka melalui media sosial yang digunakan, contohnya saja *facebook, instagram, blackberry*, media-media tersebut sangatlah membantu dalam bisnis *online*.

ALASAN MEMILIH BISNIS *ONLINE* PAKAIAN WANITA SEBAGAI SALAH SATU BIDANG PEKERJAAN

Dari hasil wawancara dengan enam informan yang terdiri atas tiga laki-laki dan tiga perempuan, ternyata mereka semua menjawab sangat menguntungkan dengan menjual pakaian wanita secara *online*. Selain itu mereka juga merasa dengan menjual bisnis secara *online*, akan mendapatkan nilai tambah dari segi kehematan. Dari hasil wawancara dengan para informan kehematan ini terjadi dalam hal tidak perlu membayar stand, tidak perlu membayar pegawai. Dengan demikian ditemukan, ciri-ciri khas bisnis *online* yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis yang bukan *online* yaitu tidak perlu membayar pajak. Oleh karena itu harga jual baju lebih murah.

Terkait dengan masalah hemat atau tidaknya dalam bisnis *online* hampir semua responden berpendapat bisnis *online* lebih hemat dari pada bisnis bukan *online*, hanya seorang responden yang berpendapat berbeda. Informan tersebut mengatakan berbeda dengan informan yang lain, dengan alasan bahwa bisnis *online* lebih boros listrik. Bila diamati ternyata yang mengatakan bisnis *online* ini boros yaitu informan lelaki yang telah melakukan bisnis *online* selama dua setengah tahun.

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai alasan mereka berbisnis *online* dan dikaitkan dengan usia dan lama bisnis mereka beserta gender nya, dibuatkan Tabel rincian berikut ini.

Rincian Alasan Berbisnis *Online* terkait dengan Usia, Jenis Kelamin, dan Lama berbisnis.

Nomor informan	Jenis kelamin	Usia	Lama berbisnis	Alasan
1	Perempuan	21 tahun	4 tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Omset kurang lebih 10 juta • Menguntungkan, 4 juta sebulan • Hemat karena tidak membayar pajak • Hemat karena tidak membayar stand toko
2	Laki-laki	25 tahun	2,5 tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada omset karena tidak berni stock barang • Menguntungkan, 2,5 juta sebulan • Hemat karena tidak membayar pajak

				<ul style="list-style-type: none"> • Hemat karena tidak membayar stand toko • Boros listrik
3	Perempuan	26 tahun	4,5 tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Omset kurang lebih 13 juta • Menguntungkan, 4 juta sebulan • Hemat karena tidak membayar pajak • Hemat karena tidak membayar stand toko
4	Laki-laki	24 tahun	1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada omset karena tidak bernilai stock barang • Menguntungkan, 1 juta sebulan • Hemat karena tidak membayar pajak • Hemat karena tidak membayar stand toko
5	Perempuan	24 tahun	5 tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Omset kurang lebih 15 juta • Menguntungkan, 4-5 juta sebulan • Hemat karena tidak membayar pajak • Hemat karena tidak membayar stand toko
6	Laki-laki	24 tahun	3 tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada omset karena tidak bernilai stock barang • Menguntungkan, 2-3,5 juta perbulan • Hemat karena tidak membayar pajak • Hemat karena tidak membayar stand toko

Dari rincian Tabel dapat ditemukan bahwa dari enam informan yang terdiri atas tiga laki-laki dan tiga perempuan, ternyata tiga responden laki-laki justru tidak berani menyetok barang sebagai omset. Justru tiga informan wanita yang berani menyetok barang hingga mencapai omset lebih dari 10 juta. Jadi alasan informan baik laki-laki atau wanita berbisnis *online* hampir sama semua, hanya ada perbedaan dalam hal penyediaan barang. Ditemukan ada satu responden laki-laki yang memikirkan mengenai keburukan bisnis *online* yaitu boros listrik, sementara informan lain tidak sampai memikirkan biaya penggunaan listrik.

