



## **PREFERENSI RUANG-RUANG BERSOSIALIASI URBAN KOTA MEDAN (STUDY KASUS KAWASAN KOTA MATSUM, MEDAN, SUMATERA UTARA)**

**Sabam Syahputra Manurung**

Program Studi S1 Pariwisata, Universitas Imelda Medan, Medan, Indonesia

Email: [sabam.manurung@uimedan.ac.id](mailto:sabam.manurung@uimedan.ac.id)

### **Abstrak**

Preferensi ruang berkumpul bagi kaum urban telah mengalami pergeseran sejak tahun 2000an, tren aktivitas berkumpul anak muda yang pada awalnya di ruang publik, seperti taman, teras rumah, dan ruang privat, mulai bergeser mengarah kepada aktivitas di ruang-ruang yang menawarkan pesona hedonisme dan serba simpel. Akibatnya muncul kebiasaan baru yakni sebuah kebiasaan menongkrong maupun *hang-out* di Kawasan ekonomi kota, baik berbentuk café, warung makan, dan tempat berkumpul lainnya yang sifatnya hedonis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan observasi di tiga lokasi di Kawasan Kota Matsum, selain observasi dilakukan juga wawancara dengan responden, lalu kemudian melakukan analisis preferensi ruang-ruang bersosialisasi diantara dua kelompok aktor yang memiliki latar belakang motif berbeda, namun mencapai tujuan yang sama. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya tercipta preferensi ruang bersosialisasi dari aktivitas dan relasi sesama anak muda dan relasi anak muda tersebut dengan para pedagang telah membentuk aktivitas nilai-sosial (*social value*), dan telah menghasilkan nilai-tukar (*economic value*) di sekitaran kota Matsum.

**Kata Kunci :** Kaum Urban, Preferensi Ruang, Sosialisasi Kaum Urban

### **Abstract**

*The preference for gathering spaces for urbanites has shifted since the 2000s, the trend of gathering activities of young people who initially in public spaces, such as parks, terraces, and private spaces, began to shift towards activities in rung-spaces that offer the charm of hedonism and simple. As a result, a new habit arises, namely a habit of buying and hanging-out in the economic area of the city, both in the form of cafés, food stalls, and other gathering places that are hedonistic in nature.*

*This study used an observation approach at three locations in the Matsum City Area, in addition to observations conducted as well as interviews with respondents, and then conducted an analysis of the preferences of social spaces between two groups of actors who had different backgrounds, but achieved the same goal. The results of this study show that the creation of social space preferences from the activities and relations of fellow young people and the relationship of young people with traders has formed social value activities, and has produced economic value around the city of Matsum.*

**Keywords:** Urban People, Space Preferences, Urban Socialization

## **PENDAHULUAN**

Pemukiman Kota Medan telah berkembang pada masa tahun 1900-an, proses perkembangan tersebut telah membentuk okupasi di beberapa titik di Kota Medan. Okupasi tersebut membentuk pola kewilayahan berdasarkan etnis. Hal ini terlihat dari pola aktivitas penduduk, rumah-rumah warga dan identitas kewilayahan yang melekat dari setiap kegiatan kesehariannya. Okupasi yang telah terbentuk di beberapa titik diantaranya masyarakat Eropa yang bermukim di Kawasan Polonia, kemudian masyarakat Cina bermukim di Kawasan Kesawan, Masyarakat India di Kawasan Kampung Keling, Masyarakat Batak di Kawasan Timbang Deli Amplas, Masyarakat Melayu di Kawasan Pekan Labuhan, Masyarakat Minang di Kawasan Kota Matsum yang memburu Bersama masyarakat Melayu.

