

PENAMAAN *CHINESE RESTAURANT* YANG BERDIRI SEBELUM ORDE BARU

新秩序之前开业的中餐馆命名

Chika Olivia Leonardi & Alpin Gadman Markali, S.S., M.A.

Program Studi Bahasa Mandarin Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
E-mail: a12190017@john.petra.ac.id & alpin@petra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara pendiri memberikan nama Tionghoa pada restorannya dan bagaimana penerus menjaga nama Tionghoa restorannya hingga berhasil dipertahankan hingga sekarang. Kriteria restoran yang dipilih dalam penelitian ini adalah *Chinese restaurant* di Surabaya yang berdiri sebelum orde baru, menggunakan nama Tionghoa dan masih dilanjutkan oleh keluarganya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah pendiri menggunakan bahasa Mandarin untuk restorannya dengan cara masing-masing. Ada yang menggunakan karakter Mandarin, ada yang menggunakan angka Arab, dan ada yang menggunakan huruf latin di depan restorannya, namun di dalam restoran menggunakan karakter mandarin. Walaupun menggunakan angka Arab dan huruf Latin, namun dalam pelafalannya tetap menggunakan bahasa Mandarin. Selain itu, sub etnis pendiri juga mempengaruhi dalam pemberian nama restoran dan cara penyebutannya. Setiap penerus memiliki strateginya masing-masing dalam menjaga nama Tionghoa dari restorannya.

Kata kunci: penamaan restoran, orde baru, *chinese restaurant*

摘要

本研究的目的是为了了解如何创始人起他们餐馆的名字和老板维持餐馆的中文名字。本研究选取的餐馆标准是餐馆位于泗水、在新秩序前开业，餐馆至今仍在营业，餐馆名字是中文并且没有改变，如果改变也还是用中文（用汉字写，用拼音写，用中文发音）和餐馆老板仍然是创始人的家庭成员。本研究采用描述性定性方法。本研究的结果是，每位创始人用自己的方式起餐馆名字。有的用汉字，有的用阿拉伯数字，有的在餐馆前面用拉丁字母，但餐馆内部却用汉字。尽管使用阿拉伯数字和拉丁字母，但发音仍然使用中文。此外，创始人的民系也会影响餐馆的名字及其发音。每个继任者对于保留餐馆的中文字都有自己的策略。

关键词: 餐馆命名、新秩序、中餐馆

PENDAHULUAN

Orang Tionghoa percaya bahwa makan bukan hanya sarana untuk memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga bentuk interaksi sosial yang penting. Seperti kata pepatah, "民以食为天- Mǐn yǐ shí wéi tiān, shí yǐ wèi wèi xiān", yang sepenuhnya menunjukkan bahwa orang Tionghoa sangat mementingkan makanan. Dalam budaya Tionghoa, makanan memegang peranan yang penting, karena makan dipandang sebagai pemersatu keluarga, dan juga kesatuan yang mempengaruhi kesatuan ekonomi keluarga (Yasmin, 1993). Tak hanya itu, dalam masyarakat Tionghoa, kehidupan sosial dan religius juga diekspresikan melalui makanan. Mereka menggunakan makanan sebagai persembahan untuk leluhur, menandakan sumpah, bahkan untuk menandakan musim dan festival. Namun seiring berjalannya waktu, kuliner ataupun masakan Tionghoa ini tidak hanya untuk konsumsi pribadi, melainkan juga diperjualbelikan, bahkan secara produktif dikembangkan.

Orang Tionghoa sudah masuk ke Indonesia terlebih dahulu sebelum Belanda. Sebelum akhir abad ke-19, orang Tionghoa yang datang ke Indonesia sebagian besar adalah laki-laki karena meninggalkan keluarga atau istrinya di Tiongkok (Dahana, 2000). Masuknya orang Tionghoa ke Indonesia ini membawa beberapa pengaruh budaya di Indonesia. Orang-orang Tionghoa yang datang ke Indonesia tentu ingin menyantap makanan yang sama seperti di negeri asalnya. Sehingga mau tidak mau, mereka harus menyesuaikan makanan mereka dengan bahan yang ada di tempat perantauan. Orang Tionghoa yang sering dikenal sebagai orang yang pandai dalam berbisnis juga banyak yang memanfaatkan kepintaran berbisnisnya dengan membuka rumah makan. Tersebar nya keberadaan orang Tionghoa di Indonesia, mengakibatkan berdirinya *chinese restaurant* di banyak tempat.

