

Kebertahanan Pedagang Ombus-Ombus di Kecamatan Siborongborong, Kabupaten Tapanuli Utara

Yohana M. Hutasoit*, Payerli Pasaribu

Prodi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan
[yohanahutasoit02@gmail.com] [payerlipasaribu@unimed.ac.id]
Medan, Sumatera Utara, Indonesia

***Corresponding Author**

Abstract

This study is motivated by the shift in consumer preferences, where people now tend to favor modern and fast food, thereby threatening the existence of traditional foods such as ombus-ombus. The ombus-ombus vendors in Siborongborong District, North Tapanuli Regency, face various challenges such as declining customer interest, market competition, rising prices of raw materials, limited capital, and government regulations. The aim of this study is to identify those challenges, the survival strategies used by the vendors, and the driving factors behind their persistence in running the business. This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that vendors survive by innovating their presentation, maintaining taste quality, building good relationships with customers, and remaining loyal to their cultural heritage. The main driving factors include economic necessity, emotional attachment, and cultural values. The analysis is based on Max Weber's theory of social action, which examines rational action through instrumental, value-oriented, traditional, and affective dimensions.

Keywords: *Traders' Resilience, Ombus-Ombus, Traditional Food*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran selera konsumsi masyarakat yang kini lebih menyukai makanan modern dan cepat saji (*fast food*), sehingga mengancam eksistensi makanan tradisional seperti *ombus-ombus*. Para pedagang *ombus-ombus* di Kecamatan Siborongborong, Kabupaten Tapanuli Utara, menghadapi berbagai tantangan seperti menurunnya minat pembeli, persaingan pasar, naiknya harga bahan baku, keterbatasan modal, dan kebijakan pemerintah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tantangan tersebut, strategi bertahan yang dilakukan pedagang, serta faktor yang mendorong mereka tetap menjalankan usaha. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa pedagang bertahan melalui inovasi penyajian, menjaga kualitas rasa, menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan loyal terhadap budaya lokal. Faktor pendorong bertahan meliputi kebutuhan ekonomi, keterikatan emosional, dan nilai budaya. Analisis menggunakan teori tindakan sosial Max Weber yang mengkaji tindakan rasional instrumental, nilai, tradisional, dan afektif.

Kata kunci: Kebertahanan Pedagang, Ombus-Ombus, Makanan Tradisional

PENDAHULUAN

Kecamatan Siborongborong, yang terletak di Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara, merupakan daerah yang kaya akan tradisi dan budaya Batak. Selain dikenal karena keindahan alamnya, wilayah ini juga terkenal dengan keberagaman adat istiadat yang masih dipertahankan oleh masyarakatnya. Salah satu kekayaan budaya yang menjadi ciri khas Siborongborong adalah makanan tradisional yang disebut *ombus-ombus*. *Ombus-ombus* telah lama menjadi simbol kuliner daerah ini dan sangat terkait dengan kehidupan sosial masyarakat Batak.

Sebagian besar warga Siborongborong pada umumnya bergantung pada sektor pertanian untuk mata pencaharian mereka. Tanaman seperti padi, jagung, dan kopi menjadi komoditas utama yang ditanam di daerah ini. Selain pertanian, perdagangan juga merupakan sumber penghasilan yang penting bagi masyarakat setempat. Pasar di Siborongborong berfungsi sebagai pusat ekonomi, tempat para pedagang menawarkan berbagai barang kebutuhan sehari-hari, termasuk juga makanan khas dari daerah ini yaitu *ombus-ombus*. Dalam kehidupan sehari-hari, makanan tradisional ini bukan hanya sebagai sumber penghasilan bagi pedagang, tetapi juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari identitas budaya masyarakat di daerah tersebut.

Berbicara mengenai makanan tradisional, kita tidak hanya berbicara tentang rasa, tetapi juga tentang nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Setiap suapan makanan tradisional adalah sebuah perjalanan waktu, membawa kita kembali ke masa lalu, saat nenek moyang kita menciptakan hidangan-hidangan istimewa dari bahan-bahan alam yang tersedia. Di balik setiap resep, terdapat

kisah-kisah unik tentang kehidupan masyarakat, adat istiadat, dan kearifan lokal. Makanan tradisional merupakan suatu makanan yang dibudidayakan di daerahnya dari generasi ke generasi, makanan tradisional diolah dari bahan yang tersedia dan makanan tradisional ini memiliki fungsi dalam kegiatan ritual ataupun berkaitan dengan kegiatan-kegiatan sosial ataupun kegiatan berbudaya (Sulistiyani dkk., 2022).

Setiap daerah umumnya memiliki ciri khas masakan tersendiri yang hingga kini tetap dilestarikan dengan berbagai alasan, baik itu adat, budaya, maupun alasan lainnya. Hal ini juga berlaku di Kecamatan Siborongborong, yang memiliki posisi strategis sebagai kawasan bisnis karena terletak di sepanjang Jalan Lintas Sumatera, Tarutung-Balige. Kecamatan ini berada di antara Kabupaten Tapanuli Utara, Kabupaten Toba Samosir, dan Kabupaten Humbahas. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak pedagang dari ketiga kabupaten tersebut mengembangkan usaha mereka di daerah ini.

Pedagang tradisional di Siborongborong memiliki peran penting dalam mempertahankan makanan khas daerah tersebut. Para pedagang tidak hanya menjual makanan tradisional tersebut akan tetapi juga turut berkontribusi untuk melestarikan warisan kuliner Batak ini. Para pedagang biasanya akan menjual makanan tradisional ini dengan berbagai cara, pada umumnya pedagang menjualnya dengan sepeda yang berkeliling di sekitar pasar Siborongborong ini. Selain itu, ada juga yang membawa dangdang dan biasanya dapat ditemui di loket bus dan sebagian pedagang juga membuka kedai.

Nama "*ombus-ombus*" berasal dari bahasa Batak Toba yang berarti "tiup-tiup", yang merujuk pada cara penyajiannya. Dahulu, makanan ini

dikenal dengan sebutan "lappet bulung tetap panas," yang pertama kali dibuat oleh Musik Sihombing pada tahun 1940-an di Siborongborong. Setelah wafatnya Musik Sihombing, usaha pembuatan *ombus-ombus* dilanjutkan oleh Anggiat Siahaan, seorang tetangga yang melihat potensi besar dalam makanan ini. Anggiat merasa nama "Lappet Bulung Tetap Panas" terlalu panjang dan sulit diingat, sehingga ia menciptakan nama baru yang lebih ringkas, yaitu "*Ombus-Ombus*." Nama ini berasal dari kata Batak yang berarti "tiup-tiup". Nama ini merujuk pada cara menikmati *ombus-ombus* yang biasanya disajikan dalam keadaan panas dan perlu ditiup sebelum dimakan. (Wawancara dengan Bapak Weber Siahaan, 2025).

Makanan tradisional adalah suatu wujud dari suatu budaya dan merupakan ciri dari daerah tersebut, spesifik, beraneka jenis dan macam yang mencerminkan dari masing-masing daerah dan potensi dari daerah tersebut. Makanan bukan hanya digunakan sebagai sarana akan tetapi makanan berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan gizi individu. Selain itu, makanan juga dapat menjadi simbol identitas suatu komunitas tertentu dan mampu mempertahankan hubungan antar manusia, makanan juga dapat juga diperjualbelikan dan makanan juga dapat mendukung pendapatan suatu daerah tertentu dengan mempromosikan suatu pariwisata dalam daerah tertentu (Soekatri dkk., 2013).