Asal kata Matsum dari kota Matsum berasal dari nama Sultan Deli yaitu Maimun Al Rashid Perkasa Alam yg membangun istana Maimun dan Masjid Raya. Kota Matsum merupakan kota-nya masyarakat Melayu Deli di kota Swapraja Medan yang ditandai dengan kediaman Sultan di istana Jalan Puri dan para bangsawannya yang ditandai dengan banyak istana-istana para tengku yang berupa rumah panggung. Daerah terbentang dari Jalan Halat, Jalan Japaris dan Sisingamangaraja dan Ismailiyah. Jalan Puri juga dahulu kala lebar seperti jalan Amaliun, dan sekarang di Jalan Puri masih terdapat satu rumah panggung model rumah Melayu Deli. Berdasarkan perkembangan arus penduduk Kota Medan, preferensi bermukim Kawasan Kota Matsum saat ini telah mengalami keragaman, ada dihuni suku Minang, Aceh, hingga Jawa, hal ini terjadi karena adanya proses jual beli lahan, dan alasan migrasi sehingga terjadi pergantian pemilik dalam dominasi Kawasan, namun secara keseluruhan masih tetap didominasi oleh etnis Minangkabau.

Tingkat kepercayaan terhadap bisnis di kalangan pelaku usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia terus meningkat. Tren ini seiring dengan pulihnya optimisme pelaku usaha kecil di Asia maupun dunia sebelum masa krisis melanda. Usaha Kecil Menengah (UKM) juga mampu menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Tren bisnis UKM juga berkembang di banyak lokasi di Kota Medan, banyak lokasi dan variasi UKM di kota ini telah berhasil menyumbang kekayaan kuliner kota Medan dan berhasil menopang perekonomian warga kota Medan, tak terkecuali di daerah kota Matsum.

Masyarakat sekitaran kota Matsum sebagai masyarakat penghuni dan pemegang kuasa atas lingkungan tersebut pada saat ini memiliki usaha-usaha yang bervariasi dalam mempertahankan kehidupan mereka, ada yang bekerja, menjadi wiraswasta, namun banyak juga yang berdagang dalam lingkup usaha kecil menengah (UKM). Seiring banyaknya aktivitas berdagang yang dilakukan oleh masyarakat lingkungan kota Matsum maka daerah tersebut telah berubah menjadi pusat keramaian, utamanya pada malam hari. Kawasan ini seolah dijuluki sebagai kota yang tidak pernah tidur sebab dunia malam yang ditawarkan

disana memberikan kenyamanan tersendiri bagi kebanyakan muda-mudi kota Medan.

Berdasarkan latar belakang di atas, paper ini akan menjabarkan preferensi bersosialisasi antara kebutuhan kaum urban Kota Medan dan kebutuhan masyarakat Kota Matsum dalam menjaga eksistensinya. Masing-masing dari dua kelompok tersebut akan ditelaah hubungan social yang terjadi diantara mereka dan menganalisis image yang terbentuk dari hubungan social tersebut. Penelitian ini menjadi menarik karena masih minimnya kajian tentang urban perkotaan dengan lokus penelitian Kawasan Kota Medan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan observasi, dimana teori digunakan sebagai landasan pelaksanaan penelitian yang kemudian diujikan dengan kondisi empiris yang ada di wilayah penelitian, yaitu Kawasan kota Matsum. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif untuk mengkaji sampel dengan menggunakan instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis yang bersifat observasi kualitatif. Pengumpulan data dilakukan secara primer (kuesioner, wawancara, dan observasi lapangan) dan secara sekunder (telaah dokumen instansi).

Teknik sampling yang digunakan adalah proporsionated area purposive sampling, dimana sampel yang diambil adalah masyarakat lokal di beberapa titik Kawasan Kota Matsum. Kuesioner digunakan untuk menggali informasi mengenai pendapatan, kondisi pergerakan, dan interaksi sosial dengan masyarakat sekitar. Wawancara dilakukan kepada beberapa masyarakat dan para pemilik Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM) untuk menggali informasi tentang langkah yang dilakukan untuk mengantisipasi fenomena aglomerasi yang terjadi. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat kondisi fisik, penggunaan lahan, dan jenis aktivitas perekonomian yang berkembang. Data yang diperoleh dari sampel dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif untuk mengkaitkan hubungan serta mengetahui pola hubungan antara perubahan fisik ruang dengan sosial ekonomi masyarakat sebagai implikasi aglomerasi perkotaan di Kawasan Kota Matsum Medan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Masyarakat Kota Matsum dan Aktivitasnya**