Menurut Marsum (2005), restoran adalah tempat atau bangunan yang dikelola secara komersial yang memberikan pelayanan yang baik kepada semua tamunya dalam bentuk makanan dan minuman. Rumah makan Tionghoa adalah restoran khusus yang menyediakan makanan khas dan sistem pelayanan dengan ciri khas budaya Tionghoa. Keberadaan *Chinese restaurant* tidak lepas dari namanya. Pemilihan nama tidak terlepas dari proses penentuan penggunaan nama tersebut, serta sejarah dan makna dibalik nama tersebut. Orang Tionghoa sangat mementingkan nama, yang sering kali mewujudkan semacam harapan dan keinginan yang kuat dari para tetua hingga generasi muda. Oleh karena itu, nama baik tidak hanya harus sesuai dengan Yi Li, tetapi juga penuh dengan konotasi budaya. Terlihat bahwa penamaan memegang peranan penting di hati masyarakat Tionghoa. Ada cerita dibalik sebuah nama tempat karena nama tersebut diberikan oleh seseorang pada waktu tertentu dengan alasan tertentu dan terkadang nama tersebut berubah karena berbagai alasan (Tent, 2015).

Praktik diskriminasi terhadap orang Tionghoa terus berlangsung sebelum Indonesia merdeka. Pemerintah Indonesia mendiskriminasi orang Tionghoa. Pada masa pemerintahan Presiden Suharto yang dikenal dengan masa Orde Baru, etnis Tionghoa di Indonesia merasakan perilaku diskriminatif. Diskriminasi adalah perbedaan hak dan pelayanan yang diperoleh dalam masyarakat berdasarkan warna kulit, golongan, ras, agama, suku, jenis kelamin, dll (Sihombing, 2009). Saat itu, segala sesuatu yang berhubungan dengan bahasa Tionghoa dilarang keras. Salah satu larangan pada era Orde Baru adalah soal nama. Presiden Suharto

mengumumkan kebijakan penggantian nama semua Tionghoa di Indonesia. Hal ini menimbulkan kesulitan bagi orang Tionghoa di Indonesia.

Keberadaan *Chinese restaurant* dengan nama Tionghoa yang dibuka sebelum Orde Baru sangat menarik bagi penulis karena para pendiri atau pemilik restoran tetap melanjutkan restorannya bahkan bertahan ketika segala sesuatu yang berhubungan dengan China dilarang. Oleh karena itu, penulis ingin memahami bagaimana pemilik restoran mampu mempertahankan nama restoran (masih dalam bahasa Tionghoa ketika Orde Baru membutuhkan perubahan nama) yang telah bertahan beberapa periode pemerintahan, terutama pada masa Orde Baru dimana ketika orang Tionghoa didiskriminasi.

KAJIAN PUSTAKA

Nama Usaha dan Makna

Bagi orang Tionghoa, nama merupakan hal yang sangat penting. Dalam memberikan suatu nama, orang Tionghoa menimbang banyak hal dan tidak sembarangan. Zhōu Guǎngyǔ(2012) menegaskan, bagi orang Tionghoa, nama bukan hanya sekedar sebutan atau panggilan dan lambang, tetapi mengandung makna yang kaya. Menurut tradisi, nama diberikan dengan banyak pertimbangan, berfokus pada makna, dan hubungan langsung dengan warisan budaya dan keluarga (Cotterill, 2020).