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pedagang *ombus-ombus* menghadapi sejumlah tantangan besar. Salah satu tantangan utamanya adalah perubahan selera masyarakat, terutama generasi muda, yang sekarang lebih tertarik pada makanan cepat saji (*fast food*) dan produk-produk modern yang lebih praktis dan mudah diakses. Walau begitu masih ada beberapa pedagang

yang tetap mempertahankan usaha mereka dalam berdagang *ombus-ombus* karena makanan ini merupakan mata pencarian utama mereka. Para pedagang tersebut juga turut untuk melestarikan makanan khas tradisional di daerah tersebut.

Perkembangan zaman tidak hanya berdampak pada menurunnya minat masyarakat terhadap *ombus-ombus*, tetapi juga mengakibatkan berkurangnya jumlah pedagang yang menjual makanan tradisional ini. Banyak pedagang yang akhirnya memilih untuk beralih ke profesi lain seperti bertani demi kelangsungan hidup mereka. Inilah yang mendorong peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai tantangan-tantangan yang dihadapi oleh pedagang *ombus-ombus* dalam menjalankan usahanya, serta apa saja strategi yang pedagang gunakan untuk bertahan di tengah berbagai perubahan. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna memahami tantangan dan strategi tersebut secara mendalam melalui penelitian berjudul "Tantangan dan Strategi Bertahan Pedagang Makanan Tradisional *Ombus-Ombus* di Siborongborong".

Tujuan penelitian ini yaitu: untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh pedagang makanan tradisional *ombus-ombus*, untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang *ombus-ombus* di Kecamatan Siborongborong untuk mempertahankan usaha dan makanan tradisional, dan untuk mengetahui faktor yang mendorong pedagang *ombus-ombus* bertahan menjalankan usahanya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori rasionalitas oleh Max Weber. Teori ini menjelaskan bahwa untuk memahami tindakan sosial, kita perlu mengerti arti subjektif yang terkandung didalamnya. Namun, untuk menganalisisnya secara objektif, Weber menekankan pentingnya konsep

rasionalitas sebagai alat untuk memahami arti subjektif. Rasionalitas ini juga menjadi dasar perbandingan antara berbagai jenis tindakan sosial. Kritik terhadap pendekatan subjektif muncul karena pengalaman individu yang tidak dapat diamati dianggap sulit untuk dianalisis secara ilmiah. Pendekatan objektif berfokus pada gejala yang dapat diamati, seperti perilaku fisik, sementara pendekatan subjektif berusaha memahami perasaan, pikiran, dan motif individu yang tidak bisa langsung terlihat. Meskipun pengalaman subjektif bersifat pribadi, jika pengalaman tersebut dipahami bersama dalam interaksi sosial, maka dapat dianggap sebagai pengalaman objektif yang dimiliki bersama, meskipun tetap sangat nyata bagi individu tersebut (Weber, 2005).

Rasionalitas dan aturan logika berfungsi sebagai kerangka acuan bersama yang memungkinkan kita untuk menilai aspek-aspek subjektif dalam perilaku secara objektif. Sebagai contoh, jika seseorang memilih barang yang lebih murah di antara dua pilihan yang sama, kita menganggap itu sebagai tindakan rasional berdasarkan kriteria rasionalitas yang kita terima. Namun, tidak semua perilaku bisa dianggap rasional. Misalnya, emosi seperti kemarahan, cinta, atau ketakutan mungkin terlihat tidak rasional dalam perilaku nyata, tetapi kita dapat memahaminya (*verstehen*) jika kita tahu perasaan yang mendasari perilaku tersebut.

Rasionalitas adalah konsep utama yang digunakan Weber untuk mengklasifikasikan jenis-jenis tindakan sosial. Weber membedakan antara tindakan rasional dan nonrasional. Tindakan rasional, menurut Weber, melibatkan pertimbangan yang sadar dan pilihan yang jelas dalam melakukan suatu tindakan. Weber mengidentifikasi empat jenis tindakan sosial, yaitu: tindakan rasional instrumental, tindakan rasional

yang berorientasi nilai, tindakan tradisional, dan tindakan afektif (Weber, 2005).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif ini menurut Sugiyono (2009: 15) adalah pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan menggambarkan kualitas atau karakteristik dari fenomena sosial yang tidak dapat dijelaskan atau diukur dengan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan berbagai aspek yang bersifat kompleks dan mendalam, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konteks sosial yang sedang diteliti.

Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif dan melibatkan analisis mendalam. Jenis penelitian ini biasanya menyoroti perspektif subjek, proses, dan makna dari penelitian, dengan dukungan teori yang relevan agar sesuai dengan kondisi di lapangan. Secara sederhana, penelitian kualitatif tidak mengandalkan teknik statistik untuk menghasilkan data, tetapi lebih kepada cara peneliti memahami dan menafsirkan peristiwa, interaksi, dan perilaku subjek dalam konteks tertentu dari sudut pandang peneliti.

Proses penelitian ini dilakukan secara langsung di Kecamatan Siborongborong, Kabupaten Tapanuli Utara. Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui tiga teknik yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Observasi dilakukan di lokasi strategis tempat para pedagang makanan tradisional *ombus-ombus* menjalankan usahanya, seperti di Terminal Siborongborong, Jalan Sisingamangaraja, dan Simpang Tugu Siborongborong. Wawancara dilakukan

secara langsung dengan informan utama yaitu para pedagang makanan tradisional *ombus-ombus*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan yang Dihadapi Pedagang Makanan Tradisional *Ombus-Ombus*

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara maka tantangan yang dihadapi oleh pedagang dapat dibagi menjadi enam, sebagai berikut:

a. Persaingan dengan Produk Makanan Impor

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan di lapangan para pedagang dalam menjalankan usahanya menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan wawancara dengan informan yang bernama Ibu Debora Br. Lumbanturuan (36 tahun) selaku pedagang makanan tradisional *ombus-ombus* yang telah menjalankan usahanya selama 10 tahun. Beliau menjelaskan apa tantangan yang beliau alami. Berikut penuturannya:

“Tantangan yang saya rasakan yaitu persaingan dengan makanan impor karena saat ini sudah banyak makanan impor yang ada di Siborongborong. Hal tersebut mengakibatkan banyak masyarakat lebih tertarik dengan makanan impor tersebut, karena makanan impor sekarang lebih banyak macamnya sehingga para masyarakat lebih tertarik membeli makanan impor tersebut”. (Wawancara dengan Ibu Debora Br. Lumbanturuan, 2025).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pedagang *ombus-ombus* adalah meningkatnya persaingan yang disebabkan oleh berbagai jenis makanan impor yang kini marak dijual saat ini. Makanan cepat saji (*fast food*), jajanan modern, dan makanan lainnya yang mengubah selera konsumsi masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Mereka cenderung lebih tertarik dan lebih

menyukai makanan impor tersebut karna dianggap lebih praktis dan lebih banyak variasinya. Akibatnya, permintaan akan *ombus-ombus* sebagai makanan tradisional yang sederhana dan proses produksinya semakin menurun. Para pedagang menyadari bahwa makanan tradisional *ombus-ombus* saat ini semakin kurang diminati dan pada umumnya orang tua saja yang menyukai makanan tradisional ini. Hal tersebut berdampak pada penurunan jumlah pembeli yang signifikan.

b. Kurangnya Minat Pelanggan

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Sondang Lumbantobing (39 tahun) beliau telah berjualan *ombus-ombus* sekitar 5 tahun. Beliau mengatakan mengalami tantangan saat berjualan *ombus-ombus*. tantangan yang dirasakan oleh informan yaitu:

“Sekarang *ombus-ombus* sudah kurang laku tidak seperti dulu. Kalau dulu masih banyak orang yang cari, apalagi pas hari pasar atau ada acara-acara adat. Tapi sekarang sudah jarang yang beli. Jadi banyak juga para pedagang lama yang akhirnya beralih pekerjaan, seperti teman saya yang dulunya berdagang *ombus-ombus*, tetapi karna saat ini *ombus-ombus* kurang laku lagi dia jadinya berhenti berdagang *ombus-ombus* dan memilih bekerja di ladang saja”. (Wawancara dengan Ibu Sondang Lumbantobing, 2025).