pada masa kolonial belanda, daerah kota Matsum banyak dihuni oleh perantau-perantau dari daerah Padang, Sumatera Barat yakni suku minangkabau. Mereka membeli pertapakan tanah, membangun rumah hunian, melakukan aktivitas perdagangan di sekitar lingkungannya kemudian beberapa orang yang telah berhasil dan mampu mengembangkan kehidupannya di daerah Kota Matsum mulai mengajak para kerabatnya dari daerah Sumatera Barat untuk

merantau menyusul mereka ke Kota Medan, demikianlah perkembangan kawasan ini di isi dan mulai dipenuhi oleh suku minangkabau.

Namun saat ini, seiring perkembangan zaman masyarakat penghuni kota Matsum semakin bervariasi, seperti keterangan pak Musdah yang merupakan warga Aceh yang membuka warung mie aceh di jalan Amaliun.

*“Orang-orang yang dinggal disini campur-capur pak, ada Minang, Aceh, Jawa, dan Melayu pun ada”*

Berdasarkan kajian literatur, heterogenitas semakin terbentuk di daerah Kota Matsum terjadi karena masyarakat mulai menjual lahannya dan berpindah ke daerah lain, sehingga orang-orang yang membeli lahan tersebut bervariasi dan mulai berdatangan memenuhi kawasan. Namun dari variasi penduduk tersebut, daerah ini masih didominasi oleh Suku Minangkabau. Hal ini terlihat dari mayoritas logat Minang masyarakat di Kawasan ini dan pedagang ketika berkomunikasi dengan pedagang lainnya dan masyarakat sekitar. Kemudian, daerah ini juga masih didominasi oleh masyarakat beragama Islam, hal ini terlihat dari banyaknya mesjid berukuran besar yang tersebar di daerah Kota Matsum. Berdasarkan keterangan pemilik warung yang berada di belakang mesjid Islamyah, umat yang beribadah di daerah ini didominasi dari masyarakat yang tinggal di dekat mesjid tersebut.

Aktivitas dominan masyarakat Kota Matsum adalah pedagang, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat sekitar membuka warung-warung, mulai dari warung makan, gorengan, warung TST, Café, warung parfum, distro, dan jajanan kaki lima. Menurut keterangan ibu ira yang berjualan warung lontong di Jl. Amaliun

*“rata-rata orang yang berdagang disini ya warga sini, kayak ibu, rumahnya di sini, abang sebelah rumahnya di gang depan situ (menunjuk ke arah seberang warung)”*

### **Eksistensi UMKM Kota Matsum Menjadi Magnet Bagi Urban Kota Medan**

Daerah kota matsum amat familiar di kalangan anak-muda Kota Medan sebagai kawasan tempat menongkrong yang menawarkan menu minuman seperti Teh Susu Telur (TST), Sesuai dengan namanya bahan yang digunakan untuk membuat TST ini adalah teh, susu, dan telur yang diracik hingga kemudian menjadi segelas minuman yang nikmat dan dipercaya mampu menambah atau membantu memulihkan tenaga yang lemah karena aktivitas, minuman ini sangat mudah ditemukan di sepanjang Jalan Halat, Puri, Amaliun, Islamyah, dan sekitaran kota Matsum. Hal ini dikarenakan mayoritas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dijalankan masyarakat di sekitaran kota Matsum adalah warung Teh Susu Telur (TST). Selain TST juga menu-menu sesuai kebutuhan anak muda seperti kopi, susu panas, menu makanan seperti nasi goreng, aneka mie, lontong malam dan sebagainya. Pada observasi yang telah dilakukan terdapat tiga titik lokasi observasi yang akan dijabarkan dalam keterangan di bawah ini.