Terbukti dari hasil wawancara alasan mengapa mengelola bisnis, karena toko *online* memang suatu bisnis *online* yang tidak memerlukan tatap muka, jadi sesuai dengan pendapat Rianto (2012). Selain itu dalam penelitian ini masih menemukan bisnis *online* belum dikenakan pajak oleh pemerintah Indonesia. Alasan dipilihnya bisnis *online* pakaian wanita, berdasarkan wawancara dengan responden (6) diketahui bahwa wanita lebih suka memakai baju baru dibandingkan dengan lelaki. Dengan demikian, sesuai dengan pendapat Utomo (2013, p.137) bahwa pakaian wanita lebih banyak diminati dan memiliki model yang bervariasi dari pada pakaian lelaki.

Bisnis *online* pakaian yang mudah di jalankan menjadi salah satu alasan yang dipilih para etnis Tionghoa di Surabaya karena tidak memerlukan banyak pegawai dan

hanya bermodalkan internet melalui media sosial untuk mengoperasikannya, contoh media sosial tersebut seperti *facebook*, *instagram*, *blackberry*, bisnis *online shop* ini sangatlah praktis dan tidak rumit. Dalam berbisnis *online shop* juga tidak perlu bertatap muka dalam bertransaksi karena hanya memelurkan gadget dan sangat praktis dalam membeli suatu barang. Transaksi hanya melauai alat komunikasi saja. Tidak memerlukan *stock* barang terlebih dahulu sebelum ada yang membelinya, jadi dalam berbisnis *online shop* ini melakukan system pre-order terlebih dahulu, maka penjual tidak perlu terbebani dengan pakaian yang tidak laku. Dalam menjalankan bisnis *online* pakaian ini juga tidak perlu membayar stand tempat berjualan ataupun pajak, karena bisnis *online* hanya memerlukan jaringan internet dan gadget saja sudah mampu dioperasikan, maka hal ini juga mempengaruhi harga pakaian yang di jual di toko *online* lebih murah di bandingkan toko pakaian yang sebenarnya. Modal yang sangat minimal dalam artian bahwa bisnis *online shop* ini tidak memerlukan modal yang besar, para etnis Tionghoa sebagai penjual hanya bermodalkan suatu alat komunikasi untuk menyebarluaskan atau memasarkan berbagai model pakaian melalui media sosial, dan tidak memerlukan uang yang banyak untuk *stock* pakaian terlebih dahulu. Maka dapat disimpulkan bisnis *online* pakaian wanita yang di pilih oleh para etnis Tionghoa di Surabaya sebagai salah satu bidang pekerjaan memiliki berbagai alasan yaitu : Bisnis *online* pakaian mudah di jalankan, tidak perlu tatap muka dalam bertransaksi, tidak perlu *stock* barang terlebih dahulu, tidak perlu membayar stand tempat dan pajak, dan modal yang sangat minimal.

ADA TIDAKNYA PERBEDAAN PELAKU LELAKI ATAU PEREMPUAN KETIKA MELAKAUKAN BISNIS ONLINE

Dari hasil jawaban mereka, ditemukan informan lelaki penelitian ini kurang berani menyediakan barang. Hal ini dibuktikan dengan adanya responden (2) yang mengatakan : “saya tidak berani menyediakan barang, hanya system pre-order”. Terbukti juga oleh jawaban informan (4) yang mengatakan “saya tidak berani menyediakan barang, system pre-order takut kalau ada sisa yang tidak laku.” Terbukti juga dengan informan (6) yang mengatakan bahwa “semua system pre-order, karena resiko kalau *ready stock*.”

