

ABSTRAK

Di Desa Sp2, Kecamatan Sirandorung, Kabupaten Tapanuli Tengah terdapat 7 usaha tahu salah satunya usaha tahu Pak Jawa Sekata yang mampu bertahan hampir 21 tahun. Akan tetapi, munculnya pesaing-pesaing baru diikuti dengan peningkatan harga bahan baku kacang kedelai menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi pemilik usaha tahu Pak Jawa Sekata, khususnya terkait kemungkinan berpindahnya pelanggan ke usaha tahu milik kompetitor. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi adaptif yang diterapkan oleh pengusaha tahu dengan menggunakan kerangka teori Praktik Sosial Pierre Bourdieu, yaitu konsep habitus, modal, dan ranah (*Field*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan pihak terkait, serta pemanfaatan dokumen. Data analisis dengan mengidentifikasi habitus atau kebiasaan bertindak pengusaha yang terbentuk dari pengalaman sosialnya, jenis-jenis modal (ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik) yang dimiliki dan dimanfaatkan, serta posisi usaha dalam ranah persaingan pasar tahu di pasar pagi Manduamas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi adaptif usaha tahu Pak Jawa Sekata terbentuk melalui interaksi habitus, modal sosial, modal budaya, dan modal ekonomi. Habitus diperoleh dari pengalaman selama berjualan, sedangkan modal sosial berupa jaringan sosial dengan pelanggan dan pemasok. Adapun modal budaya berupa keterampilan memproduksi tahu yang dipelajari dari pengusaha tahu tempat pemilik usaha Pak Jawa Sekata dalam membuat tahu. sementara itu, modal ekonomi mencakup uang, alat penggiling kacang kedelai, tungku, pencetak tahu, dan tempat produksi tahu. Keempat modal tersebut saling mendukung sehingga usaha mampu beradaptasi terhadap munculnya pesaing baru dan kenaikan harga bahan baku kacang kedelai.

Kata Kunci:Kecamatan Sirandorung, Pengusaha Tahu, Persaingan Pasar, Praktik Sosial Pierre Bourdieu, Strategi Adaptif

ABSTRACT

In Sp2 Village Sirandorung District, Central Tapanuli Regency, there are seven tofu businesses, one of which is Pak Jawa Sekata Tofu Business, which has managed to survive for nearly 21 years. However, the emergence of new competitors has raised concerns that Pak Jawa Sekata Tofu Business may lose its customers to other tofu businesses. This study aims to describe and analyze the adaptive strategies implemented by the tofu entrepreneur using Pierre Bourdieu's theory of social practice, particularly the concepts of habitus, capital, and field. This study employs a qualitative approach, with data collected through direct observation, in-depth interviews with the business owner and relevant parties, and document analysis. The data were analyzed by identifying the entrepreneur's habitus, or patterns of action shaped by social experiences; the types of capital—economic, social, cultural, and symbolic—owned and utilized; and the position of the business within the competitive field of the tofu market at Manduamas Morning Market. The findings indicate that the adaptive strategy of Pak Jawa Sekata Tofu Business is shaped by the interaction between habitus acquired through years of selling experience and various forms of capital. These include social capital in the form of customer and supplier networks; cultural capital in the form of production skills acquired from Pak Adi; and economic capital, including money, a soybean grinding machine, a stove, tofu molds, and tofu storage facilities. This study is expected to contribute to a better understanding of the socio-economic dynamics of small-scale business actors in local communities from the perspective of economic sociology.

Keywords: *Sirandorung District, Tofu Producers, Market competition, Adaptive Strategy, Pierre Bourdieus Social practice*