



## **Peran Etnis dan Kultural Pada Persaingan Industri Tahu Takwa di Kota Kediri**

**Riyan Amiruddin**

*Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember, Jember, Indonesia*

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i2.89>

### **Kata Kunci**

**Kata kunci :** Ekonomi, Budaya, Etnis, Sosial dan Bisnis

### **Abstrak**

Budaya merupakan suatu mekanisme hidup yang bersifat berulang dan teregenerasi dalam masyarakat. Dalam unsur budaya juga memiliki aspek pembentuk, salah satunya adalah etnis. Peran budaya dalam konteks etnis adalah sebagai basis pembentuk pemikiran, karakter dan kebiasaan sehingga menjadi identitas khusus bagi suatu etnis. Oleh karenanya, hal ini menjadi topik dalam riset ini dan bertujuan untuk mengeksplorasi isu yang berkaitan dengan ekonomi kultural dalam konteks persaingan industri tahu takwa di Kota Kediri. Ekonomi kultural merupakan kegiatan ekonomi yang berpadu dalam artikulasi kultur secara regeneratif. Riset ini menjadi penting, karena industri takwa adalah ikon yang melekat dengan kota kediri dan mencoba memaparkan hasil eksplorasi ekonomi kultural dalam konteks 2 etnis tionghoa jawa. Berbagai temuan peneliti akan dipaparkan dalam tulisan ini mengenai peran komoditas tahu sebagai media representasi etnisitas, etos kerja dan modal sosial antara etnis jawa dan tionghoa. Metode penelitian pada riset ini menggunakan kualitatif dengan teknik pengambilan data indepth interview. Hasil kajian riset akan memaparkan hasil eksplorasi ekonomi kultural yang meliputi etos kerja, identitas, pola persaingan, kontruksi pasar jaringan sosial dan ketahanan industri tahu takwa dalam dua dimensi antara etnis tionghoa dan jawa.

### **Keywords**

**Keywords:** Economic, Culture, Ethnic, Social dan Bussines

### **Abstract**

Culture is a life mechanism that is repeated and regenerated in society. Cultural elements also have shaping aspects, one of which is ethnicity. The role of culture in an ethnic context is as a basis for forming thoughts, characters and habits so that it becomes a special identity for an ethnicity. Therefore, this has become a topic in this research and aims to explore issues related to the cultural economy in the context of the competition for the tahu takwa industry in Kediri. Cultural economy is an economic activity that combines in a regenerative articulation of culture. This research is important, because the takwa industry is an icon attached to the city of Kediri and tries to explain the results of cultural economic exploration in the context of 2 Javanese Chinese ethnicities. Various findings of researchers will be presented in this paper regarding the role of tofu commodity as a medium of representation of ethnicity, work ethic and social capital between Javanese and Chinese ethnicities. The research method in this research uses qualitative indepth interview data collection techniques. The results of the research study will present the results of cultural economic exploration covering work ethic, identity, competition patterns, social network market construction and the resilience of the tofu industry in two dimensions between Chinese and Javanese ethnicities.

Korespodensi : Riyan Amiruddin  
Email : [amirudi257@gmail.com](mailto:amirudi257@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Masyarakat etnis tionghoa di Indonesia menjadi bangsa pendatang yang mampu menguasai lini kehidupan terutama aspek ekonomi. Hal tersebut dapat tergambarkan dengan fakta konglomerasi dan deretan orang terkaya di Indonesia banyak diisi oleh etnis tionghoa. Fenomena tersebut juga terimplikasi sejak pemerintah era kolonial dalam merumuskan kebijakan, sehingga berpengaruh besar pada kuasa ekonomi masyarakat tionghoa di Indonesia (Amalia 2015). Kontrol ekonomi masyarakat tionghoa juga bertambah kuat karena kebijakan presiden soerharto yang mendorong masyarakat tionghoa untuk masuk dalam lini ekonomi, sebagai dampak orientasi politiknya yang mengacu pada pembangunan ekonomi pada masa itu.

Dominasi ekonom tionghoa yang dipaparkan dalam (Salioso and Surya 2016) memiliki potensi menciptakan efek negatif dengan kurang baiknya hubungan antara pribumi dan tionghoa. Hal ini disebabkan oleh rasa cemburu yang muncul pada pribumi terhadap tionghoa yang merasa kurang adilnya pembagian porsi ekonomi yang lebih dominan pada etnis tionghoa pada dibandingkan dengan etnis asli pribumi. Puncak hubungan negatif antara pribumi dan tionghoa melahirkan kerusuhan yang terjadi pada tahun 1998 dengan banyaknya tempat usaha yang dirusak oleh massa terutama terjadi di Solo, Bandung dan Jakarta (Mudana 2012).

Kajian dalam riset ini berfokus dalam ekonomi kultural di Kota Kediri. Kota Kediri secara demografi dikenal sebagai kota dengan kontestasi kultur yang dibidang ketat yang terdiri dari etnis jawa mayoritas dan tionghoa minoritas. Hal ini dibuktikan dengan adanya pembagian porsi antar etnis dalam kesehariannya. Mekanisme pembagian porsi tersebut, pada etnis tionghoa kediri dianggap lebih dominan dalam menguasai aspek ekonomi dan perdagangan, hal ini terepresentasi secara nyata dengan adanya konglomerasi gudang garam yang didirikan di Kediri (Industri and Tangga 2018). Pada etnis jawa sendiri mengambil porsi yang lebih dominan pada unsur budaya lokal dan juga mengisi lini birokrasi di Kediri (Puspitosari 2012). Kontestasi antar kedua etnis tersebut seolah olah tampil harmonis. Namun dibalik itu terdapat persoalan ekonomi kultural sehingga kesenjangan yang tergambarkan secara nyata. Oleh karenanya hal ini menjadi fokus riset ini untuk mengeksplorasi ekonomi kultural antara etnis tionghoa dan jawa kediri melalui komoditas tahu takwa.

Peran tahu takwa disini bukan hanya sebagai salah satu komoditas pangan yang dijadikan sebagai ikon kota kediri, namun tersembunyi peran yang

menyangkut ekonomi kultural dalam praktiknya. Ekonomi kultural dapat tergambarkan melalui tahu takwa dapat terlihat dengan jelas dari relasi historisnya (Anwar 2013). Seperti yang kita ketahui bahwa tahu merupakan jenis makanan pendatang bukan makanan asli Indonesia yang secara historis berasal dari china. Pertanyaannya bagaimana makanan dari china tersebut bisa menjadi icon suatu kota dengan mayoritas penduduk etnis jawa. Pertanyaan tersebut akan diuraikan dan dipaparkan secara terperinci dalam riset ini dan sekaligus menjadi urgensi dalam penelitian ini.

Riset ini mencoba eksplorasi ekonomi kultural antar etnis tionghoa dan jawa kediri, bersumber dari lapang dan berlokasi di daerah jalan yos sudarso pakela kota kediri. Jalan tersebut juga dikenal sebagai kawasan oleh oleh sekaligus Industri tahu takwa kediri yang selalu menjadi rujukan oleh wisatawan yang berkunjung kediri. Kawasan tersebut menarik menjadi bahan kajian penelitian sekaligus observasi karena menyimpan berbagai relasi historis, kultur, sosial dan ekonomi menjadi satu kesatuan yang terepresentasi dalam komoditas tahu takwa.

Industri tahu takwa kediri memang identik dengan masyarakat tionghoa, namun muncul pertanyaan apakah ada orang lokal menjual produk khas ini, jawabannya ada namun lokasi usahanya termarginalkan dibandingkan etnis tionghoa sebagai pelopornya. Sedangkan pada lokasi penelitian ini dimana daerah pakelan Kota Kediri hanya bersifat minoritas. Konsep ekonomi kultural sejatinya merupakan kegiatan ekonomi yang berpadu dalam artikulasi kultur secara regeneratif (Pratikto 2012). Konsep tersebut juga melekat dengan artikulasi budaya yang pada praktiknya tergambarkan secara jelas. Selain itu implikasi panjang ekonomi kultural yang terjadi pada etnis tionghoa lama kelamaan mewariskan kultur secara turun temurun untuk membentuk identitas dalam representasi komoditas Tahu takwa Kota Kediri. Oleh karenanya riset ini menjadi penting untuk dipaparkan karena dalam kajian ini peneliti mencoba menjelaskan ekonomi kultural antar 2 etnis yang terjadi dibalik komoditas Tahu Takwa Kota Kediri.