Di dalam buku Wéi Gāo yang berjudul "Zěnyàng Wèi Gōngsī Diànpù Qǐmíng", penulis mempelajari beberapa metode dan makna tentang penamaan toko perusahaan. Di antara semua gaya penamaan di Tiongkok, nama orang dan tempat muncul lebih dulu. Tidak hanya itu, juga membentuk budaya penamaan dan tradisi penamaan dengan ciri khas Tionghoa. Tradisi penamaan ini harus diikuti saat menamai toko perusahaan.

Ada banyak cara untuk memberi nama toko perusahaan, salah satunya adalah menggunakan nama untuk membuatnya terkenal. Ada dua cara meminjam nama untuk membuat nama sendiri:

1. Meminjam nama orang

Peminjaman nama orang dapat berasal dari nama pendiri atau juga nama orang terkenal.

2. Meminjam nama tempat

Peminjaman nama tempat dapat berasal dari lokasi toko berada, nama daerah, nama tempat pemandangan, dan juga nama kota.

Cara lain pemberian nama toko usaha adalah dengan menggunakan angka. Dalam bahasa Mandarin, angka memiliki konotasi budaya yang sangat kaya, membentuk budaya yang unik dan memiliki banyak makna. Misalnya: "líng" terdengar seperti gelar kehormatan "ní". "yī" terdengar hampir sama dengan "dāngrán, jiāng". "Èr" terdengar seperti "róngyì" (dalam bahasa Kanton) dan "yúchǔn, ài" (dalam bahasa Mandarin). "Sān" terdengar seperti "shēngmìng, chūshēng, zuò shēngyì". "Sì" adalah homonim dari "sǐwáng". "Wǔ" terdengar seperti "wǒ". "Liù" terdengar seperti "xìngfú, shùnli, shúliàn". Homonim dari "Qī" adalah "qì", yang terdengar sial dari sudut pandang fonetik. "Bā" mirip dengan "fánróng". "Jiǔ" adalah homonim untuk "yǒnghéng, chíjiǔ". Ada banyak

keuntungan dan keuntungan menggunakan nomor untuk memberi nama toko perusahaan. Metode dasar dan ide penamaan nomor meliputi yang berikut:

1. Menggunakan satu angka yang digabungkan dengan kata lain.
Misalnya, "Yijianmei", "Sitong", dan seterusnya.
2. Dinamakan setelah dua nomor yang umum digunakan.
Misalnya, "Grup Sanjiu", "Pusat Perbelanjaan 4 Mei", dan seterusnya.
3. Dinamakan dengan tiga angka.
4. Misalnya, "Grup 505", "Zhangguang 101", "Restoran 888", dan seterusnya.

Warisan Bisnis Keluarga

Perusahaan disebut sebagai bisnis keluarga ketika ada warisan dari satu generasi ke generasi berikutnya (Longenecker et al., 2003). Menurut Zubir (2008), bisnis keluarga adalah bisnis yang dimiliki dan dikelola bersama oleh orang-orang yang memiliki ikatan keluarga. Pertumbuhan bisnis keluarga tidak terlepas dari proses transformasi dan transisi yang diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya memainkan peran penting dalam operasi bisnis, terutama yang terkait dengan nilai-nilai kekeluargaan (Effendi T. D. & Rakhmawaty D., 2012).

Welty (1976) menyatakan bahwa dalam Konfusianisme keluarga adalah pusat. Salah satu nilai Konfusius adalah berbakti. Bakti dapat diartikan sebagai rasa hormat yang tinggi terhadap orang yang lebih tua, tidak terbatas kepada orang tua saja, tetapi juga kepada mertua dan orang yang lebih tua dalam lingkungan keluarga (Ip, 2009). Menurut Lum et al., (2016), "berbakti" adalah nilai yang dijunjung tinggi oleh orang Tionghoa yang mewarisi bisnis orang tuanya.