**Gambar 1** : Peta Lokasi observasi



### **Karakteristik Daerah pengamatan 1**

Daerah ini adalah daerah jalan Halat (Megawati), bahagian dari kelurahan Kota Matsum, karakteristik daerah ini adalah penduduk sekitar banyak di huni oleh masyarakat minangkabau, Aceh maupun Jawa. Masyarakat yang bermukim di sekitaran jalan ini banyak membuka usaha di depan rumahnya, baik berbentuk rumah toko, warung, café, distro, gallery distro parfum dan warung internet. Tempat ini juga masuk sebagai kawasan bisnis strategis di Kota Medan, sebab mulai siang hari telah ramai aktivitas jual beli pada took pakaian, distro, took parfum, hingga malam tiba lokasi ini selalu ramai dipadati muda-mudi untuk sekadar nongkrong di café, warung, pedagang kaki lima dan aktivitas berkumpul lainnya hingga larut malam bahkan hingga subuh. Oleh karena itu lah lokasi ini sering di sebut sebagai “kota yang tak pernah tidur”

**Gambar 2:** Suasana Malam di Café Jl. Halat, medan



## **Karakteristik daerah pengamatan 2**

Daerah jalan Amaliun yang masih berada di kawasan Kota Matsum memang tidak terlalu ramai jika dibanding jalan Halat, namun tetap memiliki karakteristik tersendiri. Pada pagi sampai sore hari, daerah ini banyak di gandrungi para pedagang makanan, seperti lontong, nasi gurih, gorengan, pecal dan aneka jus. Mereka berjualannya tidak bertumpuk di satu titik, tetapi menyebar. Mereka berjualan biasanya di depan rumahnya, atau di sekitar pekarangan rumah saudaranya yang berada di pinggir jalan Amaliun. Pada pagi hari daerah ini selalu ramai karena dilintasi masyarakat yang ingin sarapan pagi sebelum pergi ke tempat kerja, lalu pada siang hari daerah ini sunyi, namun masih saja beberapa penjual tetap membuka dagangannya, kemudian pada malam hari daerah ini mulai ramai kembali, pusat keramaian ada di warung TST, café, maupun *foodcord* yang ada di daerah bisnis amaliun (di samping Yuki Simpang Raya). Pada saat sebelum masa Pandemi Covid-19, setiba nya momen lebaran, daerah Amaliun mendapat kecipratan untung yang banyak, selalu di adakan Ramadhan Fair di pelataran mesjid raya, sehingga titik keramaiannya sampai ke daerah Amaliun, sehingga saat musim lebaran tiba daerah Amaliun menjadi semakin ramai karena banyak penjual makanan bertumpuk di Kawasan ini.

**Gambar 3** : Kawasan Komplek Amaliun Foodcord



## **Karakteristik daerah pengamatan III**

Jalan Puri merupakan jalan paling sempit disbanding daerah pengamatan I dan II namun keramaian daerah ini tidak kalah dengan daerah yang telah diamati sebelumnya, karena selain kawasan padat penduduk, cukup banyak penginapan skala kecil tumbuh di Kawasan ini. Kala malam hari tiba bertambah ramai pula kaum urban berada di Kawasan ini, karena merupakan salah satu titik kumpul muda-mudi Kota Medan untuk sekedar menongkrong, menonton bola, maupun membeli jajanan TST ditambah lagi banyaknya jenis jajanan malam hari di daerah ini sehingga mampu menarik warga dari berbagai titik di Kota Medan. Preferensi bersosialisasi masyarakat di Kawasan ini memiliki karakteristik yang berbeda sebab berfokus kepada konsep ketenangan, santai dan jauh dari lalulintas jalanan kota yang ramai.



**Gambar 4** : Suasana malam Hari Saat Anak-anak Muda Menongkrong di Jalan Puri.



### **Perkembangan Bisnis UKM TST Masyarakat Kota Matsum**

Aktivitas berdagang warga Kota Matsum juga banyak digerakkan dari sector UKM yakni berdagang TST (teh susu telur). Warung TST sangat gamang dijumlah di daerah ini, terutama di jalan Halat, Puri dan Amaliun.