Dari berbagai alasan kepentingan yang dipaparkan diatas, terbentuk suatu urgensi yang mendasari mengapa riset ini penting dipaparkan. Pertama berkenaan dalam peran tahu sebagai icon Kota Kediri, hingga menjadi julukan Kediri menjadi "*Kota Tahu*". Dalam riset ini akan dipaparkan fungsi lain tahu bukan hanya sebagai icon kota dan salah satu penggerak perekonomian. Namun juga menyimpan fungsi lain sebagai media dalam mempertahankan identitas etnis tionghoa di Kota Kediri secara turun temurun. Selain itu industri tahu takwa Kota Kediri berlokasi dalam kawasan khusus

yang telah dikembangkan pemerintah setempat dan tidak jauh dari pusat kota. Namun apabila dipetakan secara etnis terkait kepemilikan usaha secara etnis, kawasan usaha tersebut didominasi oleh etnis Tionghoa.

Riset ini sejalan dengan riset yang digagas (Puspitosari 2012) yang berjudul "*Identitas Etnis Tionghoa, Tahu dan Kota Kediri*" yang membahas mengenai komoditas tahu yang direproduksi menjadi identitas etnis berubah menjadi identitas kota, melalui proses secara kultural dan historis. Riset tersebut juga memaparkan posisi dan pengaruh masyarakat Tionghoa di Kota Kediri secara mendalam yang dikemas dengan kerangka berfikir berbasis teori strukturalisasi dari Anthony Giddens (Syahri 2017). Oleh karenanya dalam penelitian ini mencoba menyanding riset tersebut dengan lebih memaparkan unsur ekonomi kultural yang dihadirkan melalui komoditas tahu takwa. Selain itu kerangka teori yang diimplementasikan dalam riset ini lebih menekankan pada Teori Max Weber mengenai *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme* sebagai representasi dari masyarakat tionghoa Indonesia. Jika dibandingkan pada riset tersebut, perihal teknik pengambilan data dengan mekanisme lebih kompleks dibandingkan dengan riset ini yang hanya terkonsentrasi pada wawancara mendalam dan observasi. Nilai tambah riset ini terletak pada pengemasan, hasil pemaparan dimana akan lebih dikemas secara lebih singkat namun padat dan konsentrasi bahasan pada yang lebih meluas dengan topik utama ekonomi kultural, etos kerja bukan hanya terfokus pada etnis tionghoa saja melainkan juga pada etnis jawa. Dalam riset ini akan disampaikan berbagai temuan yang didapat peneliti secara langsung berupa hal-hal teknis berkenaan operasional usaha tahu takwa yang tersaji tidak hanya secara identitas semata namun lebih mengarah pada hal-hal eksploratif.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Unsur Historis**

Unsur historis dalam konteks general kerap dihubungkan dengan pengetahuan ataupun peristiwa yang berlangsung di masa lampau dan bersifat real. Sejarah juga menjadi sarana bagi suatu generasi dengan kesadaran dan orientasi pada kenyataan, untuk memahami dan mempelajari masa lampau (Mudana 2012). Sejarah memiliki peran besar sebagai daftar rujukan suatu fenomena yang berkaitan dengan masa. Seperti halnya dalam kajian penelitian ini dengan topik utama ekonomi kultural dan etnis, tentunya membutuhkan sejarah sebagai obyek rujukan pertama sebelum menarasikan permasalahan dalam kerangka teori dan berfikir secara sosiologis.

Catatan historis masyarakat tionghoa, sejatinya telah dibahas dalam pemaparan sebelumnya. Namun pemaparannya masih dikontekskan dalam ranah yang lebih luas seperti migrasi bangsa tionghoa ke Indonesia dan arah pembahasannya bersifat umum. Belum mengarah pada konteks yang spesifik sesuai topik riset ini yaitu "*Peran Etnis dan Kultural Persaingan Industri Tahu Takwa di Kota Kediri*". Lahir berbagai asumsi terkait motif migrasi penduduk tionghoa ke seluruh dunia sejak berabad-abad lalu. Selain motif perdagangan, terdapat motif lain sebagai upaya wlayah dan peradaban untuk menghalau koloni lain masuk ke wilayah tionghoa.

Komposisi penduduk kota Kediri secara etnis didominasi oleh jawa, posisi etnis tionghoa disini sebagai masyarakat minoritas. Namun dari segi peran aspek ekonomi, etnis tionghoa memegang peran yang bisa dikatakan dominan. Historis menyebutkan bahwa etnis Tionghoa Kediri terklasifikasi lagi meliputi suku Hakka atau Kheck dari wilayah Kwangtung (Puspitosari 2012). Etnis Tionghoa yang menetap Kota Kediri adalah suku asli yang dengan 5 generasi, artinya tionghoa Kediri telah menjalani kehidupan dan perkembangan tanpa banyak tercampur dengan pengaruh etnis lain.

Etnis Kheck yang sekaligus menjadi kelompok etnis tionghoa yang menetap di Kota Kediri juga mengalami perkembangan perubahan tidak jauh beda dengan masyarakat Indonesia lainnya. Kehidupan mereka juga tidak jauh dari bidang bisnis dan perdagangan sebagai mata pencahariannya. Sumber lain mencoba melakukan penuluran terkait cara tionghoa menjalin relasi dengan masyarakat Kediri dalam ranah historis dan ditemukan asumsi atau kemungkinan yang menyatakan melalui jalur dagang ataupun diplomasi politis (Kusumastuti 2016).

Era kolonial Belanda juga berperan besar terkait dorongan migrasi gencar etnis tionghoa menuju Kota Kediri pada tahun 1600-an. Jumlah penduduk tionghoa masa itu mengalami peningkatan secara signifikan dengan estimasi ribuan jiwa pasca adanya kabar relasi dagang antar pemerintah kolonial dinilai mendatangkan keuntungan. Pemerintah Belanda saat itu juga mengimplementasikan aturan politis dalam aspek perdagangan yang mengikuti sertakan etnis tionghoa dan jawa di Kediri. Peran kedua etnis dalam aspek perdagangan, dimana jawa sebagai produtor, berhasil mendorong partisipasi etnis tionghoa sehingga terciptalah kontestasi secara etnis. Kontestasi antar etnis ini dinilai saling menguntungkan baik antara jawa, tionghoa dan pemerintah Belanda pada masa itu (Irianto 2016). Selain itu, kemunculan etnis tionghoa diyakini sangat pro terhadap pemerintah kolonial terutama berperan

serta pada kelancaran relasi pembangunan dan eksplorasi pekerja. Dalam hal ini secara perlahan etnis tionghoa bertransformasi sebagai mitra dagang.

Arus masuk migrasi tionghoa ke Indonesia yang terbesar dan mengalami pertumbuhan yang signifikan terjadi pada Abad 19, khususnya Hindia Timur Belanda (Jawa Timur). Etnis tionghoa mencoba peruntungan ekonomi dengan menyebar dalam berbagai aspek meliputi pekerja, pedagang eksportir dan perator beji. Namun dalam praktiknya mereka teratngkap melakukan monopoli persngangan sehingga posisi ekonomi sempat terancam dan dampaknya terjadi pembantaian etnis tionghoa oleh pemerintah Belanda pada tahun 1740 (Puspitosari 2012). Dalam hal ini dapat disimpulkan pada spek historis pengaruh tionghoa dalam aspek perdagangan di Indonesia sudah kuat adanya dan telah terjadi kontestasi ekonomi yang melibatkan tionghoa sejak dulu. Namun migrasi etnis tionghoa ke Kediri dinilai terjadi dengan individu tidak berkelompok dan tidak berpola sama sekali. Hingga akhirnya etnis tionghoa dapat masuk dalam kontestasi ekonomi dan dominan bekerja sebagai pedagang kelas menengah sebagai akibat dari relasi diplomasi pemerintah Belanda dengan etnis tionghoa

### **Ekonomi Kultural**

Ekonomi kultural dikenal sebagai budaya ekonomi dan secara istilah merupakan kecenderungan yang terbentuk dalam aktivitas ekonomi dan memiliki kaitan erat dengan aspek budaya (Fathy 2019). Sumber dari konsep ekonomi kultural sejatinya dapat terindikasi dalam berbagai aspek meliputi etnis, agama, bahasa dan lain sebagainya. Seperti halnya perbedaan tersebut membentuk cara pandang terhadap usaha untuk menjalani aktivitas pada aspek perekonomian yang berbeda, gambaran nyatanya dapat terefleksi bagaimana etnis tionghoa dan etnis jawa dalam memandang materi(Fathy 2019). Maka akan menghasilkan pandangan berbeda yang diintervensi oleh budaya atau kebiasaan yang sudah melekat dan ditanamkan pada masing masing etnis.