Tionghoa Indonesia Pada Mada Orde Baru

Pada masa Orde Baru, orang Tionghoa mengalami berbagai macam diskriminasi dari pemerintah Orde Baru. Pemerintah telah memberlakukan banyak kebijakan yang bertujuan untuk menghapus identitas Tionghoa. Era orde baru berada di bawah kepemimpinan Presiden Soeharto. Perubahan yang dibuat adalah melarang segala sesuatu yang berhubungan dengan China. Semua kegiatan keagamaan, kepercayaan dan adat Tionghoa tidak boleh lagi dilakukan. Hal itu tertuang dalam Keputusan Presiden No. 14 Tahun 1967. Selain itu, pemerintah menutup semua sekolah berbahasa Mandarin, sehingga banyak orang Tionghoa tidak bisa belajar bahasa Mandarin. Hal ini mempengaruhi pemberian nama Tionghoa. Orang Tionghoa yang tidak memahami bahasa Tionghoa mengalami kesulitan untuk memberikan nama Tionghoa.

Kebijakan diskriminatif yang diterapkan oleh pemerintah Orde Baru adalah Presiden Suharto mengeluarkan Keputusan Presidium Kabinet No. 127/Kep/12/1966 untuk melaksanakan kebijakan asimilasi, mengimbau agar orang Tionghoa mengubah nama Tionghoa mereka menjadi nama Indonesia. Presiden Suharto juga mengeluarkan larangan penggunaan aksara dan bahasa Tionghoa, tertulis dalam Instruksi Presidium Kabinet No. 49/U/IN/8/1967 larangan penerbitan dan pencetakan tulisan atau iklan berhuruf dan berbahasa Mandarin.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, metode yang biasa digunakan adalah wawancara, observasi, dan pemanfaatan dokumen (Moleong & Lexy, 2017). Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dan dokumen. Penulis menggunakan metode kualitatif karena metode ini dapat menggali informasi lebih dalam terkait dengan topik yang dipilih peneliti. Dalam memilih restoran yang akan menjadi objek penelitian penulis, ada beberapa kriteria yang harus terpenuhi, antara lain: Restoran berlokasi di Surabaya, berdiri sebelum orde baru sebelum tahun 1966), restoran masih beroperasi hingga sekarang, nama restoran menggunakan bahasa Mandarin dan tidak berganti (pelafalan dalam bahasa Mandarin, penulisan dalam bahasa Mandarin), penerus restoran merupakan keluarga pendiri.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, terdapat 3 restoran yang memenuhi kriteria untuk menjadi objek penelitian, yaitu restoran X, restoran Y, dan restoran Z. Masing-masing pemilik restoran memiliki sejarah nama restoran mereka masing-masing.

Restoran X

Restoran X adalah chinese restaurant yang berdiri sejak 1957. Restoran ini menjual berbagai macam masakan khas China, misalnya sup Shanghai, angso tahu, hui guo rou, dumpling, dan lain-lain. Restoran X juga memiliki makanan khas, yaitu xiao long bao dan guo tie. Restoran X merupakan bisnis keluarga yang berhasil eksis hingga generasi ketiga sekarang. Generasi pertamanya adalah pendiri, lalu dilanjutkan oleh putrinya, dan generasi ketiga yang saat ini melanjutkan adalah cucu dari pendiri sendiri. Restoran X memiliki sejarah dibalik makanan khas dan penamaannya.

Pendiri adalah seorang warga negara Tiongkok yang lahir di Indonesia. Ia sempat kembali ke kampung halamannya di China untuk belajar dan melayani negaranya. Setelah selesai dengan keperluannya di China, ia kembali ke Indonesia, tepatnya di kota Surabaya. Awalnya, pendiri mencoba beberapa usaha untuk bertahan hidup. Namun, usaha yang dicobanya itu hanya ada satu yang berhasil. Hingga pada akhirnya, ia ingin membuka restoran, khususnya *chinese restaurant* dengan alasan karena ia dan istrinya adalah sepasang suami istri yang suka berkuliner.