**Tabel 1** : Gambaran Unit Usaha TST di daerah Kota Matsum

No	Nama Usaha	Rata-Rata Pengunjung/hari	Lama Usaha (tahun)	Tahun berdiri
1.	De'Doga TST	68.8	10	2005
2.	TST Pak Haji	67.9	12	2003
3.	TST Mbah Susy	66.4	14	2001
4.	Asis TST dan Café	66.4	15	2000
5.	TST Mega	65.0	15	2000
6.	TST Megawati	64.3	8	2007
7.	Bangbay TST &café	61.4	5	2010
8.	TsT Mulia	52.9	10	2005
9.	Warung bersaudara	51.4	8	2009
10.	TST Pondok	50.7	8	2007
11.	Sagita TST dan Café	50.0	3	2012
12.	Warung atuk TST	47.1	10	2005
13.	Afmal TST	45.7	10	2005
14.	Doel TST	44.3	4	2011
15.	TST pak cik	40.7	5	2010
16.	TST Sultan	39.3	4	2011
17.	Daysa TST	37.9	12	2003
18.	Raja TST	37.1	4	2011

Keberadaan warung TST di Kawasan ini, tren nya dimulai dari tahun 2000an dimana pada tahun tersebut telah terjadi tren pergeseran aktivitas masyarakat perkotaan, yang pada awalnya memilih melakukan aktivitas nongkrong dan memenuhi kebutuhan sosial cukup hanya di rumah saja, atau di ruang publik seperti taman kota, atau ruang milik bersama lainnya yang dominannya tanpa mengeluarkan biaya. Tetapi pada tahun 2000an tren tersebut telah bergeser, aktivitas berkumpul anak muda mulai mengarah kepada aktivitas di ruang-ruang yang menawarkan pesona hedonisme dan serba simpel. Akibat pesona hedonisme dan serba simple tersebut muncul kebiasaan baru yakni

sebuah kebiasaan “*makan terbang*”<sup>1</sup> kemudian dari kebiasaan makan terbang tersebut membuat bermuculannya UMKM yang membuka bisnis makanan siap saji. Kemudian dari kebiasaan *makan terbang* muncul kebiasaan membangun hubungan sosial antara pembeli dan pemilik UMKM tempat nongkrong.

Kala malam tiba maka kita akan mudah menjumpai muda-mudi kota medan sedang menongkrong di berbagai warung UMKM yang tersebar di daerah Kota Matsum ini. Keramaian pada malam hari tersebut tanpa disengaja telah membentuk suatu perubahan nilai dan pola kehidupan yang terjadi di kawasan Kota Matsum. Melalui aktivitas ini yang berlangsung terus-menerus telah berhasil membentuk sebuah ruang kehidupan dengan nilai-nilai sosial (ruang kehidupan dan aktivitas antar urban). Selain itu, relasi antar anak muda dan relasi anak muda tersebut dengan para pedagang telah membentuk aktivitas nilai-tukar (ruang ekonomi) di sekitaran kota Matsum. Masyarakat yang membutuhkan nilai social (*social value*) dan para pedagang yang membutuhkan nilai tukar (*economic value*) telah menciptakan sebuah kerjasama di antara mereka. Akibatnya satu-persatu warung TST mulai bermunculan dan mulai memadati beberapa sudut jalan di Kota Matsum. Berdasarkan data penelitian Akbar (2015) perkembangan usaha warung TST di daerah kota Matsum, mengalami perubahan yang signifikan dan positif.

#### Perkembangan Usaha Warung Teh Susu Telur (TST) Di Jalan Halat Medan



Sumber : Akbar Prasaja (2015)

Dari perkembangan data di atas tampak bahwa pada awalnya memang tren bidang usaha warung TST mengalami penurunan, yakni pada tahun 2000 s/d 2002, lalu 2003 s/d 2005 naik kembali, begitu seterusnya mengalami fluktuasi hingga tahun 2008. Tetapi sejak tahun 2008 hingga penelitian Akbar di tahun 2015 tren usaha warung TST semakin meningkat. Ketika suatu usaha teh meningkat maka dapat dipastikan bahwa perekonomian mereka juga meningkat.