Salah satu negara yang kental dengan ekonomi kulturalnya adalah Korea Selatan. Sistematika ekonomi di Korea Selatan menekankan pada aspek kultur lokalnya melalui tingkah laku, sikap dan cara pandang penduduknya juga berpengaruh positif pada era modernisasi (Hennida et al. 2017). Mengapa bisa demikian, penyebabnya adalah peran kuat ajaran konfusianisme dalam proses sosio-ekonomi dalam konteks modernisasi. Pertumbuhan ekonomi korea selatan berhasil mengalami peningkatan sejalan dengan penerapan

paham konfusius sebagai upaya transformasi dari konvensional ke modern..

Pada riset ini dalam ranah yang lebih mikro, kultur dipetakan menjadi dua prespektif. Prespektif tionghoa dan prespektif jawa Kota Kediri. Perbedaan yang kontras pada kedua etnis tersebut adalah perbedaan cara pandang dan etos kerja yang ditanamkan oleh masing masing etnis. Perbedaan dikemas oleh peneliti dalam kajian dengan merepresentasikan tahu takwa sebagai fokus utama. Budaya etos kerja dalam prespektif masyarakat tionghoa berkenaan dengan nilai dan sikap yang menganggap pekerjaan sebagai hal positif. Cherrington menjelaskan dalam (Purbasari and Suharno 2019) memaparkan etos kerja masyarakat tionghoa terklasifikasi atas tiga aspek meliputi kedisiplinan dalam melakukan pekerjaan, kewajiban secara moral dan rasa kebanggaan terhadap pekerjaan yang dilakukan. Tiga tolak ukur tersebut menjadi basis regenerasi hingga membentuk kultur khas masyarakat tionghoa saat ini. Etos kerja dalam prespektif masyarakat etnis jawa, mereka memiliki kecenderungan dengan sifat puas dan ikhlas dengan apapun yang mereka capai. Masyarakat jawa juga dikenal dengan masyarakat yang menjunjung nilai nilai kebersamaan melalui rembukan atau musyawarah. Sehingga dari kecenderungan sifat umum tersebut membentuk etos kerja yang terkesan kurang bekerja keras dala mencapai kejayaan atau kesuksesan, apabila disandingkan dengan etnis tionghoa. Namun hal ini tidak bisa digeneralisasi terdapat beragam faktor kompleks untuk lebih mengeksplorasi etos kerja antara etnis tionghoa dan jawa.

Diferensiasi etos kerja diatas menjadi pengantar dalam memaparkan temuan penelitian ini. Dalam memahami itu semua diperlukan tinjauan dari unsur historis dan proses sosial yang terjadi di masa lalu yang diimplikasikan dengan masa kini sehingga dapat menyimpulkan dengan tepat dan mendalam. Tionghoa dan jawa menjadi etnis yang bisa dikatakan dominan dalam kontestasi kultural yang terjadi di Kota Kediri. Jawa sebagai etnis asli yang sudah terlebih dahulu mendiami kediri, sedangkan Etnis Tionghoa sebagai etnis pendatang. Akan tetapi peran dan pengaruh kedua etnis tersebut sangat kontras, dimana terjadi pembagian peran dalam mengisi lini lini kehidupan Kota Kediri.

### **Landasan Teori**

Salah satu aspek penelitian yang memiliki peranan paling dominan adalah teori. Fungsi teori dalam suatu riset sebagai rangkaian yang berisi asumsi, proporsi dan definisi untuk menjelaskan

suatu fakta yang terjadi dengan menyusun hubungan antar konsep secara sistematis. Pada topik penelitian ini dengan judul “*Peran Etnis dan Kultural Persaingan Industri Tahu Takwa di Kota Kediri*” akan mencoba mengeksplorasi isu yang berkaitan dengan ekonomi kultural dalam konteks persaingan industri tahu takwa di Kota Kediri. Tahu dalam riset ini dipandang (Puspitosari 2012) bukan hanya sebagai komoditas ekonomi, namun juga sebagai representasi budaya yang membentuk identitas yang diwariskan secara turun temurun.

Teori yang dirasa relevan untuk menjelaskan kajian ini adalah Teori Kapitalisme yang digagas oleh Max Weber. Konsep (Weber 2005) Semangat Kapitalisme menjadi hal yang tepat untuk menganalisa dan menjabarkan topik yang berkaitan dengan ekonomi kultural. Mengingat salah satu aspek yang paling dominan dalam ekonomi kultural adalah perbedaan etos kerja antara masyarakat tionghoa dan jawa, sehingga konsep teori ini dirasa cukup relevan untuk menjelaskan konteks permasalahan tersebut. “Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme” Weber dalam (Becker, Webe, and Kalberg 2002) menekankan atensi pada peran protestanisme sebagai sistem yang berisi gagasan dan berpengaruh besar pada sistem ekonomi kapitalis. Weber menyimpulkan bahwasannya terdapat kedudukan khusus masyarakat protestan dalam memandang kapitalisme yang beriringan dengan keyakinan mereka. Sehingga hal tersebut melahirkan suatu dorongan yang mendukung paham kapitalis dengan orientasi kehidupan duniawi.

Semangat kapitalisme diartikan sebagai suatu paham yang berkonsep pada kecenderungan pro atas segala hal yang rasional pada keuntungan ekonomi (Weber 2005). Perwujudan kapitalisme dapat tercermin dari ajaran protestan yang menganjurkan kebiasaan untuk rajin bekerja, hidup hemat dan taat dalam beribadah kepada Tuhan. Pada paham semangat kapitalisme bisa dikatakan sebagai paham yang ketat pada sifat bersenang senang dan santai, karena mereka berpandangan hidup adalah arena untuk berpacu untuk mencapai kejayaan dan kesuksesan, sehingga munculah dorongan yang disebut semangat kapitalisme.

Weber juga sempat mempertanyakan bagaimana kapitalisme bisa menjadi suatu sistem yang ada secara terus menerus. Terdapat tiga asumsi yang dibangun Weber berkenaan dengan pertanyaannya. Asumsi pertama (Weber 2005) berisi mengenai ungkapan yang didasarkan pada “*Jika kapitalisme adalah produk aksi manusia maka pasti terdapat aksi khusus yang dilaksanakan oleh kelas tertentu dan siapakah yang membuat*

*sistem kapitalis ?*” kemudian Weber menjawab tipe baru yang meliputi tenaga kerja dan kewirausahaan. Asumsi kedua Weber berkenaan dengan klasifikasi kedua aspek tersebut adalah mental khusus dan etos. Kombinasi nilai dan motivasi melahirkan pemahaman yang berorientasi pada keuntungan. Sehingga hal ini termanifestasi menjadikan uang sebagai tujuan utama dalam pemenuhan kebutuhan.

Asumsi ketiga Weber berkenaan dengan syarat kemunculan kapitalisme yang terrepresentasi dalam semangat kapitalisme. Weber juga berassumsi bahwa semangat kapitalisme banyak dijumpai dalam paham etika protestan terutama ajaran Calvinisme. Weber memandang adanya keterikatan antara penganut paham Calvinisme yang dibekali dengan pedoman sikap dan perilaku yang dibutuhkan paham kapitalisme agar dapat melakukan kerja dengan efektif. Selain itu paham Calvinisme juga lebih mengutamakan kepentingan duniawi dengan berusaha mewujudkan kebiasaan hidup hemat, rajin dan sederhana. Pengaruh etika protestan bisa dibilang memiliki peran besar dalam mendorong sepaik terjang perkembangan paham kapitalisme. Hal ini dibuktikan dengan munculnya ketergantungan antara paham Protestan dan Kapitalisme dengan menghasilkan relasi ideal antar satu sama lain.

### **Reproduksi Identitas**

Konteks tahu dalam kajian ini, dipandang bukan hanya sebagai produk makanan namun dimaknai sebagai identitas suatu etnis. Hal ini terwujud dalam label Kota Kediri yang terkenal sebagai “Kota Tahu” dikarenakan produk tahu takwanya yang dikenal luas. Esensi dari kata “identitas” adalah suatu hal yang identik dan dilambangkan pada obyek tertentu. Identitas biasanya dikenal dengan hal yang khas dan menjadi alat pengenalan. Selain memiliki peran sebagai alat pengenalan, fungsi lain identitas juga sebagai perwujudan budaya (Purbasari and Suharno 2019). Tahu takwa, menjadi identitas dari sisi historis berasal dari kebiasaan masyarakat tionghoa asli yang gemar mengkonsumsi tahu dan menjadi bagian dari budayanya. Dari budaya asli masyarakat tionghoa tersebut kemudian bercampur dan bersatu padu dengan kultur asli Indonesia sehingga menciptakan kultur dalam versi bar

Secara umum (Mahendra 2015) memaparkan bahwasannya makan tahu dalam ranah Indonesia sudah menjadi budaya. Hal ini dapat kita jumpai dalam pandangan masyarakat Indonesia, yang menganggap tahu sebagai makanan pokok. Kemunculan pandangan tersebut, tidak serta ada secara tiba tiba, namun melalui serangkaian proses yang lama. Proses yang dimaksud adalah proses penerimaan tahu oleh masyarakat asli Indonesia,

karena bukan makanan asli Indonesia. Beberapa ahli sejarah menyebutkan banyak hal yang melatarbelakangi tahu bisa diterima masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah aspek bahan baku yang mudah didapatkan di Tanah air, harga yang terjangkau dan pengolahan yang tak terlalu rumit. Berangkat dari sepotong alasan itulah, masyarakat mereproduksi tahu menjadi makanan pokok yang diyakini oleh orang-orang hingga saat ini.