Pada saat di Shanghai, China, pendiri senang pergi ke Nánjīng lù untuk mencari xiǎo lóng bāo dan guōtiē. Di sepanjang jalan Nánjīng lù banyak sekali kedai yang berjualan xiǎo lóng bāo dan guōtiē, yang membedakan kedai satu dengan lainnya nama marga pemilik kedai. Kenangan tersebut menjadi salah satu inspirasinya untuk membuka *Chinese restaurant* di Surabaya. Dari situ, tanpa adanya kebingungan, pendiri memberikan nama restorannya dengan “Restoran X”. Menurut narasumber, nama ini tidak memiliki makna dan harapan khusus.

Pada saat orde baru, segala sesuatu yang berbau Tionghoa sangat dilarang, namun, Restoran X tetap dapat membuka restorannya karena pada saat itu mereka tidak menggunakan karakter Mandarin pada restorannya, melainkan hanya tulisan “Depot X”

Restoran X dulunya hanya bernama “Depot X”, menggunakan huruf Latin dan juga angka Arab yang ditulis pada bagian depan restorannya. Oleh karena itu, nama restorannya bisa berhasil melewati orde baru tanpa adanya kendala. Walaupun nama yang digunakan adalah “Depot X”, tetapi pada saat itu tetap dikenal dengan pelafalan Mandarin. Hal itu terjadi karena pada saat itu, pelanggan Restoran X kebanyakan adalah orang China dan Taiwan, sehingga lebih dikenal dengan sebutan berbahasa Mandarin.

Penerus menjelaskan alasannya melanjutkan usaha restoran ini karena ia merasa bahwa usaha ini masih bisa bersaing, walaupun saat ini sudah banyak yang menjual makanan khas China, namun ia tetap menjaga rasa dan bentuknya seperti aslinya. Penerus juga berharap bahwa usaha ini dapat terus dijalankan hingga generasi keempat dan seterusnya.

Dari seluruh informasi yang telah didapatkan, penulis mengetahui bahwa sejarah yang ada mengenai Restoran X adalah nama yang digunakan terinspirasi dari kehidupan masa muda pendiri dan mengalami beberapa perubahan untuk menyesuaikan dengan kondisi. Ketika orde baru, Restoran X tidak mengalami kesulitan karena pada saat itu tidak menggunakan karakter Mandarin dalam penulisan nama restorannya, melainkan menggunakan huruf Latin dan angka Arab, yaitu “Depot X”. Penerus tidak mengetahui makna dari nama restorannya. Namun, melalui teori yang ada di atas, penulis menyadari bahwa sebenarnya jika nama restoran X ini ditelusuri lebih dalam akan memiliki arti. Arti dari nama restoran X ini adalah bisnis dapat berjalan dengan lancar dan dapat bertahan dalam waktu yang lama.

Restoran Y

Restoran Y adalah *Chinese restaurant* yang berdiri sejak tahun 1953. Restoran ini menjual masakan khas China khususnya masakan Kanton. Makanan khas Restoran ini adalah sup sirip ikan dan nasi goreng Y. Sama seperti Restoran X, Restoran Y merupakan bisnis keluarga yang berhasil eksis hingga saat ini dikelola oleh generasi ketiganya. Generasi pertamanya adalah pendiri, lalu dilanjutkan oleh putranya, dan generasi ketiga yang saat ini melanjutkan cucu dari pendiri sendiri. Restoran Y memiliki sejarah dibalik penamaannya.

Pendiri adalah seorang warga negara Tiongkok yang lahir dan besar di Tiongkok. Pendiri memutuskan untuk membuka *Chinese restaurant* karena memiliki pengalaman menjaga kedai makanan di China dan hobi masak. Dalam melayani pembeli, pendiri selalu menganggap pembeli sebagai raja, melayani dengan baik dan memperhatikan pembeli. Dari situ, pendiri terinspirasi untuk menggunakan nama Restoran Y untuk restorannya. Makna dari namanya sendiri adalah seperti arti dari kata itu sendiri, yaitu tamu kehormatan ataupun tamu agung. Harapan dari pendiri adalah nantinya ia dapat melayani tamunya yang datang ke restoran dengan baik seperti yang dulu ia sendiri lakukan ketika menjaga kedai makanan di China.