<sup>1</sup> *Makan terbang* adalah sebuah istilah yang berkembang di masyarakat kota Medan yang memaksudkan tidak makan di rumah sendiri, melainkan membeli makanan di luar untuk memenuhi kebutuhan jasmani



Dapat di dipastikan juga bahwa lewat usaha warung TST ini, masyarakat Kota Matsum memperoleh kesejahteraan ekonomi.

### **Urban pemuda kota Medan: kebutuhan dan aktivitasnya.**

“Nongkrong di luaran” merupakan kebutuhan bagi muda-mudi perkotaan harga makanan/minuman yang tidak terlalu mahal dan tempat yang nyaman menjadi alasan utama muda-mudi kota Medan memilih daerah ini. uniknya pemuda-mudi tidak merasa gengsi untuk datang, cukup dengan Rp 10.000 saja mereka sudah merasa percaya diri untuk datang dan menikmati segala fasilitas yang ada. Kemudian mereka merasa lebih nyaman memilih untuk nongkrong di sini ketimbang di mal-mal ibukota. Suasana santai pun menjadi daya tarik tersendiri. Para pelanggan misalnya dapat datang dengan sandal jepit dan celana pendek. Juga akses wi-fi yang cepat semakin menambah kenyamanan pengunjung yang kebanyakan ABG (anak SMA-kuliahan) serta eksekutif muda.

Kemudian, berkomunal merupakan kebutuhan muda-mudi, khususnya laki-laki, melakukan komunal dengan satu aktivitas yang sama dengan adanya perseteruan atau konflik di dalam komunal tersebut menjadikan komunal tersebut menjadi punya daya tarik tersendiri. Muda-mudi kota Medan memiliki hoby nonton bola, maka mereka lebih menikmati nonton bareng daripada nonton sendiri di rumah, ada sensasi dan konflik yang terjadi ketika nonton bareng pertandingan sepak bola dilaksanakan, dua kubu yang berbeda fans klub bola seolah ikut bertarung dan membela mati-matian saat klub bola yang iya idolakan sedang berlangsung.

Seiring perkembangan zaman, warung TST telah berubah menjadi ruang public bagi kaum urban, khususnya urban anak-anak muda Kota Medan. Mereka menghasiskan waktu malamnya di warung-warung TST seperti halnya di daerah kota Matsum III, jalan Halat, anak muda menjadikan ruang public milik mereka itu sebagai ruang memenuhi kebutuhan jasmani (makanan dan minuman) dan ruang memenuhi kebutuhan sosial, seperti *Jummpa kawan*, *nongkrong dan nonton bola*. Tren tersebut mulai berkembang pesat dan memiliki daya tarik tersendiri.

### **Analisis Kewilayahan dan Pembentukan Image Kota Matsum**

Para pelanggan yang sering menggandrungi daerah tongkrongan TST, Café dan rumah makan di kota Matsum didominasi oleh muda-mudi, terutama para laki-laki yang berasal dari beberapa titik di kota Medan, seperti daerah Teladan, Tembung, Menteng, Mandala dan dari daerah lainnya. Para muda-mudi memilih nongkrong di daerah ini karena sudah menjadi “*tempat biasa*” dan sudah menjadi langganan dengan pemilik usaha. Bahkan beberapa pelanggan anak-anak muda sering “*menghutang*” ke pemilik dagangan dan karena sudah saling kenal jadi ada rasa percaya dari pemilik dagang. Muda-mudi juga tidak merasa malu nongkrong bersama teman-temannya meski hanya mengantongi uang minimal Rp 10.000 karena yakin dia tetap bisa mendapat penerimaan dari teman-

temannya dan tetap merasakan fasilitas *nongkrong bareng*, nonton dan ikud dalam *euphoria* malam bersama para muda-mudi.