Beralih pada bahasan konteks identitas Kota Kediri yang terepresentasikan pada komoditas tahu. Sejatinya tidak ada dokumen secara resmi yang bisa dijadikan rujukan, sehingga persoalan pasti terkait waktu tahu pertama muncul di Indonesia menjadi perdebatan para ahli sejarah. Dampaknya membuat kita menekankan indikator persoalan tersebut pada kabar yang tersebar dari mulut ke mulut yang diutarakan oleh masyarakat Kota Kediri. Masyarakat Kediri meyakini tahu pertamakali dihadirkan di Kediri pada 1292 masehi oleh kawanan Khublai Khan (Puspitosari 2012). Hal ini juga tertulis dalam catatan sejarah Kerajaan Singosari yang berisi Kublai Khan meminta pajak pada Raja Kartanegara, namun ditolak. Hingga akhirnya hal tersebut melahirkan konflik yang berujung pada peperangan yang hebat dan berangkat dari sinilah kerajaan Majapahit berdiri.

Oleh karenanya membutuhkan proses yang lama dengan melibatkan banyak aspek meliputi historis, kultur dan sosial hingga tahu berhasil menjadi identitas Kota Kediri. Pada dimensi historis sendiri tidak bisa kita tekankan pada satu periode historisasi tertentu, namun pada periode lain yang sifatnya berhubungan. Mengingat banyak pihak juga dilibatkan dalam proses tersebut. Sejak saat itulah tahu menjadi sesuatu yang masuk dalam strukturalisasi masyarakat Kediri hingga berkembang menjadi suatu identitas khusus. Walau tak begitu banyak orang Kediri yang mengetahui proses tersebut tersebut dapat terjadi.

Berawal dari proses masuknya tahu ke dalam strukturalisasi kultur dan etnis masyarakat Kota Kediri. Komoditas tahu berhasil dikembangkan oleh masyarakat etnis tionghoa secara inovatif menjadi hal baru yang dinamakan Tahu Takwa bisa dikatakan menjadi salah satu latar belakang mengapa Kediri dikenal dengan identitas sebagai "Kota Tahu". Tahu takwa berhasil menjadi sesuatu khas yang otentik Kediri. Perbedaannya dengan tahu biasanya dari segi warna tahunya kuning, tekstur padat dan rasa yang gurih. Konsep Tahu Takwa ini dipelopori oleh masyarakat etnis tionghoa yang bernama "*Bah Kacung*". Bah Kacung atau Lauw Soe Hoek berhasil menghadirkan tahu yang unik dan berbeda dari tahu pada umumnya. Dilansir dari artikel (*merdeka.com*), Bahkacung

memulai usaha sejak dari 1912. Keberhasilan Bahkacung ini berhasil membawa dampak yang luar biasa bagi Kota Kediri, selain melahirkan identitas khusus namun juga memiliki potensi meningkatkan bidang pariwisata untuk memacu ekonomi daerah.

Hal ini telah tergambarkan secara nyata dengan lahirnya kawasan pariwisata sekaligus ekonomi pada jalan Yos Sudarso Pakelan Kota Kediri. Kawasan tersebut sudah lama dikenal sebagai kawasan pusat oleh-oleh yang menjual produk Tahu Takwa dan biasanya dirujuk oleh para wisatawan untuk membeli oleh-oleh khas ini. Banyak aspek yang dapat dilihat dari kawasan tersebut karena balutan dari berbagai unsur meliputi kultur, budaya, historis, etnisitas dan ekonomi (Atabik 2016). Sehingga hal ini menjadi tujuan utama riset ini untuk lebih mengeksplorasi ekonomi kultural yang berkembang pada Industri Tahu Takwa dalam bingkai etnis Jawa dan tionghoa. Selain itu untuk mengkaji tahu takwa secara lebih dalam, bukan hanya dipandang sebagai suatu komoditas namun juga sebagai simbol identitas yang mewakili Kota Kediri dan Masyarakat Tionghoa.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah tipe penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisa deskriptif dipilih dalam penelitian ini, bertujuan untuk menjabarkan data ekonomi kultural dalam industri Tahu Takwa Kediri secara eksploratif dan untuk menyandingkan dengan penelitian yang berhubungan. Pengumpulan dalam riset ini didapatkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Lokasi penelitian ini terletak di Kota Kediri, tepatnya pada kawasan industri dan pusat oleh-oleh tahu takwa, Jalan Yos Sudarso, Pakelan Kota Kediri. Alasan penentuan lokasi penelitian pada kawasan tersebut, karena jalan Yos Sudarso banyak menyimpan berbagai nilai historis, kultur, sosial, etnik dan ekonomi dibalik industri tahu takwa Kediri. Mekanisme penelitian ini menjadikan Pengusaha Tahu Takwa menjadi aktor utama dalam penelitian ini dan unsur lainnya menjadi faktor pendukung.

Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik usaha tahu takwa, namun diperluas dengan maksud untuk lebih mengeksplorasi topik dari berbagai perspektif. Sehingga informan dalam riset ini juga melibatkan unsur lain seperti karyawan, pengunjung, sopir bus wisata, tukang parkir dan lain sebagainya. Oleh karenanya analisa dari berbagai sudut pandang sangat diperlukan dalam penelitian ini mengingat topik yang dikaji berkaitan kultur, etnis, ekonomi dan etos kerja agar dapat memperoleh data

penelitian yang mendalam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Etos Kerja dan Modal Sosial Etnis Tionghoa - Jawa dalam Merepresentasikan Tahu Takwa**

Bourdeiu mendefinisikan modal sosial sebagai relasi atau posisi dalam suatu jaringan sosial (Bourdieu 2018). Modal sosial juga ditekankan oleh Bourdieu sangat berkaitan dengan besarnya capaian jejaring sosial yang agar bisa termobilisasi secara efektif dalam jumlah besar mencakup tiga aspek (ekonomi, simbolik dan kultural). Selain itu modal sosial juga sangat berperan dalam menentukan instrumen dalam reproduksi sebagai hal yang mengkonstruksi arena tersebut. Modal sosial juga memiliki aspek dasar yang mencakup kejujuran, aturan sosial dan rasa kepercayaan. Aspek dasar tersebut terkreasikan dalam proses sosial dan kultural dalam agen-agen sosial meliputi komunitas, keluarga, negara, sekolah dan sebagainya.

Begitu juga pada modal sosial yang terkonstruksi pada etnis tionghoa Kediri telah melalui serangkaian proses panjang untuk bisa diterima. Secara sosial dan struktural etnis tionghoa merupakan bangsa pendatang sekaligus minoritas di Kota Kediri. Bila dibandingkan dengan etnis Jawa sebagai penduduk asli Kota Kediri, porsi penduduk etnis tionghoa tidak sampai 3% dari total keseluruhan penduduk (Puspitosari 2012). Namun hal tersebut tidak menghalangi etnis tionghoa dalam bereksistensi dalam panggung sosial, kultur dan ekonomi. Eksistensi ini tergambarkan pada Industri Tahu Takwa Kediri.

Industri tahu takwa merupakan salah satu wujud eksistensi etnis tionghoa di Kediri yang didasari oleh modal sosial. Berbekal kultur budaya makan tahu yang otentik dari negeri asal, etnis tionghoa Kediri berhasil mengembangkan tahu takwa hingga diklaim menjadi identitas yang digeneralisasi pada level kota, sehingga bertransformasi menjadi icon kota. Salah satu hal yang membentuk kuatnya modal sosial etnis tionghoa Kediri hingga berhasil adalah etos kerja (Amalia 2015). Esensi kata etos sejatinya bermakna luas bisa berupa nilai, sikap, kebiasaan, watak, dan cara berfikir. Masyarakat tionghoa Kediri dalam menjalankan usaha, pasti dipengaruhi oleh etos yang ditanamkan. Hal ini juga disampaikan Ibu Wiriani salah satu pengusaha Tahu Takwa dalam wawancara, terkait motivasi kerja

etnis tionghoa.