Masyarakat saat ini banyak yang sudah tidak menyukai *ombus-ombus* lagi. Jika dulu makanan ini menjadi favorit masyarakat apalagi pada saat pasar ramai atau ada acara adat, sekarang hanya sedikit orang yang mencarinya secara khusus. Beberapa pedagang mengatakan bahwa minat terhadap *ombus-ombus* telah berkurang dan pedagang juga mengatakan bahwa masyarakat lebih memilih makanan yang lebih modern. Bahkan salah satu informan mengatakan

bahwa karena penjualan *ombus-ombus* semakin tidak menguntungkan dan kadang mengalami kerugian, beberapa pedagang lainnya yang sebelumnya berdagang *ombus-ombus* kini lebih memilih beralih pekerjaan lain, seperti bertani dan berdagang makanan lainnya. Hal ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan pedagang bahwa *ombus-ombus* dapat benar-benar ditinggalkan di masa depan jika tidak ada upaya untuk melestarikannya.

c. Kebijakan Jadwal Berjualan Yang Diterapkan Oleh Pemerintah

Bapak Saut Siburian (54 tahun) beliau selaku pedagang *ombus-ombus* yang sudah lama menekuni pekerjaan tersebut, mengalami tantangan. Berikut tantangan yang beliau alami:

“Kalau saya pribadi tantangan yang saya alami yaitu adanya peraturan dari pemerintah yang menerapkan aturan untuk bergantian berjualan dengan pedagang lain. Pemerintah membuat jadwal untuk berjualan, jadi kami harus menunggu jadwal berjualan. Padahal kalau berjualan setiap hari maka penghasilan dari berjualan akan lebih banyak. Karena jadwal berjualan yang dibuat oleh pemerintah maka otomatis penghasilan juga akan berkurang”. (Wawancara dengan Bapak Saut Siburian, 2025).

Kebijakan pemerintah setempat yang melakukan dan menerapkan sistem berjualan secara bergiliran bagi pedagang untuk berjualan di lokasi seperti terminal dan juga di simpang tugu Siborongborong merupakan tantangan yang dirasakan oleh pedagang. Di satu sisi, aturan ini mengurangi pendapatan pedagang *ombus-ombus* karena bertujuan untuk memastikan bahwa semua para pedagang *ombus-ombus* yang menggunakan sepeda dan beko sorong untuk berjualan memiliki kesempatan yang sama untuk berdagang. Menurut

salah satu informan, yang mengatakan bahwa informan hanya dapat berjualan pada hari-hari tertentu sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh pemerintah setempat. Akibatnya penghasilannya pedagang tersebut tidak stabil. Kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah setempat mengurangi tingkat penjualan dan berdampak langsung pada usaha pedagang kecil yang bergantung pada pendapatan harian.

d. Resiko Barang Dagangan Yang Tidak Terjual Habis

Informan bernama Ibu Rumaida Pakpahan (45 tahun) yang sudah 6 tahun berjualan *ombus-ombus*. Beliau mengalami tantangan sebagai berikut:

“Tantangan yang saya alami itu kadang-kadang jualan saya tidak laku semuanya. Pagi saya bawa *ombus-ombus* dari rumah sekitar 100 biji tetapi sampai sore saya jualan di terminal Siborongborong lakunya 70 biji atau 60 biji saja. Sisanya terpaksa saya bawa pulang, atau kalo sudah basi saya buang. Hal itu membuat saya rugi apalagi kalo tidak balik modal”. (Wawancara dengan Ibu Rumaida Pakpahan, 2025).

Pedagang biasanya membuat *ombus-ombus* dalam jumlah tertentu, dan yang akan dijual oleh pedagang mulai pagi hari sampai sore. Namun, kadang tidak semua dagangan terjual habis. Pedagang mengatakan mereka biasanya harus membawa pulang *ombus-ombus* yang tersisa, bahkan jika sudah tidak layak dimakan. Tidak diragukan lagi, keadaan ini menyebabkan pedagang mengalami kerugian yang signifikan karena modal yang telah dikeluarkan tidak kembali dan keuntungan yang diharapkan hilang. Karena jumlah pembeli yang datang lebih sedikit pada hari-hari biasa dibandingkan akhir pekan atau saat ada acara tertentu, risiko kerugian pun meningkat pada hari-hari tersebut.

e. Persaingan Antarpedagang

Wawancara dengan Ibu Pantun Simanjuntak (55 Tahun) yang sudah berjualan *ombus-ombus* 23 tahun. Berikut hasil wawancara dengan beliau mengenai tantangan yang dialami:

“Kalau tantangan yang saya alami yaitu persaingan dengan pedagang lainnya. Banyak pembeli lebih memilih dan lebih suka membeli *ombus-ombus* kepada pedagang yang membuka kedai *ombus-ombus*, bukan ke saya yang berjualan menggunakan *beko sorong*. Soalnya kalau kalo beli *ombus-ombus* ke kedai di sana bisa sambil duduk minum teh ataupun kopi sambil makan *ombus-ombus*, sehingga pembeli lebih banyak tertarik membeli *ombus-ombus* kesana”. (Wawancara dengan Ibu Pantun Simanjuntak, 2025).

Pesaingan para pedagang bukan hanya dengan makanan modern yang telah banyak muncul di Siborongborong akan tetapi persaingan yang mereka alami saat yaitu persaingan dengan antarpedagang. Salah satu persaingan yang mencolok yaitu antara pedagang yang memiliki kedai dengan pedagang yang harus berjualan secara berkeliling. Karena para konsumen dapat duduk dan menikmati *ombus-ombus* sambil minum kopi ataupun teh, pemilik kedai mendapatkan keuntungan dari sisi kenyamanan. Banyak pelanggan lebih suka membeli *ombus-ombus* di kedai daripada membeli dari penjual yang menggunakan sepeda atau *beko sorong*. Pedagang kecil merasa tertinggal dibanding dengan para pedagang yang sudah memiliki usaha dengan menggunakan kedai. Para pedagang yang menggunakan *beko sorong* merasa tidak dapat memberikan kenyamanan yang sama, dan mereka memiliki lebih sedikit pelanggan daripada pelanggan yang sudah berkedai. Persaingan mengurangi peluang pendapatan dan menurunkan

motivasi para pedagang kecil untuk tetap bertahan.

f. Kenaikan Harga Bahan Baku

Hasil wawancara berikutnya yaitu dengan Ibu Delima Sianturi (45 tahun) beliau sudah 16 tahun berjualan *ombus-ombus*, beliau juga menghadapi tantangan saat berjualan *ombus-ombus*. Berikut penuturannya:

“Sekarang ini bahan-bahan untuk membuat *ombus-ombus* makin mahal apalagi kelapa yang saat ini mahal, satu biji kelapa yang besar harganya 10.000 rupiah. Kadang kalo harga bahan-bahanya mahal saya mengurangi porsi bahan nya seperti kelapa saya kurangi. Belum lagi kalau saat berjualan *ombus-ombus* tidak laku semua jadinya modal pun tak balik yang membuat besoknya modal membuat *ombus-ombus* berkurang, jadinya saya terpaksa meminjam dari saudara supaya bisa tetap berjualan, itulah tantangan yang saya alami”. (Wawancara dengan Ibu Delima Sianturi, 2025).

Selanjutnya tantangan yang dialami oleh para pedagang *ombus-ombus* di Kecamatan Siborongborong adalah harga baku yang meningkat. Bahan-bahan utama seperti kelapa, gula merah, dan juga tepung bera, yang sangat penting untuk membuat *ombus-ombus*, mengalami kenaikan harga. Meskipun kelapa adalah bahan yang penting untuk pembuatan *ombus-ombus*, salah satu informan mengatakan bahwa harga 1 butir kelapa ukuran besar dapat mencapai 10.000 rupiah. Selain itu, gula merah asli semakin sulit ditemukan dengan kualitas yang baik dan harganya telah meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ini pasti akan sangat membebani para pedagang, terutama para pedagang yang menjalankan usahanya secara mandiri.