Bagi sesama pemuda, lokasi ini merupakan tempat favorit, dan merupakan tempat mencurahkan ekspresi, ruang saling interaksi antar pemuda dan ruang saling menumbuhkan hasrat konflik yang positif, dari keadaan itu terbangun inspisari, rasa penermaan dan jaringan yang baik serta pertemanan yang semakin akrab dengan pemuda. Mereka merasa ada hal yang berbeda ketika memilih nongkrong di rumah sendiri dibanding nongkrong di warung langganan mereka, yakni keramaiannya, ada interaksi dan tegur sapa dengan penjual, ada rasa kepemilikan yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli di luar dari keuntungan ekonomis.

Kemudian bagi pelanggan, lewat dagangannya mereka mendapatkan keuntungan yang signifikan dan dapat menopang perekonomian mereka, sehingga dari antara mereka ada yang sudah berjualan 17 tahun di daerah ini dan usahanya dari tahun-ketahun semakin meningkat, mulai dari pendapatan perhari, kapasitas warung jualan yang semakin besar karena renovasi dan semakin nyaman. Penjual disini sudah menganggap pelanggannya seperti teman, bahkan beberapa pelanggan tetap sudah dianggap seperti anak sendiri. Beberapa pelanggan yang dikenal ketika datang sudah tahu akan memesan makanan apa dan minuman apa.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Aktivitas preferensi kaum urban berdasarkan Interaksi yang baik antara penjual dan pembeli di Kawasan Kota Matsum, Medan dapat disimpulkan telah membentuk suatu ruang bersosialisasi yang baru, sebuah ruang yang positif serta saling menguntungkan diantara kedua kepentingan tersebut. Sebuah kepentingan ekonomi milik pedagang yang membuka usaha agar dapat meningkatkan ekonomi dan mengisi kebutuhan hidup telah terbantu dengan adanya wadah bagi mereka untuk membuka usaha dan kepentingan sosial milik pelanggan telah terproduksi dalam satu ruang sosial, sebuah ruang kenyamanan, penerimaan serta ruang berekspresi dan bersosialisasi telah terpenuhi di sebuah atap warung tempat mereka biasa berkumpul dan saling berbagi.

Sebagai saran atas penelitian ini ialah bahwa fenomena yang terjadi dari hasil penelitian ini merupakan hal yang perlu dipelajari dengan mendalam. Kajian modal sosial yang dihasilkan dari hubungan antara pedagang dan pembeli di duga memiliki potensi di dalam menjaga identitas kota. Oleh karenanya, kajian modal sosial di Kota Matsum diharapkan dapat diangkat menjadi model pembangunan ekonomi perkotaan dan pembangunan sosial kepemudaan di Kota Medan. Kemudian perlunya peran politik pemerintah dalam menjaga eksistensi ruang-ruang berkumpul yang telah terbentuk di Kawasan Kota Matsum. Karena bagi pelanggan, kenyamanan yang mereka sebut "tempat biasa"

akan terusik apabila adanya intervensi untuk mengganti kepada ruang yang baru yang belum tentu menawarkan kenyamanan yang sama seperti sebelumnya. Sementara bagi pedagang mereka akan sulit mengadaptasikan diri, dan merasa khawatir apabila adanya perubahan perancangan tata kota karena intervensi pemerintah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1.] Prasaja, Akbar (2015) Pengaruh kepemimpinan terhadap keberhasilan usaha pada UKM warung TST di Jalan Halat Medan.
- [2.] Robert, Robertus (2014). Ruang Sebagai Produksi Sosial dalam Henry Lefebvre ;artikel online.
- [3.] Setiawan, Andi. (2015) Produksi Ruang Sosial Sebagai Konsep Pengembangan Ruang Perkotaan.
- [4.] Sanggaji (2011). Kapitalisme dan Produksi Ruang, Harian Indoprogres.; Artikel Online.