*".....Oh kalau motivasi biasanya beda beda mas, tapi kalau saya selain orang tua ya mas, saya sudah dibilangin sama bapak saya dulu kalau kita orang minoritas jadi bakal dibedakan bedakan mas, terus saya juga dibilang harus kerja keras mas biar bisa mandiri ga minta minta sama orang orang asli sini..."*

*".... Iya mas, karena ya minoritas jadi kerjanya harus lebih keras biar ga minta kerja sama orang orang asli sini..."*

Etos kerja etnis tionghoa terbentuk sedemikian rupa salah satunya, karena dorongan kesadaran terkait posisi sosial mereka sebagai kelompok minoritas sekaligus pendatang. Hal ini juga dipaparkan sebelumnya sesuai dengan teori semangat kapitalisme (Weber 2005). Etos kerja masyarakat tionghoa Kediri yang terkonstruksi atas kesadaran posisi mereka sebagai minoritas dalam struktur masyarakat menciptakan suatu daya juang yang lebih dari struktur masyarakat asli yaitu dominasi etnis Jawa. Keterasingan yang dialami masyarakat tionghoa yang terefleksi secara historis sebagai bangsa pendatang dan mendiami Indonesia hingga bisa menciptakan peradaban, membuat mereka termotivasi untuk terus bekerja keras dibandingkan pribumi.

Kesadaran tersebut terwujud dalam bentuk pandangan, karakter dan sikap masyarakat tionghoa dalam bekerja sebagai usaha pemenuhan kebutuhan. Karakter tionghoa yang terstigma pekerja keras, penuh perhitungan, penuh perencanaan ini sejalan dengan paham semangat kapitalisme yang menganggap dunia sebagai arena berpacu untuk menggapai tujuan dan kejayaan dalam (Puspitosari 2012). Keberhasilan implementasi etos kerja pada etnis tionghoa sejatinya tidak luput dengan pola asuh yang dianut oleh orangtua tionghoa. Kebanyakan pola asuh tionghoa menanamkan sikap kewirausahaan sejak dini pada anak-anak mereka. Hal juga diakui oleh Ibu Wiriani dalam wawancara peneliti.

*"....Iya mas, saya dapet dari orangtua saya dulu. Ya dulu banget sudah ada keturunan pedagang walau jamannya ortu saya masih serba susah sih mas, dibanding sekarang. Saya dulu sudah diajari kerja keras dari kecil sudah bantu dagang terus dan diajari prinsipnya...."*

*"...Biasanya pas anak udah ngerti uang mas, ajarin dulu ya cara ngatur uang terus dagang. Paling usia SD mas.."*

Data wawancara diatas dapat menggambarkan masyarakat tionghoa kediri juga telah menanamkan semangat berwirausaha melalui pola asuh pada anak anak mereka. Pola asuh tersebut dimulai dari hal hal ringan seperti orangtua yang melarang anaknya meminta sesuatu sebelum berusaha. Sehingga hal tersebut mendorong anaknya untuk mau berusaha demi mendapatkan apa yang dimau dengan membantu orangtuanya bekerja di toko. Dampak panjang dari pola asuh tersebut membentuk suatu etos kerja dan karakter khas dari etnis tionghoa yang dikenal pekerja keras, ulet dan rajin. Namun hal ini tidak bisa serta digeneralisasi, semua kembali pada lingkungan dimana pribadi dibentuk dan tidak semua keluarga menerapkan pola asuh tersebut pada anaknya.

Pada konteks masyarakat jawa etos kerjanya bisa juga dilihat dari stigmasitasi karakter jawa yang halus dan sopan. Etnis jawa juga kerap disebut sebagai etnis pemimpin, karena banyak presiden yang menjabat di negeri ini berasal dari suku jawa (Fathy 2019). Namun apakah faktor tersebut dapat mempengaruhi etos kerja, tentunya tidak karena diperlukan analisa dari berbagai sisi untuk dapat menjelaskan hal tersebut. Peneliti juga berhasil menangkap pandangan etnis tionghoa kediri terhadap etos kerja masyarakat jawa menurut penilaian mereka. Hal ini disampaikan oleh Ibu Wiriani dalam wawancara bersama peneliti. Ibu Wiriani menilai etos kerja jawa ketika berwirausaha lebih lunak jika dibandingkan etnis tionghoa,

*".....Kalau jawa menurut saya ya pekerja sih mas Cuma, agak lunak mas tekadnya biasanya dibanding orang cina ketika usaha..."*

*"....Gampang gaenakan mas, terus boleh ngutang mas dan ya biasanya nerima aja git m u keadaannya. Kalau saya mas punya prinsip itu gaboleh ngutangin dan punya hutang ga pandang..."*

Refleksi penilaian diatas yang jika ditelaah mentah mentah memang benar adanya. Namun perlu analisis lebih mendalam dari berbagai dimensi untuk membongkar etos kerja masyarakat jawa dalam bingkai sosiologis, sehingga tidak terpaku dalam satu prespektif semata. Etnis jawa memang dikenal sebagai etnis yang "Nerima" atau cenderung menerima segala kondisi yang menimpa mereka. Bahkan jawa memiliki banyak filosofi kehidupan yang dipengaruhi oleh kultur dan agama. Terdapat kalimat filosofis etnis jawa yang semakin menguatkan pernyataan ibu wiriani yaitu "Mangan

Ora Mangan Penting Ngumpul" yang artinya *Makan Tidak Makan Asal Bisa Bersama* dan satu kiasan lagi "Sabar, Nerima lan Ikhlas" artinya Senantias sabar, menerima dan ikhlas apapun kondisinya (Wulandari 2017). Filosofis filosofis tersebut sejatiya bukan semata mencerminkan etnis jawa sebagai etnis yang kurang berusaha dan berdaya juang rendah. Namun hal ini berkaitan prinsip masyarakat jawa yang mengutamakan kebersamaan disamping mengejar kejayaan selayaknya etnis tionghoa. Sehingga terkesan kurang memiliki daya juang lebih bila dibandingkan dengan masyarakat tionghoa di Kediri. Selain itu terdapat beragam faktor yang mempengaruhi etos kerja pada etnis jawa meliputi kultur dan agama.

Kedua unsur tersebut bisa dinilai sangat melekat pada masyarakat jawa apabila dilihat dari dimensi historis masyarakat jawa. Filosofi "Sabar, Nerimo lan Ikhlas" apabila dihubungkan dengan islam memiliki hubungan yang kuat, dimana sabar, ikhlas dan menerima apa adanya salah satu perilaku yang diajarkan dalam islam (Jb. 2017). Sehingga dalam hal ini filosofi tersebut berkembang menjadi modal sosial yang melekat pada masyarakat jawa terwariskan secara turun temurun. Terdapat sisi lain etos kerja masyarakat jawa dimana jawa dikenal sebagai etnis yang juga pekerja keras sama halnya dengan etnis tionghoa. Namun Perbedaannya terletak dalam sisi karakter tionghoa dikenal dengan "ambisi besarnya" dan jawa dikenal dengan sikap pelan pelan. Sehingga dalam praktiknya tidak jarang antar keduanya melahirkan penilaian negatif, dimana jawa memandang tionghoa sebagai etnis yang individual, apatis dan pelit. Sedangkan tionghoa memnadang jawasebagai etnis yang terlalu santai. Oleh karenanya multipresepsi tersebut perlu diluruskan agar pembahasan dalam kajian bisa seobyektif mungkin.

Etos kerja dalam konteks tahu takwa berisi paparan bagaimana etnis tionghoa dan jawa memandang tahu takwa sebagai obyek usahanya. Mengingat pengusaha tahu takwa yang berada di Kota Kediri tidak hanya etnis tionghoa saja. Pada penelitian (Puspitosari 2012) Masyarakat tionghoa kediri memandang tahu takwa sebagai bagian dari kultur yang harus dilestarikan disamping tujuan untuk berkontestasi ekonomi. Sehingga dalam praktiknya mereka juga memegang prinsip kultural dalam menjalankan bisnis mereka disamping prinsip ekonomi. Sedangkan pada masyarakat jawa penelitian juag menyebutkan bahwa masyarakat jawa melihat tahu takwa sebagai potensi ekonomi sehingga mereka ikut berperan serta dala kontestasi

ekonomi di Kediri.