Peningkatan harga bahan baku ini berdampak pada produksi dan kualitas produk. Pedagang yang memiliki modal

terbatas terpaksa mengurangi porsi atau jumlah bahan-bahan tertentu dalam adonan *ombus-ombus*, seperti mengurangi kelapa dan juga menggunakan gula merah yang lebih murah. Sayangnya pengurangan bahan ini seringkali berdampak pada cita rasa *ombus-ombus* yang dijual, akibatnya pelanggan mungkin tidak puas dan bahkan mungkin tidak membeli dan beralih kepada pelanggan lain. Menaikkan harga jual untuk menutupi biaya produksi juga merupakan pilihan yang sulit.



Gambar 1. Pedagang *Ombus-Ombus* yang Bersepeda
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025



Gambar 2. Kedai *Ombus-Ombus*
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025



Gambar 3. Pedagang *Ombus-Ombus* yang menggunakan Dandang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Strategi Pedagang *Ombus-Ombus* Untuk Mempertahankan Usaha Makanan Tradisional

Strategi yang dilakukan oleh para pedagang *ombus-ombus* sebenarnya sederhana saja. Meskipun strategi-strategi yang mereka lakukan tampak sederhana, nyatanya cukup efektif untuk mempertahankan keberlanjutan usaha *ombus-ombus* di tengah gempuran makanan modern dan perubahan selera konsumen. Dengan persaingan dengan jajanan yang lebih enak dan lebih beragam saat ini para pedagang tetap berusaha untuk mempertahankan usahanya dengan beberapa strategi yang sederhana.

Berikut adalah beberapa strategi sederhana yang dilakukan oleh para pedagang:

a. Menjaga Hubungan yang Baik dengan Pelanggan

Menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan merupakan salah satu strategi bertahan yang dilakukan dan diterapkan oleh pedagang *ombus-ombus*. Komunikasi yang ramah dan sopan adalah contoh strategi ini. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya membangun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli untuk keberlangsungan usaha mereka. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan, mereka menciptakan lingkungan interaksi yang nyaman, menyapa pelanggan dengan senyum, dan memberikan pelayanan yang baik juga. Menurut perspektif ini, pedagang tidak hanya berkonsentrasi pada transaksi jual beli semata, akan tetapi mereka juga berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan para pembeli.

Dengan persaingan dengan jajanan yang lebih enak dan lebih beragam saat ini para pedagang tetap berusaha untuk mempertahankan usahanya dengan beberapa strategi yang sederhana.

Adapun cara yang dilakukan oleh Ibu Debora Lumban Toruan dikatakan sebagai berikut:

“Kalau saya pribadi, strategi yang saya lakukan lebih kepada menjaga hubungan baik dengan para pelanggan. Biasanya saya selalu menyapa mereka dengan ramah”. (Wawancara dengan Ibu Debora Lumbantoruan, 2025).

Strategi ini secara tidak langsung menciptakan loyalitas pelanggan yang sangat penting untuk mempertahankan kesinambungan usaha kecil. Jika pelanggan merasa diterima dengan baik, maka mereka akan cenderung membeli kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Dalam jangka panjang, ini adalah bentuk dukungan alami yang efektif di lingkungan lokal. Di sisi lain, sikap ramah dan konsisten dengan layanan membentuk citra positif dari menjalankan usaha sehingga pedagang dapat bersaing dengan pedagang lain, tetapi mereka tidak selalu lebih unggul dalam harga dan lokasi. Dengan mempertahankan hubungan interpersonal ini, para pedagang tidak hanya mempertahankan pembeli dan para pelanggan, akan tetapi juga memperkuat posisi komunitas mereka.

Menurut Granovetter (1985), dalam ekonomi tradisional, hubungan sosial dan jaringan interpersonal memegang peranan penting sebagai fondasi interaksi ekonomi. Hubungan sosial ini menunjukkan bahwa manusia bukan hanya pelaku ekonomi rasional, melainkan juga subjek yang terikat oleh nilai, emosi, dan norma sosial dalam setiap tindakan ekonomi. Oleh karena itu, di tengah modernisasi yang menekankan efisiensi dan kecepatan, pedagang makanan tradisional *ombus-ombus* memilih membangun hubungan emosional yang baik dengan pembeli sebagai strategi bertahan. Meskipun sederhana, strategi ini berdampak signifikan dalam memperkuat usaha

tradisional mereka di tengah persaingan yang semakin kompleks. Oleh karena itu, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan tidak hanya bagian dari taktis pedagang, akan tetapi juga bagian dari cara hidup, dan bagian dari nilai lokal yang diturunkan dari generasi ke generasi dalam pengelolaan usaha makanan tradisional *ombus-ombus*.

b. Menjaga Kualitas Bahan Baku dan Menjaga Cita Rasa *Ombus-Ombus*

Strategi untuk mempertahankan kualitas bahan baku adalah langkah yang sangat penting dan merupakan fondasi utama untuk memelihara usaha makanan tradisional *ombus-ombus* ini. Setelah melakukan wawancara dengan informan pedagang menunjukkan perhatian terhadap pemilihan bahan-bahan baku yang digunakan. Contoh spesifik adalah keputusan untuk memesan daun pisang langsung dari Medan. Pilihan ini bukan tanpa alasan, ini karena daun pisang berkualitas rendah dapat secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan karena dapat merusak kematangan *ombus-ombus* tersebut. Selain itu para pedagang juga ketika memilih kelapa, harus memastikan bahwa kelapa yang digunakan tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda, kemudian kelapa yang sudah di parut akan disangrai terlebih dahulu agar menciptakan rasa yang gurih. Dalam pemilihan tepung beras dan juga gula merah tidak asal pilih, pedagang menggunakan bahan-bahan yang berkualitas untuk menghasilkan *ombus-ombus* yang bertekstur lembut dan juga rasa manis yang alami. Berikut penuturan yang disampaikan informan :

“Saya selaku pedagang *ombus-ombus* menggunakan strategi yang sederhana untuk mempertahankan usaha saya ini, saya selalu berusaha agar cita rasa dan kelembutan dari *ombus-ombus* yang saya buat tetap terjaga enak. Saya juga selalu memperhatikan cara

pembuatan *ombus-ombus* dengan membuat bahan-bahan yang pas, seperti membuat *ombus-ombus* tidak terlalu manis agar enak dimakan dengan kopi ataupun teh manis”. (Wawancara dengan Bapak Walber Siahaan, 2025).

Strategi yang dilakukan oleh pedagang *ombus-ombus* ini menunjukkan bahwa kesadaran dari pedagang untuk menjaga cita rasa dari *ombus-ombus* sangat penting, karena makanan tradisional *ombus-ombus* ini merupakan identitas kuliner lokal. Cita rasa dari *ombus-ombus* bukan hanya soal enak atau tidak makanan tersebut, tetapi juga bagian dari pengalaman budaya yang ditawarkan kepada setiap pelanggan. Dalam konteks ini *ombus-ombus* tidak hanya sebagai produk konsumsi, tetapi juga simbol warisan kuliner bersejarah bagi masyarakat. Oleh karena itu mempertahankan kualitas dan bahan baku dalam pembuatan *ombus-ombus* adalah upaya untuk mempertahankan keaslian rasa dari produk tersebut.

c. Memberikan Bonus kepada Pelanggan

Strategi pemberian bonus kepada pelanggan setia merupakan salah satu bentuk pendekatan yang mencerminkan pemahaman mendalam para pedagang tentang pentingnya membangun loyalitas pelanggan sebagai aset utama dalam usaha kecil seperti berjualan *ombus-ombus*. Adapun cara yang dilakukan oleh Ibu Debora Lumban Toruan dikatakan sebagai berikut :

“Saya sering memberikan bonus kepada pelanggan setia dan juga pelanggan yang membeli dalam jumlah yang banyak, seperti menambahkan satu atau dua *ombus-ombus* secara gratis. (Wawancara dengan Ibu Debora Lumbantoruan, 2025).