Maka perbedaan pelaku bisnis *online* ini terlihat jelas ketika penyediaan suatu barang, pelaku lelaki lebih takut dalam penyediaan pakaian, sedangkan pelaku wanita lebih berani untuk membeli pakaian terlebih dahulu sebelum ada yang membelinya. Selain itu yang terlihat menonjol ialah dari segi omset, omset pelaku bisnis *online* perempuan lebih banyak dibandingkan pelaku lelaki, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku perempuan dalam berbisnis *online* lebih cerdas dan berani berisiko dibandingkan para pelaku lelaki, dan otomatis hasil pemasukan yang didapat pelaku perempuan lebih banyak dibandingkan pelaku lelaki.

Ciri khas Etnis Tionghoa dalam berbisnis online pakaian wanita di Surabaya ternyata semua informan penelitian ini memiliki sifat-sifat hemat, kerja keras, dapat menabung, fleksibel, dan berani mengambil resiko, menghargai waktu. Dalam hal

berani mengambil tidaknya resiko ketika berbisnis online ditemukan informan penelitian ini, justru informan laki-laki yang tidak berani mengambil resiko untuk menyediakan barang. Strateginya adalah menjadikan pelanggan seperti Raja, mengumpulkan informasi melalui teman, keluarga, internet, majalah, bekerja lebih dari jam kerja yang ditentukan. Alasan bisnis *online* pakaian wanita yang menjadi salah satu bidang pekerjaan yang di pilih oleh para etnis Tionghoa di Surabaya adalah murah, wanita lebih suka membeli pakaian baru dan modelnya lebih bervariasi, belum dikenakan pajak oleh pemerintah Indonesia, tidak perlu menyewa stand dan pegawai.

KESIMPULAN

Setelah menganalisis informasi yang diperoleh dari para informan dengan menghubungkan dengan kajian pustaka yang diajukan dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Ciri khas etnis Tionghoa dalam berbisnis *online* pakaian wanita di Surabaya, memiliki ciri-ciri:
 - a. ternyata semua informan penelitian ini memiliki sifat-sifat hemat, kerja keras, dapat menabung, fleksibel, dan berani mengambil resiko, menghargai waktu.
 - b. dalam hal berani mengambil tidaknya resiko ketika berbisnis *online* ditemukan informan penelitian ini justru informan laki-laki yang tidak berani mengambil resiko untuk menyetok barang.
 - c. strateginya adalah menjadikan pelanggan seperti raja, mengumpulkan informasi melalui teman, keluarga, internet, majalah, bekerja lebih dari jam kerja yang ditentukan.
2. Alasan bisnis *online* pakaian wanita yang menjadi salah satu bidang pekerjaan yang dipilih oleh para etnis Tionghoa di Surabaya adalah:
 - a. murah
 - b. wanita lebih suka membeli pakaian baru dan modelnya lebih bervariasi.
 - c. belum dikenakan pajak oleh pemerintah Indonesia, tidak perlu menyewa stand dan pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhon. (2013). *Kepribadian wanita*. Yogyakarta : Araska.
- Astono, Rianto. (2012). *Cerdas mengelola toko online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Emsan. (2011). *Rahasia bisnis orang Cina, Arab, dan India*. Jogjakarta: DIVA Press.
- Kaelan. (2012). *Metode penelitian kualitatif interdisipliner bidang sosial, budaya, filsafat, seni, agama, dan humaniora*. Yogyakarta: PARADIGMA.
- Melvin, Sheila (2012). *Sukses Berbisnis dengan bangsa Cina*. Bandung : PT. Grafindo Media Pratama.

- Partono, Adila Ashari. (2012). *“Menjamurnya online shop”*. Skripsi ini belum di publikasikan. Diponegoro. UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Patton, Michael Quinn. (2009). *Metode evaluasi kualitatif*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Prastowo, A. (2012). *Menguasai teknik-teknik koleksi data penelitian kualitatif*. Jogjakarta: DIVA Press.
- Serfianto. (2013). *Bisnis online dan transaksi elektronik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Kompas Gramedia Building
- Sugiono. (2009). *Metode penelitian kualitatif dan r&d*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Utomo, Eko Priyo. (2013). *Raja bisnis online*. Jakarta: Mediakom.