### **Konstruksi Pasar dan Jaringan Industri Tahu Takwa Kediri**

Etnis tionghoa disebutkan (Amalia 2015) cenderung memiliki minat yang besar pada dunia bisnis dibandingkan dengan menjadi pekerja. Konsep ini berlaku pada semua tempat yang ditempati etnis tionghoa. Termasuk Kota Kediri sebagai salah satu tanah perantauan etnis tionghoa berada. Konstruksi dunia bisnis etnis tionghoa yang terwujud melalui industri tahu takwa, tidak lepas dari aspek historis. Dimensi historis tersebut tergambarkan pada masa kolonialisme, etnis tionghoa terpisah dari penderitaan pribumi karena dianggap oleh pemerintah belanda sebagai kasta menengah. (Usman 2009:229).

Pasar Industri Tahu Takwa di Kota Kediri terbangun ditandai dengan kemuncuan Bahacung yang kemudian memacu berdirinya brand brand lain seperti Lym, Poo, Gtt, Ltt dan sebagainya. Pengaruh menjadi hal yang berperan besar dalam tonggak keberhasilan industri tahu takwa Kediri. Melalui pengaruh dan popularitas tahu takwa yang dikenal secara luas oleh masyarakat Kediri dan sekitarnya berhasil membentuk jaringan bisnis. Sampai saat ini sudah berdiri sekitar 25 brand tahu takwa Kota Kediri untuk memenuhi permintaan pasar domestik ataupun mancanegara. Nilai plus lain adalah faktor keunikan tahu takwa yang membuatnya mudah dikenali. Keunikan yang dimaksud adalah dari bentuk fisik takwa yang menarik berwarna dengan tekstur padat dan warna kuning, sehingga menjadi daya tarik sendiri bagi para konsumen.

Tahu takwa Kediri berhasil bertransformasi menjadi suatu jaringan bisnis yang menguasai Kota Kediri. Hal ini dibuktikan dengan lahirnya brand brand terkenal Tahu Takwa Kediri meliputi Bahacung, Poo, Lym dan sebagainya. Semua pencapaian tersebut tak luput dari usaha membangun jaringan dalam bisnis Tahu Takwa. Terdapat penelitian yang digagas *Hamilton dan Numazaki* dalam (Mahendra 2015) memaparkan bahwasannya salah satu faktor yang mengindikasikan keberhasilan bisnis level kecil maupun menengah adalah jaringan keluarga. Asas kepercayaan biasanya diimplementasikan dalam bisnis menganut sistem ini. Hal tersebut juga terefleksi dalam industri tahu takwa Kota Kediri, dimana terdapat jejaring keluarga dalam sistem bisnisnya. Merk Bahacung, Lym dan Poo bisa menjadi contoh usaha yang menerapkan jejaring

bisnisnya. Hal ini bisa dikatakan lazim karena mereka berpandangan tahu takwa bukan hanya sebagai obyek secara ekonomi, namun sebagai warisan kultur yang harus diwariskan.

### **Pola Pemukiman Etnis Tionghoa Kota Kediri**

Ketika membangun peradaban di Kota Kediri kelompok etnis tionghoa pada umumnya memiliki kecenderungan yang tidak jauh berbeda dengan etnis tionghoa lain. Kecenderungan yang dimaksud adalah etnis tionghoa lebih memilih tinggal di kota dibandingkan di desa. Hal ini terjadi karena Kota merupakan pusat ekonomi yang memiliki banyak peluang, sehingga akan memudahkan mereka dalam mengembangkan bisnisnya. Konsep ini juga tergambar pada masyarakat tionghoa Kediri yang lebih dominan menempati kota sebagai pemukiman mereka (Puspitosari 2012). Lokasi pemukiman mereka yang paling dikenal di Kota Kediri berada di Jalan Yos Sudarso, dimana sebagai jalan yang sarat akan budaya mereka yang ditandai dengan adanya kelenteng sebagai rumah peribadatan keyakinan mereka.



Gambar 1 Jalan Yos Sudarso Pakelan Kota Kediri

Jika dilihat secara seksama lokasi pemukiman etnis tionghoa di Jalan Yos Sudarso cenderung terpisah dengan etnis jawa. Hal ini disebabkan karena sistem opsir diimplementasikan oleh pemerintah belanda. Tujuannya adalah untuk memudahkan pemerintah kolonial dalam memanagerial etnis tionghoa. Terdapat regulasi yang dipaparkan dalam (Alfarabi 2010) berbunyi “Masyarakat asing selain pribumi harus tinggal di wilayah terpisah dibawah ketua masing masing”. Dampaknya kelompok etnis tionghoa kediri seolah olah terpisah dengan etnis jawa dan bisa mengkonstruksi kultur serta kepercayaan mereka sendiri. Hal ini dapat terlihat terdapat rumah peribadatan kelenteng dan gereja.

Dari segi relasi antara etnis tionghoa dan jawa cenderung berlandaskan pada kepentingan bisnis, sehingga reaksi pribumi dalam memandang etnis tionghoa tidak dibenci ataupun dimusuhi. Etnis tionghoa juga dikenal dengan istilah “*Toke*” yang seorang yang dapat merekrut pribumi untuk bekerja pada mereka (Rahayu 2017). Artinya kerja sama antara etnis tionghoa dan jawa sejatinya sudah terjalin sejak dulu. *Toke* biasanya memiliki usaha berbentuk toko kelontong atau sembako yang terletak pusat kota. Hal tersebut sejalan dengan posisi pemukiman tionghoa Kediri yang berlokasi di Pusat Kota.

**Pemetaan Kepemilikan Toko Tahu Takwa Berdasarkan Etnis**

Tabel 1 Hasil Pemetaan Kepemilikan Toko Oleh Oleh Berdasarkan Etnis

No	Nama Toko	Etnis Pemilik	Jumlah Pegawai
1.	LTT	Tionghoa	6
2.	POO	Tionghoa	7
3.	SURYA	Tionghoa	1
4.	SHINTA	Jawa	8
5.	BAHKACUNG	Tionghoa	7
6.	RESTU MAMA	Tionghoa	6
7.	MAMA2	Tionghoa	6
8.	LYM 1	Tionghoa	7
9.	LYM 2	Tionghoa	6
10.	MATAHARI 1	Tionghoa	6
11.	MATAHARI 2	Tionghoa	7
12.	LKK	Tionghoa	5
13.	KARTIKA JAYA	Tionghoa	4
14.	KIKO PUTRA	Jawa	2
15.	PONG	Tionghoa	7
16.	WIJAYA	Tionghoa	2

Data penelitian diatas bertujuan untuk memetakan kepemilikan usaha berdasarkan etnis pemilik usaha pusat oleh oleh tahu takwa Kediri. Teknik pengumpulan data pemetaan diatas diperoleh dengan observasi dan wawancara singkat pada informan pendukung. Informan pendukungnya adalah orang orang yang biasa beraktivitas di kawasan yos sudarso meliputi karyawan toko, tukang becak, tukang parkir, pembeli dan

sebagainya. Data hasil observasi sepanjang jalan yos sudarso pakelan Kota Kediri terdiri atas 16 toko pusat oleh oleh tahu takwa berjajar. Kepemilikan toko tahu takwa berdasarkan etnis dengan 13 toko berkepemilikan masyarakat etnis tionghoa dan 3 toko dimiliki oleh etnis jawa. Berdasarkan skala rata rata toko pusat oleh oleh tahu takwa yang berada di Jalan Yos Sudarso merupakan jenis toko berskala besar. Indikator yang peneliti dengan tekankan dalam menentukan skala toko adalah jumlah pegawai, intensitas keramaian dan luas bangunan. Hasil observasi mendapati terdapat 3 toko yang biasa menguasai pasar yaitu Poo, Bahkacung dan Lym.

Poo, Bahkacung dan Lym, memang sudah, mendapat kepercayaan dan branding yang baik dari masyarakat Kediri. Jika dilihat dari dimensi historis Bahkacung merupakan agen yang melopori industri tahu takwa Kediri kemudian berlanjut dengan munculnya Poo dan Lym. Sehingga tidak mustahil apabila ketiga brand tersebut mendominasi karena sudah mendapat pengakuan dari segi keotentikan rasa dan kualitas. Namun yang menarik disini apakah etnis jawa yang turut berkontestasi melalui usaha tahu takwa di Jalan Yos Sudarso apakah tetap bisa bersaing. Apabila dilihat dari sisi ekonomi secara keseluruhan jumlah kepemilikan secara etnis, tentu etnis jawa akan kalah unggul, karena kurangnya pengakuan dari masyarakat Kota Kediri yang lebih condong pandang pengusaha tahu takwa etnis tionghoa.