Praktik ini terkesan sederhana, tetapi memiliki nilai strategis yang besar karena berfungsi sebagai bentuk apresiasi dan

pengakuan atas loyalitas pelanggan. Dalam hubungan dagang yang personal dan intim sebagaimana lazimnya terjadi dalam masyarakat tradisional, pemberian bonus seperti ini memperkuat ikatan emosional antara penjual dan pembeli. Pelanggan tidak hanya merasa dihargai, tetapi juga merasa menjadi bagian dari komunitas yang disegani, sehingga terdorong untuk terus datang kembali bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Secara sosiologis, strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang *ombus-ombus* mencerminkan adanya modal sosial, di mana hubungan ekonomi tidak hanya dipandang sebagai pertukaran barang dan uang semata, tetapi juga sebagai hubungan timbal balik yang dilandasi oleh nilai-nilai solidaritas, kepercayaan, dan norma sosial yang kuat. Modal sosial ini memperkuat ikatan antara pedagang dan pelanggan serta antar sesama pedagang, sehingga membentuk jaringan sosial yang berperan penting dalam keberlangsungan usaha mereka di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan modernisasi. Sebagaimana diungkapkan oleh Fitriani & Wibowo (2020), modal sosial berupa jaringan kepercayaan dan norma timbal balik menjadi strategi utama pedagang kecil dalam bertahan menghadapi tekanan modernisasi pasar dan digitalisasi, yang tidak hanya mempertahankan loyalitas pelanggan tetapi juga menciptakan solidaritas komunitas yang kuat. Oleh karena itu, pedagang sangat memperhatikan komposisi bahan, takaran yang seimbang, serta teknik pembuatan yang tepat agar hasil akhirnya tetap lezat dan sesuai dengan harapan pembeli. Mereka berusaha agar *ombus-ombus*nya tidak terlalu manis, sebab sudah disesuaikan dengan kebiasaan masyarakat yang sering mengonsumsinya dengan teh manis atau kopi, sehingga keseimbangan rasa menjadi hal yang sangat penting.

d. Menjaga *Ombus-Ombus* Tetap Hangat

Strategi menjaga *ombus-ombus* tetap hangat merupakan cara sederhana namun sangat penting yang dilakukan oleh para pedagang agar tetap menjaga kualitas produk dan menarik minat konsumen.

Informan Ibu Delima Sianturi mengatakan bahwa *ombus-ombus* paling nikmat dinikmati saat masih hangat. Hal ini bukan hanya masalah selera saja, tetapi juga berkaitan langsung dengan tekstur dan aroma dari *ombus-ombus* itu sendiri. Saat *ombus-ombus* masih hangat, teksturnya lebih lembut, aromanya lebih kuat, dan rasanya lebih nikmat. Hal-hal tersebut sangat memengaruhi kepuasan konsumen. Menyadari hal tersebut, para pedagang menerapkan berbagai cara agar produknya tetap hangat saat dijual, misalnya dengan menyimpan *ombus-ombus* di dalam dandang yang diletakkan di atas kompor dengan api kecil, atau dengan membawa beko sorong yang juga dilengkapi dengan kompor untuk menjaga agar suhu panasnya tetap selama proses penjualan.

“*Ombus-ombus* itu paling enak kalau dimakan dalam keadaan masih panas, jadi saya membuat cara agar *ombus-ombus* ini tetap hangat dengan cara memasukkan *ombus-ombus* ke dalam dandang, kemudian dandang tersebut saya letakkan di atas kompor, dan kompor itu saya letakkan di atas *beko sorong*, jadi saya bisa dorong kemana-mana waktu berjualan. Dengan cara tersebut *ombus-ombus* yang saya jual akan tetap dalam keadaan panas, karena kalau sudah dingin *ombus-ombus* akan menjadi keras, kalau sudah keras pelanggan akan komplin. Oleh sebab itu saya menggunakan cara tersebut agar pembeli tetap mau beli *ombus-ombus* dari saya”. (Wawancara dengan Ibu Delima Sianturi, 2025).

Strategi menjaga makanan tetap hangat ini juga dapat dilihat sebagai

bentuk tanggung jawab profesional pedagang terhadap produk yang dijualnya. Pedagang tidak sekadar menjual *ombus-ombus* apa adanya, tetapi juga memperhatikan bagaimana produk tersebut diterima oleh konsumen dalam kondisi terbaiknya. Hal ini menunjukkan bahwa nilai dalam berdagang tidak hanya terletak pada transaksi, tetapi juga pada kualitas pelayanan. Dengan menjaga *ombus-ombus* tetap hangat, pedagang tidak hanya menjaga cita rasa, tetapi juga menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan bagi pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas konsumen dan menjaga keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, strategi ini dapat dikatakan sebagai bentuk kegigihan dan kepedulian terhadap sesama, yang menjadi salah satu kunci keberlangsungan usaha kuliner tradisional di tengah arus modernisasi yang semakin kompetitif.

Penelitian Susilawati dkk. (2024) mengenai strategi bertahan pedagang kue basah dalam menghadapi persaingan online shop di Desa Sikur, Lombok Timur, menyoroti empat strategi utama yang diterapkan oleh pedagang tradisional. Keempat strategi tersebut adalah meningkatkan kualitas produk, mengubah strategi harga, meningkatkan layanan pelanggan, dan memanfaatkan kegiatan promosi. Fokus penelitian ini adalah bagaimana pedagang harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar yang terdampak oleh kemajuan teknologi dan digitalisasi, terutama fenomena belanja online.

Sementara itu, strategi menjaga *ombus-ombus* tetap hangat yang dilakukan oleh pedagang *ombus-ombus* lebih menitikberatkan pada aspek kualitas produk secara langsung dan pelayanan yang bersifat sangat personal dan tradisional. Pedagang *ombus-ombus* menerapkan cara menjaga suhu makanan

agar tetap hangat sebagai upaya mempertahankan tekstur, aroma, dan cita rasa yang optimal saat disajikan kepada konsumen. Strategi ini bukan hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga menciptakan pengalaman menikmati makanan yang menyenangkan bagi pembeli, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen secara emosional.

e. Penyediaan Tempat Makan Langsung di Kedai *Ombus-Ombus*

Strategi menyediakan tempat makan langsung di dalam kedai tidak hanya bermanfaat, tetapi juga penting untuk memberikan pengalaman yang lebih nyaman bagi pelanggan. Pedagang seperti Ibu Debora Lumbantorian dan Bapak Herber Siahaan sengaja menciptakan warung yang nyaman, lengkap dengan kursi dan meja, agar pelanggan dapat duduk sambil menikmati *ombus-ombus* hangat, biasanya ditemani dengan teh manis atau kopi. Apalagi dalam kehidupan masyarakat setempat, makan dan minum sering dilakukan sambil berkumpul dan kumpul-kumpul.