Restoran Y lebih dikenal dengan nama Indonesia dan tidak banyak orang yang mengetahui bahwa nama sebenarnya adalah Restoran Y. Hal ini terjadi karena sejak awal buka hingga sekarang, di bagian depan restoran tidak pernah tertulis “Restoran Y”. Namun, di bagian dalam restoran ada tulisan nama restoran yang ditulis menggunakan karakter Mandarin yang ditempelkan di dinding restoran. Penerus berkata bahwa masih ada kemungkinan ada orang yang mengetahui nama

“Restoran Y” jika mereka adalah orang yang dulunya pernah makan di sana dan bisa membaca karakter Mandarin. Restoran Y sendiri merupakan plesetan dari kata aslinya yang dimana pada saat itu, pendiri merasa bahwa akan lebih mudah diucapkan daripada dengan bahasa aslinya.

Pada saat orde baru, segala sesuatu yang berbau Tionghoa sangat dilarang, namun, Restoran Y tetap dapat beroperasi karena pada saat itu mereka tidak menggunakan karakter Mandarin, melainkan hanya tulisan dengan huruf Latin “Rumah Makan Y” di depan restorannya.

Penerus melanjutkan usaha restoran ini karena hobinya yang cukup unik, yaitu membantu orang tua. Awalnya, penerus tidak pernah memikirkan akan melanjutkan usaha ini, namun karena hobinya yang suka membantu orang tua, akhirnya ia juga suka masak. Selain itu, karena pendiri meninggal secara mendadak, akhirnya mau tidak mau dia langsung melanjutkan usaha ini. Harapan penerus untuk restoran ini adalah restoran dapat berlanjut ke generasi keempat dan terus melayani pelanggan sesuai dengan namanya, yaitu raja.

Dari seluruh informasi yang telah didapatkan dari penerus ketiga, penulis mengetahui bahwa sejarah yang ada mengenai Restoran Y adalah nama yang terinspirasi dari perilaku dan tindakan pendiri sendiri selama di China. Nama aslinya yang berbahasa Mandarin ditulis dengan ejaan bahasa Indonesia yang dianggap pendiri lebih mudah untuk diucapkan oleh orang-orang saat itu. Ketika orde baru, tidak mengalami kesulitan karena walaupun mereka menulis karakter Mandarin di bagian dalam restoran, namun mereka tidak menggunakan unsur apapun yang berhubungan dengan China di bagian luar. Saat itu, di bagian luar hanya menuliskan “Rumah Makan Y”. Lalu, pendiri menulis “Restoran Y” bukan asal-asalan, tapi orang Minnan tersebut dengan ejaan “Restoran Y”.

Restoran Z

Restoran Z atau yang biasa lebih dikenal dengan nama Indoensianya adalah *Chinese restaurant* yang berdiri sejak 1950. Restoran ini menjual masakan khas China khususnya Guangzhou. Makanan khas restoran ini adalah burung dara. Sama seperti restoran X dan restorn Y, Restoran Z merupakan bisnis keluarga yang berhasil eksis hingga saat ini dikelola oleh generasi ketiganya. Generasi pertamanya adalah pendiri, lalu dilanjutkan oleh putrinya, dan generasi ketiga yang saat ini melanjutkan adalah cucu dari pendiri sendiri. Restoran Z memiliki sejarah dibalik penamaannya.

Pendiri adalah seorang warga negara Tiongkok yang lahir dan besar di Guangzhou, China. Pendiri datang ke Indonesia sekitar tahun 1940an, saat itu keadaan politik di China sedang tidak menentu dan pendiri memutuskan untuk bermigrasi ke Indonesia. Sesampainya di Indonesia, pendiri memutuskan membuka restoran sebagai mata pencahariannya agar dapat bertahan hidup. Awalnya, Restoran Z bukanlah sebuah restoran, melainkan hanya menggunakan gerobak dan keliling dari satu tempat ke tempat lainnya. Hingga pada suatu saat, pendiri akhirnya dapat mengontrak di pinggir jalan. Pendiri membuka *Chinese restaurant* karena ia adalah warga negara Tiongkok yang dimana sudah pasti kenal dengan makanan di negaranya. Kemudian hal itu didukung dengan kemampuan pendiri yang memiliki kemampuan memasak, bahkan ia pernah menjadi koki kapal.