Sejatinya etnis jawa juga mampu bersaing dalam kontestasi ekonomi pada bisnis tahu takwa di Jalan Yos Sudarso. Namun diperlukan usaha ekstra untuk menyanggah nilai tambah usaha tahu takwa yang digagas oleh etnis tionghoa. Hal ini tercermin dari toko tahu takwa shinta menjadi satu satunya etnis jawa dengan skala besar. Toko shinta mengimplementasikan berbagai strategi bisnis untuk menghadapi pesaing usaha etnis tionghoa dan akan dipaparkan secara spesifik pada sub bab selanjutnya. Selain itu toko tahu takwa yang dimiliki masyarakat etnis jawa cenderung menyebar diluar Jalan Yos Sudarso dan tak jarang etnis jarang juga membeli waralaba dari toko tahu takwa tionghoa yang terkenal seperti poo dan pong.

**Pola Persaingan Secara Kultural dan Etnis Bisnis Tahu Takwa Kota Kediri**

Usaha atau bisnis memang tidak luput dengan adanya persaingan. Sudah menjadi hukum bisnis *bila ada satu usaha yang berhasil maka yang lainnya bangkrut* (Saliman 2011). Hal ini juga terjadi dalam

industri tahu takwa Kota Kediri. Tahu takwa menjadi ikon kota yang biasanya dicari sebagai oleh-oleh menjadi potensi sendiri kepada para pelaku usahanya. Dalam kajian ini akan membahas pola persaingan industri tahu takwa Kediri bukan hanya melalui perspektif bisnis dan ekonomi saja. Namun lebih mencoba pada eksplorasi bagaimana pola persaingan terkonstruksi secara kultural dan etnis. Tahu takwa adalah komoditas yang digagas oleh etnis tionghoa Kediri. Bahkacung menjadi agen pelopor munculnya produk tahu takwa, yang mana bukan hanya sekedar tahu. Namun memiliki suatu ciri khas yang unik sehingga memiliki pengaruh yang besar hingga menjadi identitas Kota Kediri.

Besarnya pengaruh tahu takwa membentuk suatu pangsa pasar tersendiri bagi pelaku usaha. Sehingga lahirlah kompetitor-kompetitor lain untuk berkontestasi dalam industri tersebut. Para pelaku usaha didominasi oleh etnis tionghoa sendiri karena memiliki modal sosial dan branding sebagai subyek yang menggagas produk tersebut. Sehingga mereka meyakini peluang mereka akan lebih mudah. Selain itu tak sedikit dari etnis Jawa yang ikut berkontestasi dalam industri tahu takwa, walaupun dengan sistem menyebar. Riset ini akan menjelaskan pola persaingan yang terfokus pada Jalan Yos Sudarso, karena lokasi tersebut selalu menjadi rujukan pertama bagi wisatawan luar kota ketika berburu oleh-oleh tahu takwa.

Persaingan Industri tahu takwa pada Jalan Yos Sudarso tidak lepas dari unsur dominasi. Dominasi tersebut terjadi bukan hanya dalam ruang lingkup bisnis namun juga etnis. Hal ini terlihat jelas jika kita merujuk pada data pemetaan kepemilikan pusat oleh-oleh tahu takwa di Jalan Yos Sudarso. Pertama perspektif dominasi secara etnis, terdapat gaps yang kontras jumlah kepemilikan usaha antara etnis tionghoa dan Jawa. Etnis tionghoa mendominasi kepemilikan pusat oleh-oleh dengan jumlah 14 toko, sedangkan etnis Jawa sebagai kelompok yang terdominasi dengan jumlah kepemilikan 2 toko pusat oleh-oleh. Hal tersebut bisa dibayangkan wajar karena etnis tionghoa memiliki peranan sebagai pelopor komoditas tahu takwa, sehingga sudah mendapat pengakuan lebih dari etnis Jawa.

Kedua adalah perspektif dominasi dalam bisnis industri tahu takwa. Langkah untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana model ekspansi bisnis tahu takwa yang direfleksikan melalui data pemetaan kepemilikan tahu takwa secara etnis. Model ekspansi bisnis yang diterapkan oleh beberapa brand tahu takwa dengan cara

membuka 2 cabang secara berdekatan di Jalan Yos Sudarso demi memaksimalkan peluang mereka dalam menguasai pasar. Strategi ini melahirkan dampak pada brand-brand lain yang hanya memiliki satu cabang di Jalan Yos Sudarso, terutama pada toko berskala kecil. Akan tetapi hal ini bukan menjadi suatu garansi, karena banyak juga brand yang hanya memiliki satu cabang tetap ramai. Sehingga dapat disimpulkan terdapat unsur lain yang menentukan ramai atau tidaknya toko. Unsur yang dimaksud adalah trust atau kepercayaan konsumen.

Pola persaingan selanjutnya berkenaan dengan strategi pemasaran toko-toko tahu takwa di Jalan Yos Sudarso. Beragam strategi pemasaran diterapkan meliputi marketing sosmed, langsung dan sebagainya. Pemasaran pada sosial media mereka memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, Marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) sebagai alat untuk memasarkan produknya secara online. Hal ini juga dibenarkan beberapa karyawan toko LTT, POO dan Shinta dalam wawancara bersama peneliti.

*"...Pakai mas, sebisa mungkin dan kami usahakan supaya produknya tetap laku mas walau online sekalipun. Biasanya sih kami pake Shopee, Tokped, IG dan Facebook mas..."* ungkap Karyawan POO

*..."kami juga punya web resminya mas bisa pesan oleh-oleh lewat sana atau bisa juga pake IG, FB, Shopee dan Tokped mas..."* ungkap Karyawan Toko Shinta

Menurut mereka media sosial sangat membantu untuk memperluas jangkauan produk mereka, agar bisa dinikmati konsumen tanpa harus datang ke Kediri. Namun tidak semua toko menerapkan strategi pemasaran via media online, masih terdapat toko yang memasarkan produknya dengan cara konvensional. Terdapat hal unik dari pola pemasaran produk mereka, selain menunggu pembeli datang. Para pelaku usaha juga melakukan sistem lobby pada supir bus pariwisata. Hal tersebut juga diungkapkan oleh karyawan LTT.

*"...Macem macem dan beda-beda mas cara strateginya, Tapi ada strategi yang dipake di kebanyakan toko. Dengan kenal supir bus pariwisata, jadi kan Supir Bus ini membawa penumpang wisata nanti kita pesen suruh berhenti di depan toko, otomatis para penumpangnya kan bakal belanja dan nanti supir bus wisata dapet fee dari yang punya toko..."* ungkap Karyawan LTT

Peran supir bus dalam hal ini sebagai perantara yang membawa pembeli pada toko demi meningkatkan penjualan. Hal yang mendasari strategi tersebut karena wisatawan menjadi penyumbang penjualan sebesar 70%. Sehingga opsi tersebut sangat efektif untuk mendapat pelanggan demi peningkatan penjualan. Selain itu analisa dalam kacamata sosiologis, pada strategi ini berjalan jejaring sosial yang terlibat antara pemilik dan supir bus demi tujuan ekonomi yang saling menguntungkan. Sama seperti sebelumnya strategi melobby supir bus tersebut tidak diimplementasikan pada semua toko yang ada di Jalan Yos Sudarso. Terdapat beragam alasan yang mendasari mengapa toko tahu takwa tidak menerapkan strategi tersebut. Salah satunya Ibu Wiriani, tidak memakai sistem lobby bus karena sudah lansia dan tujuan jualan baginya hanya untuk mengisi waktu lain.

*“...Kalau saya nggak terlalu ngoyo mas sebetulnya, biasanya mbanyak dari merek itu pesen dan kenal sama supir busnya. Dari bentuk tokonya yang sebelah saya ini juga lebih besar, pegawainya banyak dan pemasukannya lebih besar, kalau saya kurang begitu ngoyo karena jualan ini buat ngisi waktu tua saya mas jadi biarin yang muda muda ini yang ngoyo....”* ungkap Ibu Wiriani Owner Toko Surya

Dalam hal ini dapat kita simpulkan bahwasannya kondisi pribadi penjual juga berperan dalam menentukan keputusan strategi penjualan. Hal tersebut juga berdampak pada penjualan toko Surya milik ibu wiriani, sehingga kurang bisa berkembang dan bersaing secara maksimal melawan kompetitornya di Jalan Yos Sudarso. Meski demikian ketika ditanya apakah Ibu Wiriani merasa terdominasi, tentunya iya namun karena kondisi yang lansia terpaksa membuat ibu wiriani tidak terlalu kekeh untuk berbisnis cara maksimal. Selain faktor kondisi banyak faktor lain yang bisa mempengaruhi keputusan strategi penjualan diantaranya meliputi kemampuan bisnis pengusaha, akses pada mitra dan branding.