“Saya membuka kedai dan membuat tempat duduk agar para pelanggan dapat duduk dan menikmati *ombus-ombus* yang masih hangat. Selain itu, mereka biasanya memesan teh manis ataupun kopi, yang membuat suasana lebih santai. Apalagi kalo pagi dan juga sore ketika memang para pelanggan datang ke kedai untuk makan *ombus-ombus* dan juga sekedar minum saja. Selain *ombus-ombus* saya juga menyediakan beberapa jajanan lain di kedai ini. Saya perhatikan para pelanggan merasa nyaman dan sering kembali karena mereka merasa tempat ini bagus untuk bersantai sambil makan *ombus-ombus* dan mengobrol bersama teman”. (Wawancara dengan Bapak Herber Siahaan dan Ibu Debora Br. Lumbantorian, 2025)

Dengan hadirnya tempat duduk di dalam kedai, pelanggan dapat bersantai, berbincang, dan menikmati *ombus-ombus* dengan lebih tenang. Jadi, warung tidak hanya menjadi tempat berjualan, tetapi juga menjadi tempat berkumpul yang membuat pelanggan betah, terutama di pagi atau sore hari.

f. Strategi Waktu Berjualan

Strategi waktu berjualan merupakan salah satu cara yang dilakukan para pedagang *ombus-ombus* untuk menarik minat pembeli lebih banyak. Seperti yang dilakukan oleh Bapak Saut Siburian, ia memulai usahanya pada pagi hari sekitar pukul 08.00 WIB dan bisa terus berjualan hingga sore atau bahkan malam hari, tergantung situasi dan kondisi. Strategi ini menunjukkan bahwa para pedagang sadar untuk menyesuaikan waktu berjualan dengan kebiasaan masyarakat di sekitarnya. Selain itu, dengan waktu berjualan yang panjang, maka peluang untuk mendapatkan pembeli pun menjadi lebih besar. Hal ini juga dapat menjadi nilai tambah bagi para pelanggan karena mereka merasa lebih mudah dan fleksibel ketika ingin membeli *ombus-ombus* kapan saja.

Berbagai cara akan dilakukan oleh para pedagang *ombus-ombus* agar dapat mempertahankan usahanya seperti Bapak Saut Siburian yang melakukan strategi berikut:

“Untuk waktu berjualan saya biasanya mulai lebih awal dari pagi jam 08.00 WIB hingga sore jam 17.00 bahkan sampai jam 18.00 WIB tergantung situasi. Hal tersebut saya lakukan agar pembeli *ombus-ombus* lebih banyak. Yang paling penting menurut saya adalah selalu konsisten. Kemudian hal yang saya lakukan adalah melayani pembeli dengan bersikap ramah dan juga sopan, ketika kita melayani dengan ramah maka para pembeli pun akan lebih beli dari kita. Walaupun pembeli lebih

ramai ke pedagang lain, saya tetap semangat karna rezeki itu sudah ada yang atur”. (Wawancara dengan Bapak Saut Siburian, 2025).

Strategi ini terlihat sederhana, tetapi sangat efektif karena menyesuaikan usaha dengan kebutuhan dan kebiasaan masyarakat. Dengan begitu, para pedagang dapat bertahan dan mempertahankan pendapatannya setiap hari.

g. Menjaga Harga Tetap Terjangkau

Menjaga harga agar tetap terjangkau merupakan salah satu strategi penting yang dilakukan oleh para pedagang *ombus-ombus* agar usahanya tetap diminati oleh para pembeli. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Rumaida Pakpahan, ia menjual tiga buah *ombus-ombus* hanya dengan harga lima ribu rupiah. Harga tersebut dinilai cukup murah dan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, terutama masyarakat menengah ke bawah. Wawancara dengan informan Ibu Rumaida Pakpahan. Berikut strategi yang beliau lakukan:

“Cara yang sering saya lakukan untuk bertahan berjualan *ombus-ombus* ini dengan harga yang terjangkau. Lima ribu rupiah saja sudah dapat 3 biji *ombus-ombus*. Saya lakukan hal tersebut agar para pelanggan tetap membeli dagangan saya. Kalau ada pelanggan yang sudah sering membeli kadang saya kasih pelanggan tersebut tambahan *ombus-ombus*. Hal tersebut saya lakukan untuk menghargai mereka yang sering atau setia beli *ombus-ombus* dari saya”. (Wawancara dengan Ibu Rumaida Pakpahan).

Dengan harga yang murah, para pelanggan tidak merasa terbebani untuk membeli bahkan bisa membeli dalam jumlah yang lebih banyak. Selain itu, harga yang terjangkau juga membantu menjaga kestabilan jumlah pembeli setiap harinya. Dalam kondisi ekonomi

yang tidak menentu, menjaga harga tetap rendah merupakan salah satu bentuk perhatian pedagang terhadap kemampuan pelanggan. Strategi ini juga dapat menciptakan hubungan yang baik antara pedagang dan pembeli. Meskipun keuntungan per buah mungkin lebih kecil, dengan jumlah pembeli yang banyak, pendapatan pedagang dapat tetap stabil. Jadi, strategi menjaga harga tetap terjangkau merupakan penyesuaian yang bijak dan sangat dibutuhkan agar usaha *ombus-ombus* dapat tetap berjalan di tengah persaingan dan tantangan ekonomi.

h. Berdagang Secara Berkeliling

Berdagang dengan cara berkeliling merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh sebagian pedagang *ombus-ombus* untuk menjangkau lebih banyak pembeli. Salah satu pedagang yang melakukan hal ini adalah Ibu Delima Sianturi. Ia tidak hanya menunggu pembeli datang ke tempat berjualannya, tetapi juga aktif berkeliling, seperti dari terminal Siborongborong hingga Simpang Tugu, untuk menawarkan dagangannya kepada orang-orang yang ditemuinya di jalan.

“Saya terapkan itu dengan berkeliling sekitar terminal siborongborong sampai ke simpang tugu untuk menawarkan dagangan saya kepada orang-orang. (Wawancara dengan Ibu Delima Sianturi, 2025).

Strategi ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki semangat dan inisiatif yang tinggi dalam menjalankan usahanya. Dalam proses berdagang keliling, biasanya pedagang juga membawa kompor kecil untuk menghangatkan *ombus-ombus*. Hal ini menjadi nilai tambah karena pelanggan dapat menikmati *ombus-ombus* selagi hangat, yang memang lebih nikmat. Meskipun berdagang keliling membutuhkan tenaga ekstra dan

menghadapi cuaca yang tidak menentu, namun strategi ini tetap dinilai efektif karena dapat meningkatkan penjualan. Strategi ini juga membuktikan bahwa kerja sama dan keaktifan pedagang sangat berperan dalam mempertahankan usaha tradisional seperti *ombus-ombus* di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilawati dkk. (2024) mengenai strategi bertahan pedagang kue basah dalam menghadapi persaingan *online shop* di Desa Sikur, Lombok Timur, menunjukkan bahwa pelaku usaha tradisional mengalami tekanan akibat perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Dalam mengatasi tantangan ini, para pedagang kue basah mengadopsi empat strategi utama: peningkatan kualitas produk, penyesuaian harga, perbaikan layanan pelanggan, dan pelaksanaan kegiatan promosi.

Temuan ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan hasil penelitian mengenai pedagang *ombus-ombus* di Kecamatan Siborongborong. Meskipun berada dalam konteks geografis dan budaya yang berbeda, para pedagang *ombus-ombus* juga menghadapi tantangan serupa, seperti persaingan dari makanan modern dan perubahan selera konsumen. Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, pedagang *ombus-ombus* menerapkan strategi yang sejalan, yakni menjaga kualitas rasa dan bahan baku *ombus-ombus*, mempertahankan harga agar tetap terjangkau, serta mengandalkan hubungan sosial yang kuat dengan pelanggan sebagai bentuk pelayanan yang khas.

Dengan demikian, baik penelitian Susilawati dkk. (2024) maupun penelitian ini menunjukkan bahwa strategi adaptif para pedagang tradisional cenderung berpusat pada upaya mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen,

melalui kualitas, harga, pelayanan, dan promosi—meskipun bentuk promosi dalam konteks pedagang *ombus-ombus* lebih bersifat informal dan berbasis relasi sosial.