Dalam memberikan nama usahanya, pendiri tidak sempat kebingungan dan berpikir panjang karena waktu yang sangat terbatas. Saat itu, pendiri terpikirkan

oleh satu kata yaitu “Z”. Makna dari kata itu sendiri adalah seperti artinya, yaitu cemerlang. Pendiri memiliki harapan bahwa dengan diberi nama Restoran Z, nantinya usahanya akan bisa memiliki masa depan yang terang dan cemerlang. Penerus menyatakan bahwa walaupun lebih terkenal dengan nama ejaan Indonesianya, tetapi sebenarnya namanya adalah Z dan tidak pernah berubah. Adanya nama “Restoran Z” ini muncul ketika restorannya dipegang oleh generasi kedua. Penerus generasi ketiga sendiri kurang mengetahui alasan mengapa orang tuanya menambahkan kata tersebut dan berkata bahwa kata tersebut tidak memiliki arti.

Pada saat orde baru, segala sesuatu yang berbau Tionghoa sangat dilarang, namun, Restoran Z tetap menggunakan karakter Mandarin pada restorannya. Hal ini menyebabkan Restoran Z sempat mengalami kesulitan, yaitu pernah didatangi dan diserbu oleh pemerintah dan massa. Walaupun mengalami kesulitan, namun pendiri tetap tidak putus asa dan terus berjuang untuk menjalankan restorannya.

Penerus memutuskan untuk melanjutkan restoran ini karena ia merasa hal ini sudah seharusnya terjadi. Ia berfikir bahwa bukan dirinya yang melanjutkan, maka siapa lagi yang akan melanjutkan, usaha yang telah dibangun oleh kakeknya akan menjadi sia-sia jika tidak dilanjutkan. Harapan penerus adalah restoran ini dapat terus berlanjut ke generasi keempat dan seterusnya, juga dapat lebih sukses lagi.

Dari seluruh informasi yang telah didapatkan dari penerus generasi ketiga, penulis mengetahui sejarah dibalik penamaan restoran Z ini. Saat itu, pendiri tiba-tiba teringat kata “Z” dan langsung digunakan untuk menamani restorannya. Harapan pendiri adalah agar bisnisnya dapat berkembang di masa depan. Sekitar tahun 1970an, generasi kedua menambahkan ejaan Minnan di samping tulisan “Restoran Z”. Orang Minnan membaca karakter Mandarin tersebut dengan sebagai “Restoran Z”

KESIMPULAN

Bagi orang Tionghoa, nama adalah hal yang sangat penting dan bermakna. Ada banyak cara penamaan, seperti meminjam nama orang atau nama tempat. Setelah dilakukan penelitian, hasil dari penelitian ini adalah para pendiri awalnya tidak terlalu memikirkan arti dari nama restoran tersebut, namun mengambil inspirasi dari pengalaman hidup mereka sendiri. Namun, dari ketiga narasumber tersebut, ada yang mempertimbangkan terlebih dahulu arti nama yang digunakan. Sementara 2 pendiri tidak terlalu peduli dengan arti nama restoran mereka pada awalnya, jika dilihat lebih dalam, nama itu sebenarnya memiliki makna. Para pendiri memberikan nama Tionghoa restoran mereka dengan caranya masing-masing. Ada yang menulis aksara Cina, ada yang menggunakan angka Arab, dan ada yang menggunakan huruf Latin di depan restoran, tetapi mereka menulis aksara Cina di dalam restoran. Setiap penerus restoran juga memiliki caranya masing-masing untuk mempertahankan nama Cina restoran tersebut. Selain itu, garis keturunan etnis pendiri juga mempengaruhi nama restoran tersebut.