### **Ketahanan Industri Tahu Takwa Kota Kediri**

Keberadaan industri takwa Kota Kediri yang terus berjalan hingga sekarang menjadi bukti ketahanan industri tahu takwa. Konteks ketahanan industri tahu takwa yang akan menjadi fokus utama dalam bahasan ini adalah tantangan usaha takwa dalam menghadapi pandemi Covid 19. Sudah menjadi rahasia umum, bahwa dampak covid sangat

besar dan hampir masuk semua aspek dalam kehidupan masyarakat. Terutama aspek ekonomi yang vital dalam menjamin kelangsungan hidup pada saat ini. Resesi dan penurunan daya beli menjadi dampak konkrit yang harus dihadapi masyarakat. Oleh karenanya melihat dan memetakan dampak covid pada ketahanan Industri Tahu Takwa menjadi hal penting dalam kajian ini. Selain itu mengetahui ketahanan tahu takwa dapat menjadi langkah untuk menyusun strategi demi keberlanjutan industri takwa di masa mendatang.

Para pelaku usaha menerapkan keputusan yang kondisional agar usahanya bisa bertahan melawan pandemi Covid 19. Beberapa strategi yang diterapkan seperti mengurangi produksi, perampingan tenaga kerja, pemotongan jam kerja, pengoptimalan melalui pengolahan bahan yang sisa. Hal tersebut diambil karena penurunan pendapatan dan daya beli masyarakat sebagai efek pandemi pada ekonomi. Namun mereka juga memafaatka peluang lain dengan optimalisasi media online sebagai solusi alternatif dari permasalahan mereka. Peran kebijakan juga pemerintah juga sangat menentukan kelangsungan usaha mereka. New normal dianggap mereka sebagai kebijakan yang mampu sedikit membantu mereka dengan sedikit meningkatkan pendapatan usaha setelah mengalami penurunan. Hal tersebut juga disampaikan oleh beberapa karyawan bersama wawancara peneliti.

*“...Sekarang sih udah mulai berangsur normal, karena new normal jadinya bisa segitu. Pas awal awal pandemi malah beda lagi, nggak laku juga pernah saking sepine. Kalau sekarang sudah agak normal, belum normal malahan....”* ungkap Karyawan LTT  
*“... Saya sendiri dan temen temen liyane jujur setuju mas soale, penanganan covid 19 juga penting, tapi kelangsungan industri tahu ini juga penting mas banyak sing bergantung. Mungkin lek misal new normal nggak diterapin, saya nggak tahu lagi kelangsungan toko ini bagaimana pas awal awal pandemi aja pernah nggak laku sama sekali dan sekarang kami syukur banget....”* ungkap Karyawan Toko Poo

Sehingga dari hasil wawancara tersebut dapat direfleksikan new normal sangat berperan besar dalam membantu kelagsungan usaha mereka. Harapan para pelaku usaha pada pemerintah adalah untuk segera bisa menuntaskan pandemi covid agar bisa kembali pada kehidupan normal sebelum pandemi.

## KESIMPULAN

Konteks ekonomi kultural yang dieksplorasi melalui Industri Tahu Takwa Kota Kediri menghasilkan beragam temuan, salah satunya adalah diferensiasi etos kerja antara etnis tionghoa dan jawa. Etos kerja masyarakat tionghoa dikenal dengan karakter pekerja keras dan penuh perencanaan. Sedangkan pada masyarakat jawa cenderung lebih bersabar dan menerima apapun kondisinya. Hal tersebut sangat mempengaruhi kutusan mereka dalam mengelol usaha tahu takwa di Kota Kediri.

Temuan Kedua yaitu komoditas tahu berhasil dikembangkan oleh masyarakat etnis tionghoa secara inovatif menjadi hal baru yang dinamakan Tahu Takwa yang berkembang menjadi identitas Kota Kediri dengan julukan "Kota Tahu". Hal ini menjadi menarik mengingat posisi etnis tionghoa sebagai kelompok minoritas, namun mampu menjadikan tahu takwa menjadi identitas Kota Kediri yang berpenduduk mayoritas etnis jawa.

Temuan ketiga berbicara mengenai pola persaingan yang terbentuk dalam Industri Takwa Kota Kediri. Pola persaingan tersebut juga tidak lepas dengan dominasi usaha. Para pelaku usaha didominasi oleh etnis tionghoa sendiri karena memiliki modal sosial dan branding sebagai subyek yang menggagas produk tersebut serta mereka meyakini peluang keberhasilan mereka akan lebih mudah. Sehingga kondisi membuat etnis jawa lebih bekerja keras ketika berkontestasi bisnis pada Industri Tahu Takwa Kota Kediri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarabi. 2010. "Wacana Dan Stigma Etnis Tionghoa Di Indonesia." *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*.
- Amalia, Fitri. 2015. "Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa Di Pasar Semawis Semarang." *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture* 4 (1).
- Anwar, Khoirul. 2013. "MAKNA KULTURAL DAN SOSIAL-EKONOMI TRADISI SYAWALAN Khoirul Anwar." *Walisono* 21 (November 2013): 437-68.
- Atabik, Ahmad. 2016. "PERCAMPURAN BUDAYA JAWA DAN CINA: Harmoni Dan Toleransi Beragama Masyarakat Lasem." *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* 11 (1): 1.
- Becker, George, Max Webe, and Stephen Kalberg. 2002. "The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism." *Review of Religious Research*.
- Bourdieu, Pierre. 2018. "The Forms of Capital." In *The Sociology of Economic Life, Third Edition*.
- Fathy, Rusydan. 2019. "Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas Dan Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 6 (1): 1.
- Hennida, Citra, Reza Akbar Felayati, Sri Harini Wijayanti, and Alfionita Rizky Perdana. 2017. "Budaya Dan Pembangunan Ekonomi Di Jepang, Korea Selatan Dan China." *Jurnal Global & Strategis* 10 (2): 248.
- Industri, D I, and Rumah Tangga. 2018. "ANALISIS KUALITAS TAHU TAKWA DENGAN PENDEKATAN GOOD MANUFACTURING PRACTICES ( GMP ) PENDAHULUAN Pangan Merupakan Kebutuhan Primer Yang Memerlukan Perhatian Karena Pangan Yang Tidak Aman Dapat Membahayakan Kesehatan Masyarakat . Menurut World Health Organi," no. December: 281-90.
- Irianto, Agus Maladi. 2016. "KOMODIFIKASI BUDAYA DI ERA EKONOMI GLOBAL TERHADAP KEARIFAN LOKAL: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata Dan Kesenian Tradisional Di Jawa Tengah." *Jurnal THEOLOGIA* 27 (1): 212.
- Jb., Masroer Ch. 2017. "SPIRITUALITAS ISLAM DALAM BUDAYA WAYANG KULIT MASYARAKAT JAWA DAN SUNDA." *Jurnal Sosiologi Agama*.
- Kusumastuti, Ayu. 2016. "Modal Sosial Dan Mekanisme Adaptasi Masyarakat Pedesaan Dalam Pengelolaan Dan Pembangunan Infrastruktur." *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi* 20 (1).
- Mahendra, Suka. 2015. "KETERKAITAN MODAL SOSIAL DENGAN STRATEGI KELANGSUNGAN USAHA PEDAGANG SEKTOR INFORMAL DI KAWASAN WADUK MULUR: Studi Kasus Pada Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo." *Jurnal Analisa Sosiologi* 4. No 2: 10-30.
- Mudana, I W. 2012. "Modal Sosial Dalam Pengintegrasian Etnis Tionghoa Pada." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1 (1): 30-40.
- Pratikto, Adji. 2012. "Pengaruh Budaya Terhadap Kinerja Perekonomian." *Buletin Studi Ekonomi* 17 (2): 98-115.
- Purbasari, Verbena Ayuningsih, and Suharno Suharno. 2019. "Interaksi Sosial Etnis Cina-Jawa Kota Surakarta." *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya* 21 (1): 1.
- Puspitosari, Wida A Y U. 2012. "ETNIS TIONGHOA, TAHU DAN KOTA (Terbangunnya Identitas Kota Kediri)."
- Rahayu, Sinta. 2017. "Journal of Indonesian History." *Konflik Rasial Antara Etnis Tionghoa Dan Pribumi Di Surakarta*.
- Saliman, Abdul R. 2011. "Hukum Bisnis Untuk Perusahaan." In *Kencana*.

- Salioso, Herdi, and Willy Herdianto Surya. 2016. "Kultur Sosial Etnik China Dalam Persaingan Bisnis" 2 (1): 1–16.
- Syahri, Moch. 2017. "Strukturasi Anthony Giddens." *Article*.
- Weber, Max. 2005. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.
- Wulandari, Nisa A'rafiyah Tri. 2017. "FILOSOFI JAWA NRIMO DITINJAU DARI SILA KETUHANAN YANG MAHA ESA." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganearaan*.