Faktor Pendorong Pedagang *Ombus-Ombus* Bertahan Menjalankan Usahanya

Dalam menjalankan usahanya, para pedagang *ombus-ombus* memiliki beberapa faktor yang mendorong mereka untuk terus menjalankan usahanya, tidak hanya terkait aspek ekonomi saja, tetapi juga mencakup dimensi sosial, budaya, dan psikologis yang saling berkaitan. Sebagian besar pedagang *ombus-ombus* di Kecamatan Siborongborong mengandalkan usahanya sebagai sumber pendapatan utama yang menunjang kehidupan sehari-hari.

Alasan yang disampaikan informan tetap bertahan menjalankan usaha ini karena ini adalah pekerjaan utama yang beliau miliki dan alasan berikutnya yaitu untuk meneruskan usaha yang telah diwariskan oleh keluarganya. Berikut penuturan yang disampaikan oleh informan Bapak Saut Siburian :

“Saya berjualan *ombus-ombus* sejak tahun 2005, walaupun penghasilannya tidak seberapa, saya tetap bertahan karena ini yang bisa saya lakukan untuk menghidupi keluarga. Saya juga punya tanggung jawab untuk meneruskan usaha *ombus-ombus* yang dijalankan oleh kakek saya, lalu dilanjutkan oleh ayah saya. Jadi usaha ini bukan hanya soal ekonomi, tapi juga warisan keluarga. Saya sudah berjualan selama 17 tahun, dan saya melakukannya dengan ikhlas dan penuh semangat. Tidak selalu ramai, kadang saya berkeliling dari pagi hingga sore dengan sepeda, tetapi hanya sedikit orang yang membeli *ombus-ombus* ini. Namun saya tidak akan menyerah, karena saya adalah tulang punggung keluarga. Meskipun pendapatan tidak tetap setiap

hari, saya tetap bertahan karena saya percaya bahwa selama kita mau berusaha, rezeki sudah ada”. (Wawancara dengan Bapak Saut Siburian, 2025).

Di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu dan terbatasnya lapangan pekerjaan di daerah Siborongborong, usaha *ombus-ombus* ini menjadi alternatif yang paling realistis dan dapat diandalkan. Selain mudah dijalankan, usaha ini juga tidak memerlukan modal besar dan peralatan yang rumit. Bahan baku yang digunakan mudah diperoleh dan proses pembuatannya pun sudah dikuasai sejak lama, membuat para pedagang merasa nyaman dan yakin untuk terus menjalankan usahanya. Tak hanya itu, *ombus-ombus* sebagai salah satu makanan tradisional Batak memiliki nilai budaya yang tinggi dan erat kaitannya dengan identitas lokal masyarakatnya.

Bapak Weber Siahaan yang menyatakan bahwa beliau tetap mempertahankan usahanya karena untuk menghargai dan juga melestarikan usaha yang telah dijalankan oleh orang tuanya dengan penuh kerja keras. Berikut penuturannya:

“Usaha ini saya jalankan bukan hanya untuk menambah penghasilan saja, tetapi karena saya merasa bahwa usaha ini adalah warisan dari orang tua yang sudah mereka rintis dengan penuh perjuangan. Dulu, ketika saya masih kecil, saya sendiri melihat bagaimana orang tua saya bekerja keras membuat dan menjual *ombus-ombus*, di pagi hari mereka sudah mulai menyiapkan bahan-bahan, lalu menjualnya di pasar. Dari situlah saya sadar bahwa usaha ini bukan hanya sekedar pekerjaan, tetapi juga warisan. Sekarang giliran saya untuk meneruskan dan melestarikannya. Selama masih ada yang suka makan *ombus-ombus*, saya akan terus berjualan. Toh, saya bangga bisa menjual makanan khas daerah sendiri. Ini bukan sekedar

makanan, tetapi bagian identitas kita sebagai orang Batak”. (Wawancara dengan Bapak Walber Siahaan, 2025).

Bagi para pedagang, melestarikan makanan tradisional *ombus-ombus* berarti melestarikan budaya dan warisan leluhur. Selain itu, hubungan sosial antara pedagang dan pelanggan menjadi salah satu faktor yang memperkuat motivasi pedagang untuk bertahan hidup. Banyak pelanggan yang menjadi pelanggan tetap dan ada pula pelanggan dari luar daerah yang memperkuat motivasi pedagang untuk bertahan. Meskipun para pedagang menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan dengan makanan impor, perubahan pola konsumsi masyarakat, dan juga pembatasan untuk berjualan, para pedagang tetap berusaha mempertahankan usahanya dengan penuh semangat dan kerja keras.

Pedagang *ombus-ombus* di Kota Siborongborong merupakan bagian dari sektor informal yang masih mampu bertahan di tengah gempuran pangan impor seiring pesatnya perkembangan dunia usaha di Indonesia. Usaha ini tergolong mudah dijalankan oleh siapa saja karena proses pembuatan *ombus-ombus* dapat dilakukan sendiri, menggunakan bahan-bahan yang mudah ditemukan di pasaran serta peralatan yang tidak rumit.

Jika dilihat keterkaitannya dengan teori rasionalitas Max Weber maka dapat disimpulkan bahwa pandangan Weber (2004) merupakan salah satu pendekatan sosiologi yang terkenal sebagai teori rasionalitas yang menggunakan penalaran rasional untuk menjelaskan tindakan manusia. Pedagang makanan tradisional *ombus-ombus* di Kabupaten Siborongborong menggunakan rasionalitas sebagai dasar penting untuk memahami bagaimana mereka membuat pilihan ekonomi bertahan dalam situasi sulit, dan menyesuaikan strategi berdasarkan pertimbangan logistik.

Menurut Weber (2005), ada empat jenis tindakan rasional yaitu:

a. Tindakan Rasional Instrumental atau Tindakan dengan Alat (*Zweckrrational*)

Tindakan ini memunculkan perilaku individu yang melakukan tindakan dengan sengaja dan berdasarkan rasa sadar dengan menjamin hubungan yang rasional. Tindakan rasional instrumental yang dilakukan oleh pedagang *ombus-ombus* meliputi : memilih bahan baku yang berkualitas yang terdiri atas tepung beras, kelapa tidak terlalu tua dan muda, serta daun pisang yang lebih bagus, untuk menjada *ombus-ombus* agar tetap hangat menggunakan dandang dengan kompor yang apnya dihidupkan dengan kecil. Para pedagang juga melakukan pelayanan yang ramah, dan juga memberikan bonus kepada pelanggan yang sering membeli *ombus-ombus* tersebut. Tindakan ini dengan cermat dilakukan untuk mencapai tujuan ekonomis, yakni memperbanyak penjualan dan juga mempertahankan pendapatan per harinya. Oleh karena itulah, tindakan ini dapat digolongkan dalam kerangka Weber atas tindakan rasional instrumen, alasannya sama-sama memiliki keterkaitan rasio antar alat yang digunakan dengan tujuan yang akan dicapai.

b. Tindakan Berbasis Nilai (*Wertrational*)

Selain dari rasionalitas yang mengaitkan alat dengan tujuan, para pedagang juga melakukan tindakan sosial yang didasari oleh nilai-nilai yang mereka yakini, tanpa mempertimbangkan keuntungan praktis secara langsung. Dalam konteks ini, pedagang *ombus-ombus* melihat pekerjaan mereka sebagai suatu tanggung jawab budaya untuk menjaga makanan tradisional Batak Toba, bukan hanya sebagai sebuah bisnis. Mereka bertahan pada cita rasa asli

ombus-ombus sebagai lambang warisan leluhur dan identitas komunitas. Tindakan ini didorong oleh kepercayaan bahwa merawat makanan tradisional adalah tanggung jawab moral dan budaya, meski dari segi ekonomi mungkin tidak banyak menguntungkan. Sikap tersebut mencerminkan tindakan rasional berorientasi nilai, karena mereka bertindak sesuai dengan prinsip dan kepercayaan pribadi mengenai pentingnya melestarikan nilai-nilai budaya yang diwariskan.