Di era Orde Baru, 2 restoran tidak mendapatkan kesulitan untuk bertahan. Hal itu terjadi karena mereka tidak menulis apapun yang berhubungan dengan China. Tetapi 1 restoran diserang dan digrebek. Restoran ini digrebek dan digeledah karena mencantumkan aksara Tionghoa sebagai nama restorannya sejak dibuka

hingga sekarang. Meski mendapatkan kesulitan, tetapi mereka selalu melanjutkan restoran mereka. Ketiga restoran tersebut berhasil diteruskan ke generasi ketiga. Generasi ke-3 semuanya ingin restoran berlanjut ke generasi ke-4 dan seterusnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengerahui sejarah penamaan restoran dan bagaimana cara mempertahankan nama tersebut. Objek penelitian ini adalah Chinese restaurant tua yang berdiri sebelum orde baru. Saran penulis bagi pemilik restoran adalah ketika memilih nama, pilih nama yang mudah dibaca, mudah dilafalkan, mudah didengar, mudah diingat, dan yang paling penting adalah makna yang terkandung di dalam nama tersebut. Dengan begitu dapat membuat pelanggan begitu mendegnar nama tersebut dapat selalu ingat restoran Anda. Penulis juga berharap peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian topik ini seperti: Studi Perbandingan Nama Restoran Tionghoa Tradisional dan Modern, Eksplorasi Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Nama Restoran Tionghoa, Analisis Strategi Pemasaran dan Branding pada Nama Restoran Tionghoa ataupun Studi Kasus: Pengalaman Pemilik Restoran Tionghoa dalam Memilih Nama.

DAFTAR PUSTAKA

- Cotterill, S. (2020). Call me Fei: Chinese-speaking students' decision whether or not to use English names in classroom interaction. *Language, Culture and Curriculum*, 33(3), 228-241. doi: 10.1080/07908318.2019.1614598.
- Dahana, A. (2000). Kegiatan Awal Masyarakat Tionghoa di Indonesia. *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 2(1), 54-72.
- Effendi T. D. & Rakhmawaty D. (2012). *Bisnis Keluarga-Keluarga Bisnis : Strategi Jaringan Bisnis Perusahaan Jepang, Tiongkok dan Korea Selatan Dalam Kemajuan Ekonomi*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Ip, P. K. (2009). Is Confucianism good for business ethics in China?. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 463-476. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0120-2>
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., & Petty, J. W. (2003). "Small business management: an entrepreneurial emphasis". Ohio: Thomson-Southwestern.
- Lum, T. Y., Yan, E. C., Ho, A. H., Shum, M. H., Wong, G. H., Lau, M. M., & Wang, J. (2016). Measuring filial piety in the 21st century: development, factor structure, and reliability of the 10-item contemporary filial piety scale. *Journal of Applied Gerontology*, 35(11), 1235-1247. <https://doi.org/10.1177/0733464815570664>
- Marsum, W.A. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi.
- Moleong dan Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sihombing, U. (2009). *Memahami Diskriminasi*. Jakarta: The Indonesian Legal Resource Center.
- Tent, J. (2015). Approaches to Research in Toponymy. *Names*, 63 (2), 65--74.
- WéiGāo. (2000). *Zěnyàng Wèi Gōngsī Diànpù Qímíng*. Běijīng: Dàzhòng Wényì Chūbǎn Shè.
- Welty P. T. (1976). *The Asians: Their Heritage and Their Destiny*. Philadelphia: J. B Lippincott Company.

- Yasmin, T. (1993). Makanan Cina dalam Kehidupan Sehari-hari Dalam Upacara Tradisional Menurut Orang Cina di Jakarta. [Tesis]. Universitas Indonesia.
- Zhōu Guǎngyǔ. (2012). Bǎobǎo Qímíng Jīng Jiě. Běijīng: Zhōngguó wùzī chūbǎn shè.
- Zubir, N. (2008). Famillionaire! Building a Solid Family Business of Generation. Jakarta: Hikmah.