c. Tindakan Berdasarkan Emosi (*Affectual Action*)

Tindakan yang dipengaruhi oleh emosi atau perasaan yang mendalam dirasakan individu saat melakukan sesuatu disebut tindakan afektif. Dalam penelitian ini, banyak pedagang menunjukkan alasan mereka bertahan dalam usaha berjualan *ombus-ombus*. Beberapa dari mereka merasakan kebangggan karena meneruskan usaha yang dimulai oleh orang tua mereka dan koneksi emosional yang kuat dengan makanan ini karena menjadi bagian dari sejarah komunitas. Rasa cinta terhadap tradisi, emosi yang muncul saat melihat pembeli menghargai makanan tradisional, serta kepuasan saat *ombus-ombus* disajikan di acara adat, menjadi motivasi emosional yang kuat bagi mereka. Tindakan ini tidak didasarkan pada alasan logis, melainkan pada perasaan yang mendalam terhadap budaya dan keluarga.

d. Tindakan Berdasarkan Kebiasaan (*Tradisional Action*)

Tindakan tradisional adalah tindakan yang secara umum diterima tanpa suatu keraguan sebab memang sudah menjadi tradisi atau kegiatan rutin yang diwariskan. Mayoritas pedagang *ombus-ombus* di dalam penelitian ini tetap memakai cara lama seperti memakai

resep keluarga, menjajakan dengan sepeda atau beko sorong, serta manaati jadwal berjualan yang sudah disepakati oleh sesama penjual dan dengan pemeritah. Hal ini sudah menjadi bagian di dalam sebuah tradisi. Mereka melakukannya berdasarkan perkiraan sebagai cara yang tepat. Kebiasaan yang diwariskan turun temurun tidak dianggap sebagai pertimbangan yang rasional serta mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan tradisional tetap menjadi salah satu aspek penting di dalam mempertahankan usaha makanan tradisional *ombus-ombus*.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pedagang makanan tradisional *ombus-ombus* menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi keberlangsungan usaha mereka. Tantangan ini berasal dari berbagai sisi, baik eksternal maupun internal, seperti meningkatnya persaingan dari makanan modern dan impor yang lebih menarik dan praktis bagi konsumen, terutama pada kalangan muda. Perubahan pola konsumsi masyarakat cenderung menjauhi makanan tradisional semakin membuat usaha para pedagang menjadi menurun, ditambah lagi dengan masalah modal yang menghambat mereka untuk berinovasi dalam usaha. Selain itu, pembatasan oleh pemerintah yang memperbolehkan mereka hanya bisa berjualan sekali dalam dua hari yang berpengaruh langsung pada pendapatan mereka, yang sangat bergantung pada penjualan harian sebagai sumber penghasilan utama.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa para pedagang tidak menyerah dengan tantangan yang ada. Mereka menggunakan berbagai strategi yang sederhana namun sesuai dengan budaya dan konteks setempat

untuk tetap bertahan. Beberapa cara ini termasuk mempertahankan rasa asli dari *ombus-ombus* ini dengan resep yang telah diwariskan, memilih bahan yang berkualitas, serta memastikan makanan *ombus-ombus* ini tetap menarik dan panas saat dijual. Selain itu mereka juga mempertimbangkan lokasi yang tepat untuk berdagang, menjaga kebersihan, memberikan pelayanan yang ramah kepada para pelanggan, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sebagai bagian dari usaha mereka untuk bertahan. Strategi yang diterapkan ini tidak hanya menunjukkan cara untuk bertahan akan tetapi jugamencerminkan kekayaan nilai-nilai budaya dan sosial yang mendalam.

Dari sudut pandang teori tindakan sosial menurut Max Weber, strategi yang dilakukan oleh para pedagang menunjukkan keempat jenis tindakan sosial secara bersamaan. Tindakan rasional instrumental terlihat dalam cara pandang bagaimana merancang dan memilih cara yang paling efisien untuk mencapai tujuan ekonomi, seperti meningkatkan penjualan dan mempertahankan usaha. Sementara itu, tindakan rasional yang berfokus pada nilai muncul dalam dedikasi pedagang untuk menjaga nilai-nilai budaya serta identitas lokal melalui makanan tradisional yang mereka tawarkan. Mereka tidak hanya menjual makanan *ombus-ombus* demi keuntungan finansial, tetapi juga untuk melestarikan warisan nenek moyang dan menghormati tradisi dan budaya Batak Toba.

Selain itu, motivasi emosional para pedagang juga mencerminkan tindakan afektif. Rasa cinta, kebanggaan, dan rasa tanggung jawab terhadap warisan keluarga berfungsi sebagai pendorong yang kuat untuk mereka melanjutkan usaha meskipun menghadapi kesulitan. Banyak pedagang mengaku merasa bersemangat berjualan karena mereka

memiliki hubungan emosional yang kuat dengan usaha ini, yang telah menjadi bagian dari sejarah dan kehidupan mereka. Sebaliknya, tindakan tradisional tampak pada kebiasaan dan metode berdagang yang hampir tidak berubah sejak generasi sebelumnya, seperti menjual *ombus-ombus* dengan sepeda, menggunakan dandang, dan menggunakan alat yang digunakan adalah alat yang sederhana yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan pedagang *ombus-ombus* tidak hanya bergantung pada pendekatan ekonomi yang logis, tetapi juga dipengaruhi oleh kekuatan tradisi, nilai-nilai budaya. Para pedagang *ombus-ombus* bukan hanya pelaku ekonomi, melainkan juga pelestari budaya yang dengan sadar atau tidak, terus memperjuangkan identitas lokal lewat makanan tradisional. Meskipun ada banyak modernisasi dan perubahan dalam cara pola konsumsi masyarakat, mereka tetap mempertahankan nilai-nilai budaya lokal melalui strategi yang sederhana namun bermakna. Ini menunjukkan bahwa usaha makanan tradisional seperti *ombus-ombus* adalah contoh nyata dari kearifan lokal yang dapat menyesuaikan diri tanpa kehilangan identitasnya.

REFERENSI

- Cristy, S. N., Chunliu, L., & Mulyadi (2024). Makanan Tradisional Batak Toba: Kajian Metabahasa Semantik Alami. *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 14(1), 411-425.
<https://doi.org/10.23969/literasi.v14i1.11391>
- Fitriani, D., & Wibowo, A (2020). Modal Sosial dan Strategi Bertahan Pedagang Kecil di Tengah Persaingan Modernisasi Pasar. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 215-228.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
<https://www.jstor.org/stable/2780199>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soekatri, E., Muslimatun, S., Purwanto, & Ariani, M. (2013). *Pengantar Pangan dan Gizi*. Jakarta: Kementerian Kesehatan.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sulistiyani, S., Kurniawati, R. D., & Sari, K. P. (2022). *Makanan Tradisional Sebagai Warisan Budaya dan Identitas Lokal*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Susilawati, S., Zain, R., Muhammad, F., Sholihah, I., & Aini, S. H. (2024). Strategi Bertahan Pedagang Kue Basah dalam Upaya Menghadapi Persaingan Online Shop Di Desa Sikur Kabupaten Lombok Timur. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(1), 374-381. DOI: 10.29408/jpek.v8i1.25640

Weber, M. (2004). *Ekonomi dan Masyarakat: Dasar-dasar Ilmu Sosial Komprehensif*. A. Salim (Penerjemah). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Weber, M. (2005). *Sosiologi: Tindakan Sosial, Struktur, dan Kekuasaan*. Hasan Basari (Penerjemah). Jakarta: Kreasi Wacana.